

La propaganda alemana en la Segunda República Española

INGRID SCHULZE SCHNEIDER
Universidad Complutense de Madrid

INTRODUCCIÓN

La llegada de los nacionalsocialistas al poder en Alemania supuso cambios radicales en la política interior y exterior del país. Durante la República de Weimar las relaciones hispano-germanas habían transcurrido sin grandes sobresaltos. Pero ahora, el gobierno de Madrid veía con cierto recelo el encumbramiento del *Führer*. Aunque estas reticencias no se reflejaron inmediatamente en los contactos diplomáticos, pronto se produjo un cierto distanciamiento causado por la desaparición de la base de intereses comunes y por la nueva situación en el interior de Alemania, en donde Hitler y sus secuaces se dedicaron a la difícil tarea de consolidar su posición¹. Oficialmente, el Gobierno español se abstuvo de cualquier toma de posición contra el nuevo régimen germano, sin embargo los círculos políticos de la izquierda y su prensa adoptaron una actitud de enérgico rechazo, acompañada por manifestaciones violentas y, en ocasiones, por ataques físicos a ciudadanos alemanes y a sus bienes.

Los resultados del rechazo intelectual del *Reich* se hacían especialmente patentes en la disminución de la influencia alemana en el terreno cultural. En consecuencia, la Embajada, encabezada por Welczeck, buscaba los medios adecuados para contrarrestar la propaganda hostil de los periódicos de la izquierda, liderada —según palabras del propio Embajador— por *El Socialista* y *Mundo Obrero*, seguidos por *El Sol*, *La Voz* y *Luz*. Estas publicaciones denuncian vehementemente las medidas dictatoriales del gobierno nacionalsocialista, tales como la quema de libros y las normas dictadas para eliminar a la prensa de oposición. También *El Liberal*, *La Libertad*, *Heraldo de Madrid* y *Ahora* deciden no publicar nada favorable sobre los cambios introducidos paulatinamente por los gobernantes nazis. A ellos no sólo les preocupa la política interna de Hitler, sino también su actitud belicosa hacia el extranjero².

¹ Viñas, 1974:10.

² Sobre la actitud de los periódicos españoles en los inicios del régimen hitleriano vid. la obra de Mercedes Semolinos *Hitler y la prensa de la II República española*.

Los periódicos *ABC*, *Epoca*, *El Debate* y *La Nación* mantienen, por el contrario su talante amistoso hacia el Reich³.

Los móviles de la izquierda española para su rechazo frontal del nacionalsocialismo eran, fundamentalmente, ideológicos. Mientras la República de Weimar y su constitución habían servido, en muchos aspectos, como modelo, el desmantelamiento de la organización republicana-democrática del Estado germano hizo temer al gobierno hispano influencias negativas sobre la —de por sí— conflictiva situación política en España.

Francia aprovechó estas circunstancias para desencadenar extensas campañas de propaganda, para las cuales se servía de la prensa española afin a sus intereses. Muchos periódicos de Madrid recibían no sólo material informativo, sino también subvenciones financieras por su labor anti-germana. Las quejas presentadas en este sentido por Welczek ante el Gobierno de Madrid no surtieron ningún efecto⁴.

En vista de la situación, era vital para los intereses germanos, organizar en España servicios eficaces de información del *Reich*. Conscientes de esta necesidad, desde la ascensión de Hitler al poder, tanto los representantes del partido nacionalsocialista en España (*Auslandsorganisation*: AO) como la sede diplomática germana en Madrid multiplicaron sus esfuerzos por abrir nuevos cauces propagandísticos, produciéndose entre ambas instituciones frecuentes choques por el control de los mismos.

También en Berlín existían problemas de competencias respecto a la propaganda en España. Al margen del Ministerio de Asuntos Exteriores («*Auswärtiges Amt*») el Ministerio de Ilustración y Propaganda empleaba personas más identificadas con la ideología nazi que los funcionarios diplomáticos para cumplir tareas especiales. Entre ellos se encuentra el Consejero Secreto Dr. Heide, Director de un «Servicio Extranjero de Prensa» («*Ausland-Pressebüro GmbH*») en Berlín que, a su vez, empleaba en el extranjero personas de confianza, que tenían la misión de suministrar informaciones útiles para la preparación de material propagandístico para cada país. En los años 1934-36, el Dr. Heide intervino activamente con informes y sugerencias sobre la organización de un servicio de noticias en España, que fuera lo más adecuado para la mentalidad hispana.

Nos encontramos, por tanto, entre los años 1933 y 1935 en suelo español con diversas organizaciones propagandísticas germanas que actúan de forma independiente, haciéndose, con frecuencia, la competencia en vez de colaborar entre sí, creando de esta manera notable confusión. La Embajada en Madrid intentará, a lo largo del año 1935, coordinar a todas ellas y de hacerse con su control. Analizaremos, a continuación, los protagonistas y los hechos.

³ Carta de Welczek al *Auswärtiges Amt* (en adelante AA) del 30 de mayo de 1933.

⁴ *Idem*. Vid. también Mercedes Semolinos (1985), p.184.

