

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 30 (2003)
Heft: 1

Artikel: Crisis : atrofia en los medios de comunicación
Autor: Keller, Gabrielle
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908634>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Atrofia en los Medios de Comunicación



Imagopress

El periodista individual está cada vez más apremiado por el tiempo: Aprovecha la pausa del almuerzo para escribir rápidamente un informe.

GABRIELLE KELLER

Los medios de comunicación de Suiza están en crisis. El año pasado varias empresas mediales han reducido personal y anunciado despidos. Citan como principal motivo la merma de los ingresos de publicidad.

SUIZA ES EL LÍDER EUROPEO entre los consumidores de periódicos. Pero, ¿hasta cuándo? En los últimos meses, el sector de los medios de comunicación recibió varios golpes en la nuca. Casi todos los días se informa sobre fusiones de empresas mediales y anulación de puestos de trabajo como consecuencia de las medidas de reestructuración. El «Neue Zürcher Zeitung» quiere reducir 80 puestos de trabajo, 45 la televisión DRS y 28 la casa editora zuriquesa «Tamedia» (publica «Tages-Anzeiger», «Finanz und Wirtschaft», «Facts» y «Annabelle», entre otros). En la Suiza occidental la situación tampoco se pinta mejor: la casa editora de esa región «Edipresse» – dueña del 87% de los medios de la Suiza francesa – también pasa el lápiz

rojo a la lista del personal y cancela 13 puestos de trabajo de horario completo. Los sectores más afectados son la edición, la redacción, la técnica y la backoffice.

Hasta la editora «Ringier» (presente en el mercado suizo, entre otros, con «Blick», «Cash», «L'Illustré», «Schweizer Illustrierte» y «L'Hebdo») recorta los costos. El jefe del grupo, Martin Werfeli, ya anunció despidos en los sectores de dirección, redacción y administración y se refiere a una «calma chicha coyuntural».

Menos anuncios publicitarios

Son principalmente los periódicos grandes los que se quejan de menores ingresos de publicidad. A fin del año pasado, el volumen de los anuncios publicitarios de toda Suiza fue 13% inferior al del año anterior. El cantón del Tesino es el más afectado, con una merma del 18,9%, le sigue la Suiza francesa (-16%) y la Suiza alemana (-11,4%). Los periódicos de mayor tirada sufrieron las mayores pérdidas (-17,6%), mientras que la totalidad de los periódicos más pequeños hasta logró registrar un aumento del 7,7%. Entre los anuncios publicitarios, la mayor reducción se registró en los que ofrecen empleo.

Miedo al centralismo

No obstante estar subvencionados los medios, la multiplicidad de la prensa está lejos de ser segura. El editor de BaZ, Matthias Ha-

gemann, critica el hecho de que sólo existan tres regiones en las que no dictaminan los zuriqueses. Cita, junto a la Suiza noroccidental, a Argovia y a Los Grisones. En el resto del país, Tamedia, la editora NZZ o Ringier participan en los diferentes periódicos locales y regionales. El órgano oficial de la Asociación Suiza de Periodistas (ASP), «journalisten.ch», habla de la «maleabilidad de la columna vertebral periodística» refiriéndose a que cada vez son más los periodistas que, debido a premuras económicas, caen en el ambiente de las relaciones públicas y la sensacionalización. El Consejo de Prensa también habla de la dilución de los límites entre lo redaccional y la publicidad y lamenta una subrepticia orientación a la mercadotecnia. Los enlaces estructurales y la dependencia personal y económica en la vida cotidiana redaccional suscitan sutiles formas de influencia en los contenidos de los medios de comunicación.

El investigador zuriqués de medios de comunicación, Werner A. Meier dice: «La multiplicidad de los medios es un signo de vitalidad incondicional, pero yo la considero elementalmente amenazada.»

Traducido del alemán