LOS «AMIGOS» ESPAÑOLES

En España, algunas personas particulares veían en la nueva situación política una oportunidad para procurarse una fuente segura de ingresos, por lo que hicieron lo posible por congraciarse con personalidades políticas influyentes del *Reich* para participar en la difusión de noticias procedentes de Alemania. Uno de ellos fue el profesor de la Universidad de Valladolid, Vicente Gay, que se ofreció a visitar Alemania, escribir extensos reportajes sobre las ciudades recorridas y de publicar estos artículos en importantes periódicos españoles. Gay había sido uno de los ideólogos del diario *La Nación*, que había apoyado la dictadura de Primo de Rivera manteniendo, asimismo, buenas relaciones con importantes grupos económicos. También llegó a proponer la creación de una publicación propia, en caso de recibir de Berlín 14.000 pesetas para su financiación⁵. No tenemos constancia de que este proyecto se haya llevado a cabo. Pero en los archivos se halla un contrato firmado por Gay con el Ministerio de Propaganda de Goebbels, según el cual éste último había costeado la publicación de uno de sus libros sobre la «nueva» Alemania con una ayuda de 2.500 Reichsmark⁶.

También el periodista húngaro Andrés Revesz, colaborador habitual de *ABC*, pudo beneficiarse de la generosidad de la Embajada en Madrid. Requerido por la Editorial Espasa de redactar un suplemento para su Enciclopedia sobre el desarrollo de la política alemana desde 1928 (6 páginas, cada una con 148 líneas), Revesz redacta un borrador y lo presenta a Welczeck, con el fin de aumentar el exiguo honorario —25 pesetas por página— ofrecido por la Editorial. Una vez comprobado el alto valor propagandístico del texto, el Ministerio de Goebbels aprueba gustosamente una subvención única de 500 pesetas para el feliz autor⁷.

Es muy conocido el hecho, de que Juan Pujol, Director del vespertino *Informaciones*, se encuentra también entre los primeros *amigos* del *Reich*. Según un informe confidencial de la Embajada, Pujol se había enterado de Cesar Gonzalez Ruano de la posibilidad de recibir una subvención alemana a cambio de un trato noticioso favorable de su política. Este había sido corresponsal de *ABC* en Alemania de marzo a septiembre de 1933, enviando en este tiempo sus famosas crónicas progermánicas. Gonzalez Ruano publica también —bajo su firma o la de su pseudónimo— artículos en *Informaciones*. Con anterioridad González Ruano había obtenido una subvención de 1.000 Reichsmark para su libro «Seis meses con los nazis»⁸.

⁵ Gay sería después, por algún tiempo, responsable de la Oficina de Prensa y Propaganda en el cuartel general de Franco durante la Guerra Civil (Sinova, 1989: 87 y 200).

⁶ Viñas, 1974: 168.

⁷ Curiosamente, después de la Primera Guerra Mundial, el Embajador británico, quejoso de la furienda germanofilia de *ABC* durante el conflicto comunica que, tras la sustitución del editor extranjero Azpeitua por Andrés Revesz, éste ha establecido «por su cuenta, pero sin conocimiento de Luca, amistosos contactos con esta Embajada». Cita en Seoane y Saíz, 96: 270.

⁸ Viñas, 1974: 169.

Ante los reproches de Pujol por su benevolencia excesiva con el nuevo régimen nazi, Ruano acabó confesando que su simpatía no era del todo desinteresada. Su jefe, lejos de enfadarse, ve una posibilidad para enjuagar el déficit habitual del periódico. Utilizando al cronista como intermediario en las negociaciones con la Embajada, manifiesta su disposición a defender siempre el punto de vista alemán en su periódico, tanto en los comentarios sobre política exterior como en las noticias telegráficas, a cambio de 3.000 o 4.000 pesetas mensuales.

La germanofilia de Pujol no era nueva. Había sido subdirector de *La Nación*, forjándose «en el Periodismo una firme y robusta personalidad» después de su paso por varios periódicos de provincias y de Madrid. «En el transcurso de la Primera Guerra Mundial fue sucesivamente corresponsal de *ABC* en Turquía e Italia y envió crónicas verdaderamente memorables de los frentes de batalla alemán y austriaco»⁹. El Ministerio de Propaganda germano no tiene inconveniente en aprobar la solicitud de Welczeck y, después de comprobar a lo largo de un año la eficacia de la propaganda de *Informaciones*, mantendrá la subvención mensual de 1.000 Reichsmark también en 1935/36.

LAS AGENCIAS DE ARTÍCULOS

El método más habitual de infiltrar en la prensa hispana reportajes y ensayos, salidos aparentemente de una pluma neutral, era la utilización de las Agencias de colaboración periodística. Estas suministraban artículos sobre toda clase de temas, presentando naturalmente siempre muy favorablemente el cambio político operado en Alemania. De esta manera se pretendía sustituir a los boletines de noticias —muy negativos para Berlín— ofrecidos a la prensa hispana por las agencias internacionales. Las empresas utilizadas en Españas fueron, primordialmente, dos: El *Aufklärungsausschuss* del Dr. Johannsen y el *Dienst aus Deutschland* (DAD).

A) *El Aufklärungsausschuss del Dr. Johannsen*

La más antigua organización dedicada al suministro de material propagandístico progermano era la empresa del Dr. Kurt Johannsen de Hamburgo (*Aufklärungsausschuss*), constituida por un grupo de patriotas interesados en deshacer las «mentiras» vertidas por los aliados sobre Alemania durante la Primera Guerra Mundial. Johannsen enviaba artículos sobre los logros de los nuevos gobernantes del *Reich* tanto a los representantes del partido nacional-socialista en España como al servicio de prensa de la Embajada. Al mismo tiempo disponía de numerosos intermediarios en importantes ciudades españolas que, a su vez, canalizaban el material a determinados periódicos.

⁹ Gómez Aparicio, 1974: 459.

Johannsen servía, asimismo, vía el Consulado General Alemán de Barcelona artículos a la Agencia de colaboraciones periodísticas «Servicio Español de Prensa», que repartía este material propagandístico desde la ciudad condal a numerosos periódicos de provincias. El S.E.P. fue creado en 1927, y de su buen hacer para los intereses germanos queda constancia por el gran número de artículos publicados en la prensa española de provincias.

La labor independiente de Johannsen termina en octubre de 1935, tras la autorización del Ministerio de Propaganda germano de crear una agencia de artículos en Madrid; asunto que trataremos en profundidad en otro apartado. Johannsen recibe la orden estricta de enviar, en adelante, todo su material a la Embajada en Madrid, desde donde será distribuido a los periódicos. Más adelante, también la labor autónoma del S.E.P. quedará afectada por esta medida, a pesar de las protestas de sus responsables y el envío de una lista con los títulos de 269 artículos, publicados entre el 3 de marzo y el 4 de mayo de 1936 en 27 periódicos, que acredita su éxito¹⁰. Únicamente los Sres. Martí de Valencia y Welle de Barcelona podrán seguir recibiendo directamente el material.

B) *El Dienst aus Deutschland (DAD)*

Otro servicio de propaganda basado en la redacción y el reparto de artículos favorables a Alemania era el «*Dienst aus Deutschland (DAD)*». Se trataba de un producto de la Editorial «Deutschlanddienst», formada por conocidos periodistas alemanes, que se habían propuesto servir libremente a su patria con el suministro de información sobre la misma a la prensa extranjera. En apariencia completamente independiente, el *DAD* recibía —secretamente— una subvención oficial. Su material se repartía, en primer lugar, a periódicos de habla alemana en todo el mundo, y perseguía el fin primordial de desmentir los «embustes» de la prensa de los emigrantes huidos del *Reich* y de vincular en mayor medida a los germanos residentes fuera de su patria y a descendientes de emigrantes de origen alemán a la nueva era política iniciada por el Gobierno de Berlín. Al mismo tiempo se pretendía alcanzar a lectores afincados en países cuyos periódicos eran tradicionalmente servidos por las grandes agencias aliadas de noticias, radicalmente opuestas al régimen hitleriano.

El primer número del *Dienst aus Deutschland* apareció el 15 de junio de 1934, pasando tras una breve etapa de dos a tres publicaciones semanales. Se componía de 14 páginas interiores y una titular, seis de aquellas dedicadas a cuestiones políticas y sendas cuatro a económicas y culturales. La publicación contó, inicialmente, con 600 periódicos receptores en todo el mundo especialmente en Norte y Suramérica. Después de un bache pasajero, la tirada quedaría establecida en 421 ejemplares para la edición tri-semanal y otros 448 para la

¹⁰ Carta del Consulado General germano en Barcelona a la Embajada alemana, con fecha 22 de abril de 1936.

edición semanal, que se había iniciado en Noviembre de 1934, con el fin de ofrecer a revistas y periódicos menores una síntesis de los acontecimientos ocurridos en los últimos siete días. Solamente la edición semanal halló en España un reducido número de clientes, concretamente siete.

El DAD cobrará enorme importancia durante la Segunda Guerra Mundial. El interés mundial por obtener información directa de la contienda propiciará la edición de dos ediciones diarias de la publicación¹¹.

Para Hispanoamérica existía también una Correspondencia semanal en lengua española llamada *El Observador del Reich*, publicada por el DAD en cooperación con la «Sociedad Germano-Ibero-Americana» y el «Deutscher Wirtschaftsverband für Süd- und Mittelamerika».

La Embajada alemana en Madrid quería introducir y controlar la difusión de esta *Correspondencia* también en España, pero sus deseos encontraron resistencia en la Editorial, dado que la intromisión de aquella revelaría el carácter oficioso de la publicación, restando, por tanto, credibilidad a la misma. Los editores alegaron, que el semanario observaba estrictamente las consignas políticas, siendo los contenidos examinados previamente por el Instituto Iberoamericano, dirigido entonces por el General Faupel, futuro Embajador en España.

Las Agencias de Noticias: DNB y Transocean

En la República de Weimar, las dos agencias de noticias más importantes habían sido el WTB (*Wolff'sches Telegraphisches Bureau*) y el TU (*Telegraphenunion*). El WTB había obtenido ya en la época de Bismarck fuertes subvenciones del Estado, siendo —a partir de entonces— una agencia semi-oficiosa. Por ello, los nacionalsocialistas pudieron, desde el principio, utilizarla para su política de comunicación en el mercado interior. Sin embargo, en el tráfico internacional de noticias, el WTB estaba atado por contratos de monopolio muy desventajosos para Alemania, firmados con las grandes agencias europeas después de la derrota germana en la Primera Guerra Mundial. Por el contrario, el «Telegraphen Unión» estaba libre de ataduras contractuales disponiendo, además, de una importante red de conexiones en el extranjero. Con el fin de procurarse absoluta libertad de movimientos en el mundo entero, el gobierno nacionalsocialista fusionó ambas agencias. De esta fusión nacería, el 1 de enero de 1934 el DNB (*Deutsches Nachrichtenbureau*). Aunque oficialmente era una empresa de capital privado, los siete supuestos propietarios eran simples hombres de paja del gobierno del *Reich*. Joseph Goebbels y sus hombres se encargarían de utilizarla para sus fines. El DNB jugará un papel importante en la organización de un servicio de noticias en España, como se verá a continuación.

Otra agencia de noticias al servicio del Tercer Reich era Transocean (TO), empresa fundada en 1915 y dependiente —desde 1916— del Ministerio de Asuntos

¹¹ Pol. A.A.A., Carta del Dr. Heide al A.A. del 2 de enero de 1935.

Exteriores. Su tarea principal era la propaganda, originariamente sobre todo en ultramar y, a partir de 1933, también en Europa. Tras la creación del Ministerio de Ilustración y Propaganda, los servicios de Transocean pasaban a ser competencia de Goebbels. En adelante, tanto el DNB como el TO servirían para ofrecer al mundo noticias sobre los acontecimientos en Alemania presentadas exclusivamente desde los puntos de vista de los nacionalsocialistas, siendo el fin principal acostumbrar a los periódicos extranjeros a aceptar con normalidad este enfoque, como anteriormente habían aceptado información de fuentes no germanas»¹².

ORGANIZACIÓN PROPAGANDÍSTICA EN MADRID ANTES DE LA GUERRA CIVIL

En 1932, la Embajada alemana mantenía en Madrid una suscripción al servicio de noticias de la agencia Fabra, principalmente para poder subvencionar discretamente a esta empresa, en un momento en que ésta atravesaba una grave crisis a causa de la retirada del apoyo prestado hasta entonces por los organismos oficiales españoles. Las buenas relaciones entre la sede diplomática germana y Fabra facilitaba la introducción discreta de noticias propias en las páginas de los periódicos hispanos. Fabra transmitía, además —en señal de amistad—, telefónicamente a la Embajada las noticias más importantes. Estos servicios preferenciales eran —según palabras del Embajador germano— mucho más importes que la información obtenida normalmente por el boletín de la agencia¹³.

El proyecto fallido de Transocean

En 1933 —por tanto antes de la creación del DNB—, la Embajada germana en Madrid solicita la intervención de Transocean en la capital española. En respuesta a esta demanda, TO se ofrece para organizar en la misma un servicio de noticias y, tras obtener el visto bueno del Ministerio de Propaganda, encarga esta tarea a un colaborador suyo, Sr. Oestreich. Oestreich es un experimentado periodista, que tiene en su haber quince años de labor profesional en Hispanoamérica, y que domina bien la lengua española. Al mismo tiempo conoce —según el Director General del *Auswärtiges Amt* Aschmann— las metas políticas de Transocean¹⁴.

Tras negociaciones fallidas con el periódico madrileño *ABC*, Oestreich firma un contrato con el director de la «Agencia Internacional Arco», Sr. López, en el cual destacan los siguientes términos, explicados a Berlín por el Consejero de Embajada, Voelkers:

¹² Informe del Dr. Rau sobre el servicio exterior del DNB (11 de julio de 1938) en AA Nr. NP.

¹³ Carta de Welczek al AA del 22 de junio de 1932.

¹⁴ Actas TO-Spanien, tomo II, carta del AA a la Embajada en Madrid, del 22 de febrero de 1934.

TO suministra una instalación receptora de radio que será atendida por un telegrafista que recibirá un sueldo mensual de 1.000 pesetas —pagado por la agencia alemana— y un ayudante que cobrará la mitad. Los radiogramas serán transportados inmediatamente —por medio de un mensajero en bicicleta— a la agencia. Allí serán traducidos y «preparados adecuadamente para la mentalidad española». La distribución se hará en Madrid a los suscriptores también por mensajeros en bicicleta y a los periódicos en provincias mediante aparatos telex, también suministrados por TO. Puesto que estos últimos son aún desconocidos en España, Voelkers propone que Arcos visite a sus clientes en provincias y les haga una demostración de la nueva tecnología. De esta manera, el Consejero germano cree que se venderían muchos de estos aparatos, por lo que la industria alemana podría hacer, de paso, un buen negocio¹⁵.

López del Arco comienza, efectivamente, con la preparación del servicio de noticias en el mes de junio de 1934. Pero muy pronto empiezan los problemas. Por causas no explicadas en la documentación consultada, el español reduce al poco tiempo las transmisiones contratadas y, finalmente, las suspende por completo. En vista del incumplimiento del contrato, Oestreich retiene un aparato receptor Telex¹⁶ destinado a Barcelona. A continuación se produce una querrela entre López y Oestreich, en la cual el primero exige el suministro y el pago del material acordado, amenazando con provocar un escándalo público, si no recibe el dinero. El caso llega a los Tribunales. Para evitar toda propaganda negativa, los alemanes desean llegar a un acuerdo mediante el pago de una indemnización a López. Parece ser —los datos hallados en los archivos no son concluyentes— que, finalmente, se adoptó un arreglo financiero de la cuestión.

En vista del fracaso estrepitoso del proyecto, Oestreich recibe —en Diciembre de 1934— la orden de abandonar todo nuevo intento de recomponer el asunto. A pesar de ello, todavía insistirá, a lo largo del año 1935, en ofrecer sus servicios al Ministerio de Asuntos Exteriores de Berlín, pero éste y la Embajada de Madrid ya tienen otros planes. La actuación propagandística paralela por parte del DNB, Transocean, del partido nacionalsocialista y de las agencias de artículos en suelo español se ha convertido en fuente permanente de conflicto entre los protagonistas de la misma y entre el Ministerio de Asuntos Exteriores y el de Propaganda en Berlín, por lo que se impone perentoriamente una reorganización del mismo.

El Sr. Oestreich quedará definitivamente apartado de Transocean en España. Pero, con el fin de no abandonar exclusivamente en manos de Fabra todo el tráfico de noticias, Berlín aprueba mantener en Madrid al telegrafista de TO, Villar, que —a cambio de un sueldo de 1.000 pesetas mensuales— se

¹⁵ Idem, carta del Consejero de la Embajada de Madrid, Voelkers al Director General del Auswärtiges Amt, Berlín, Consejero Secreto Aschmann, del 10 de abril de 1934.

¹⁶ Se trata de los aparatos «Hellschreiber». El ingeniero alemán «Hell» de la empresa Siemens había desarrollado por primera vez una tecnología sin hilos capaz de transmitir textos escritos a larga distancia por medio de una cinta perforada.

encargará de recibir los telegramas de la agencias y de transmitirlos a la prensa española. Este servicio se mantendrá hasta mayo de 1936, fecha en que Transocean abandona —pasajeramente— su labor en España, hasta su vuelta en 1938.

La labor propagandística del DNB

Tras la creación del DNB en enero de 1934 se estableció en España una coresponsalía del mismo, que debería encargarse en adelante del servicio telegráfico con Alemania utilizando el moderno sistema del «Siemens-Hellschreiber». El Embajador Welczeck quería aprovechar la necesaria remodelación de todo el sector de noticias para organizar definitivamente la propaganda y el suministro de noticias a la prensa española. Hasta entonces el método empleado había sido el siguiente: WTB telegrafiaba sus noticias o bien a Fabra o directamente a periódicos importantes como ABC y Vanguardia. Pero, también la agencia francesa Havas transmitía desde París noticias procedentes de Berlín, convenientemente redactadas desde un prisma favorable a la política francesa. Esta era una de las razones principales por las cuales Welczeck pidió Ministerio de Asuntos Exteriores el personal y los medios adecuados —entre éstos últimos un aparato de radio— para acometer la reforma y ampliar el tráfico de noticias entre Alemania y España¹⁷. Poco después recibió la contestación de Berlín de que había sido autorizado el envío de un receptor de radio para la Embajada, y que Transocean mandaría al Dr. Oestreich para organizar una agencia de noticias en Madrid en los términos ya indicados¹⁸.

El fracaso del proyecto Transocean tendrá como consecuencia la proliferación de otro tipo de actividades propagandísticas, produciéndose a lo largo del año 1935 la completa dispersión y descoordinación de las mismas. En vista de esta situación, el representante del DNB, von Goss, que se había mantenido en un segundo plano mientras duraba el experimento con Transocean, propone una expansión de la labor de esta agencia mediante un acuerdo con Fabra en Madrid. La disolución, en febrero de 1934, del cartel de las agencias aliadas, que en 1870 habían establecido zonas de monopolio informativo en todo el mundo, favorecen los planes alemanes. Pero el DNB tendrá muchas dificultades para deshacer los fuertes vínculos de Fabra con Havas. Es probable que solamente las dificultades financieras inclinarán a la agencia española a aceptar un acuerdo con su colega germano.

A finales de enero de 1935, Luis Amato, director de la Agencia Fabra, viajó a Berlín para discutir con la dirección del DNB los términos de un acuerdo de cooperación con la agencia alemana. Esta pretendía transmitir diariamente en unas 1.000 palabras noticias relevantes de ámbito mundial, publicadas

¹⁷ Carta de Welczeck al AA, Berlín, del 4 de enero de 1934.

¹⁸ Carta del AA al Consejero de Embajada, Voelkers, con fecha 22 de febrero 1934.

en la prensa alemana. A cambio, la subvención de 100 pesetas mensuales, acordada en 1932, será elevada, a partir del 1 de abril de 1935, a 500.

Parece ser, que durante los primeros meses la cooperación entre las dos agencias funcionó satisfactoriamente. Pero, según las denuncias del Sr. Oestreich, en el verano 1935 el caudal de noticias germanas publicadas en la prensa española se redujo sustancialmente y —siempre en opinión del agente de Transoceán— las noticias tendenciosas de Havas sobre temas germanos dominaban de nuevo el mercado informativo hispano. Además, las peculiaridades climáticas del caluroso verano español dificultaban las transmisiones telegráficas, causando interferencias en la captación de las señales. Claro que las críticas de Oestreich¹⁹ no eran desinteresadas, sino que pretendían influir sobre Berlín para conseguir una segunda oportunidad de poner personalmente en marcha una agencia propia de noticias y también un servicio para la redacción de artículos. El Consejero de Prensa de la Embajada negará, a su vez, en varias cartas a Berlín estas insuficiencias, afirmando que la utilización de las noticias procedentes de Havas habían quedado reducidas en un 50-60 % tras el acuerdo con Fabra y que, incluso, las informaciones del DNB habían conseguido entrar en la prensa española de izquierdas²⁰. Aunque oficialmente la relación entre el representante de Transoceán y los del DNB es cordial, en la práctica se suceden las desautorizaciones mutuas ante las autoridades berlinesas, como muestran los legajos hallados en los archivos de la Embajada y del Ministerio de Propaganda.

En el último trimestre del año 1935, la lucha entre todos los agentes informativos germanos en Madrid por hacerse con el mando, alcanza su punto culminante. Una y otra vez, delegados del partido nacionalsocialista, de la Embajada, del DNB y de Transoceán, así como de las empresas suministradoras de artículos *Aufklärungsdienst Johannsen* y el *DAD* se dirigen a sus superiores para pregonar las excelencias de sus propias organizaciones, añadiendo listas con datos fehacientes sobre sus éxitos en la colocación de noticias y artículos en la prensa hispana, con el fin de no verse desplazados por sus competidores. También pequeñas agencias españolas como «Sagitario», «Servicio Español de Prensa» y «Cosmos» intentan sanear sus finanzas mediante la oferta de trabajar a favor del régimen nazi. Concretamente la última era la reconversión de la Agencia Atlante, a la que se le descubrió una deuda de varios miles de pesetas con la Compañía Telefónica Nacional de España, y para evitar el pago, se declaró en quiebra, reapareciendo, poco después, con el nombre de «Cosmos»²¹. Aunque la Embajada de Madrid no la tiene en demasiada estima, precisando en una carta al Consulado General en Barcelona, que más que de una agencia se trata de «una empresa de algunas personas que se buscan el material copiando a la competencia y por medio de la utilización de noticias de otros», autoriza el envío de artículos de Johannsen a la misma. Asimismo re-

¹⁹ Carta de Oestreich a Transoceán, del 2 de octubre de 1935.

²⁰ Viñas, 1974: 162.

²¹ Paz, 1989: 214-215.

comienda que intente captar noticias de la emisora alemana de radio Nauen, que emite a las 17 horas en la frecuencia de 29 metros²².

En este contexto hay que situar también una larga Promemoria de Gustavo Reder, destacado miembro del partido nacionalsocialista en España, sobre la necesidad de crear una agencia de artículos en España²³. Reder era, junto con Walter Zuchristian, el contacto de Johannsen en Madrid para el reparto del material enviado desde Hamburgo. Parece evidente, que Reder quería desplazar al director del Aufklärungsdienst con la organización de un servicio español de artículos. Por su indudable interés, ofrecemos a continuación una síntesis de su razonamiento expresado en las once páginas de su Promemoria:

1) En primer lugar, Reder subraya la **simpatía de los españoles** para los alemanes y la natural armonía existente generalmente entre ambos pueblos.

2) Un análisis del «**status quo**» de la labor de «**ilustración**». Reder expresa su satisfacción por el acuerdo DNB-Fabra que está dando buenos frutos, aún teniendo en cuenta que la prensa española dedica muy poco espacio a las noticias internacionales.

Sobre los agentes alemanes activos en el campo informativo el informe añade lo siguiente:

A) **El Consejo de Prensa de la Embajada alemana**: dispone de medios y de personal. Debe ser muy precavido en sus manifestaciones. Adolece de un exceso de burocracia, falta de iniciativas, lentitud y falta de contacto con la vida diaria.

B) La labor de prensa del **partido nacionalsocialista en España**: La propaganda fue iniciada por iniciativa propia, sin ningún mandato oficial. Permanente contacto con la Embajada y uso parcial de sus fondos. La falta de medios económicos fue suplida con un trabajo incansable, palabras valientes, reacciones rápidas y acertadas. Ha realizado la mejor labor previa y dispone de gran experiencia para hacerse cargo de la agencia planeada.

C) **Las agencias de artículos**. Destaca la empresa de **Johannsen** en Hamburgo. Aún reconociendo la buena calidad del material, critica que los textos tardan demasiado en llegar a Madrid, por lo que no tratan temas de actualidad. Además, su estilo de «maestro de escuela» no es el más adecuado para la mentalidad española; defecto que los lectores hispanos achacan generalmente a toda la prensa alemana.

D) Menciona la reciente creación de un servicio de prensa por parte de la **Oficina de Turismo de los Ferrocarriles Alemanes (RDV)**, que remite reportajes sobre Alemania a los periódicos españoles, alcanzando buenos resultados propagandísticos en el terreno cultural. Lo único negativo es la imposibilidad de insertar comentarios políticos.

²² Carta de Welzeck al Consulado General de Barcelona del 8 de febrero de 1936.

²³ Esta Promemoria ha sido citada, parcialmente por Angel Viñas (1974: 163-65) en su capítulo sobre la propaganda alemana en España.

E) **El Deutscher Akademischer Austauschdienst (Servicio de Intercambio Académico)** facilita también noticias culturales a los lectores españoles, fundamentalmente por la vía de la Embajada. El material se le antoja demasiado burocrático, falto de documentación y, en la mayoría de los casos, carente de interés, por lo que no logra obtener resonancia en los medios españoles de comunicación.

3) Como consecuencia de su análisis, Reder afirma, que sólo la **enérgica actuación del partido nacionalsocialista** ha impedido que la situación —bastante lamentable— de la propaganda germana en España no sea aún peor. Como remedio estima absolutamente necesario la creación de una agencia de artículos que debe cumplir las siguientes tareas:

- Preparación y suministro inmediatos de **comentarios** relativos a todos los acontecimientos importantes de la política interior y exterior de Alemania.
- Suministro de **artículos «ilustrativos»** de actualidad sobre las circunstancias internas y sobre las instituciones alemanas.
- Suministro de artículos que contengan **propaganda indirecta para la industria germana**.
- Suministro de **fotografías de actualidad** o como apoyo de los artículos «ilustrativos».

En todos los casos, Reder estima importante, que los comentarios lleguen inmediatamente después de los hechos a las redacciones. El alto coste de una transmisión de los mismos por telégrafo aconseja la creación de la agencia en España. El empleo de personal español garantizaría, además, una perfecta adaptación a los conocimientos y la idiosincracia del público español. Asimismo, los artículos deben **contestar** —siquiera indirectamente— **a las calumnias** vertidas contra Alemania en la prensa hostil.

Otro cometido fundamental de la agencia sería el permanente **contacto con periódicos, periodistas y escritores** hispanos, para asegurar, en cada caso, la publicación del material remitido.

4. **La organización de la agencia.** Se recomienda utilizar una empresa ya existente en el mercado español, preferiblemente de tamaño pequeño para poder ejercer mayor presión sobre los dueños de la misma. Con este arreglo se evitarían sospechas sobre la procedencia de los medios financieros para la puesta en marcha de la misma.

En el mercado español el número total de los periódicos no sobrepasa a 250, a los cuales hay que añadir de 100-150 publicaciones semanales y mensuales. Por ello Reder estima, que —en vista del escaso espacio que dedican a política exterior— un boletín de noticias generales de tres o cuatro hojas, publicado una o dos veces por semana, sería suficiente. Una pequeña máquina multicopia podría hacer este trabajo, atendido por un empleado no cualificado, es decir con un sueldo bajo.

5. **El servicio de prensa** sería dividido en:

- a) Noticias de actualidad, especialmente comentarios a los acontecimientos políticos.
- b) Material para la prensa especializada y profesional, particularmente artículos de «ilustración» y de publicidad comercial.

Sólo se necesitaría un pequeño número de fotografías, porqueno hay más de una docena de diarios españoles las publican con regularidad.

6. **Los costos.** Los gastos de mantenimiento de una agencia pequeña se estiman en aprox. 500 ptas mensuales. A ello habría que añadir otras 500.— pesetas como sueldo del Director. El jefe del Departamento de Prensa del partido nacionalsocialista en España seguiría —como hasta ahora— suministrando gratuitamente comentarios y artículos.

Aparte de los textos alemanes será aconsejable publicar también, de vez en cuando, aportaciones de conocidos periodistas españoles, lo cual serviría para elevar el prestigio de la agencia. Estas colaboraciones son retribuidos, habitualmente, con 100-150 pesetas.....

7. **Apoyo desde Alemania.** Aparte de una subvención financiera, es importante el suministro de material adecuado. Todas las entidades oficiales del Gobierno y del Partido deberían recibir el encargo de prepararlo permanentemente.....

También se podía pedir una subvención a círculos industriales, cuyos productos se promocionan, etc.

8. **Posibilidades de expansión.** Para Reder, la mejor propaganda es aquella que no se nota. De ahí que propone publicar no sólo reportajes sobre Alemania sino también sobre otros países, naturalmente siempre desde el prisma político del *Reich*.

9. **Prueba de viabilidad del proyecto.** El servicio de prensa del Partido nacionalsocialista —grupo España— ha trabajado ya, en los últimos tres años, de acuerdo con las directrices señaladas. Durante 1934 se han colocado más de 164 artículos en unos 30 periódicos españoles, y en los cuatro primeros meses de 1935 la cifra es de 68 textos en 25 publicaciones diferentes. El examen de la estadística respectiva revela, que la gran mayoría de los artículos fue redactada por el jefe de prensa de aquél. Según palabras de Reder, tanto los textos como las fotografías ilustrativas de los mismos demuestran que los autores han sabido en cada momento «impactar en el alma español».

En vista del éxito obtenido con los escasos medios disponibles, Reder concluye, que con una agencia que trabaje en toda España, que cuente con conocidos colaboradores y que no dependa de la benevolencia de la prensa, estos éxitos podrían multiplicarse fácilmente. Así se alcanzaría igual o mayor influenciación de la opinión pública hispano que con el servicio telegráfico. «Este último sería —hablando plásticamente— el esqueleto, y el comentario o el reportaje la carne. Sólo conjuntamente, los dos formarían un cuerpo vital, capaz de trabajar».

La extensa Promemoria de Reder²⁴ y sus alabanzas de la labor del partido nacionalsocialistas surtirán sus efectos. Las autoridades competentes deciden, por fin, crear un servicio especial de artículos en Madrid. La agencia española encargada de ponerla en marcha, bajo la supervisión y vigilancia de la Embajada germana, es Fabra. El Departamento de Redacción quedará en manos de von Goss, representante del DNB y Consejero de Prensa de la Embajada. De las traducciones y de la corrección —lingüística e ideológica— de los textos se ocupará el propio Reder. Como oferta de lanzamiento, Fabra ofrecerá bajo el nombre de «Servicio especial de colaboración internacional» dos veces por semana gratuitamente los artículos a los cuarenta periódicos españoles de provincias más importantes. El material empleado procedera de Johannsen, del *Observador del Reich*, del *Boletín del Archivo de Economía Mundial de Hamburgo* y de la documentación cultural del DNB.

El Embajador Welczeck se muestra muy contento sobre el arreglo, confiado en que éste solucionará todos los problemas de competencias: De cara al público se trata de una iniciativa puramente española y, detrás de los bastidores, se emplean —ahora de forma controlada— a todos los agentes alemanes activos en el campo de la propaganda en España. Al mismo tiempo ha conseguido arrancar a los representantes del partido nazi en España la dirección de los asuntos propagandísticos²⁵. En adelante, Welczeck exigirá el cumplimiento estricto de la prohibición cursada a todos los agentes informativos de dirigir su propaganda directamente a periódicos o personas particulares españoles sin el paso previo por la Embajada.

Sin embargo, los esfuerzos de Welczeck fueron inútiles. Su traslado a la Embajada de París en el mes de abril de 1936, y el estallido de la Guerra Civil impidieron que el Embajador pudiese saborear su victoria. Al marcharse este «incansable hombre de mundo, antinazi y amigo de Alfonso XIII»²⁶ el campo quedaría libre para los miembros de la AO, protagonistas absolutos de la propaganda germana en España durante los primeros dos años de la Guerra Civil.

FUENTES

Archivos:

Deutsches Zentralarchiv Berlín (antes Potsdam):

Actas: — RMVP 50.01

— AA, Büro RAM

— Nachrichtenabtlg. Transocean Spanien

²⁴ No conocemos la fecha exacta de la Promemoria, al no figurar en las copias halladas en los legajos de la Embajada.

²⁵ Carta de Welczeck al Prof. Heide, del 21 de octubre de 1935.

²⁶ Hugh Thomas I, 1978: 380.

Politisches Archiv des Auswärtigen Amtes Bonn

- Actas: — Pol III 241-243 Politische und kulturelle Propaganda
- Botschaft Madrid geheim
- Botschaft Madrid offen

BIBLIOGRAFÍA

- ABENDROTH, Hans-Henning (1973): *Hitler in der spanischen Arena*, Ferdinand Schönigh, Paderborn (Alemania).
- ANTIKOMINTERN (1937): *Das Rotbuch über Spanien*, Nibelungen Verlag, Berlín-Leipzig.
- BRAMSTED, Ernest K.: *Goebbels und die nationalsozialistische Propaganda 1925-1945*, S. Fischer Verlag, Frankfurt.
- COMITÉ NACIONAL DE LA C.N.T (1938): *El Nazismo al Desnudo*, Barcelona.
- GÓMEZ APARICIO, Pedro (1974): *Historia del Periodismo Español*. Ed. Nacional, Madrid.
- PAZ, M.^a Antonia (1988): *El colonialismo informativo de la agencia Havas en España (1870-1949)*, Tesis Doctoral, Ed. de la Universidad Complutense de Madrid.
- PETER, Antonio (1992): *Das Spanienbild in den Massenmedien des Dritten Reiches 1933-1945*, Peter Lang Verlag, Frankfurt.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (1990): *Historia de la Propaganda*, Eudema, Madrid.
- SEMOLINOS, Mercedes (1985): *Hitler y la prensa de la II República española*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- SEOANE, M.^a Cruz y Sáiz, M.^a Dolores (1996): *Historia del periodismo en España. 3. El siglo xx: 1898-1936*, Alianza Ed., Madrid.
- SINOVA, J.(1989): *La censura de Prensa durante el franquismo*, Espasa Calpe, Madrid.
- TERRÓN MONTERO, Javier (1981): *La prensa de España durante el Régimen de Franco*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- THOMAS, Hugh (1978): *La Guerra Civil Española*, 2 tomos, Ed. Grijalbo, Barcelona.
- VIÑAS, Ángel (1977): *La Alemania nazi y el 18 de Julio. Antecedentes de la intervención alemana en la guerra civil española*. Ed. Alianza, Madrid.