

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 45 (2018)
Heft: 3

Artikel: Se recrudece la crisis mediática
Autor: Müller, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908478>

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: 22.01.2025

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

popular encaminada a reducir este impuesto a la mitad. Cabe señalar que prácticamente todos los demás partidos, incluso los Verdes, también han planteado la necesidad para la SSR de adoptar medidas de ahorro y de reducción de plantilla. Sólo el Partido Socialista consideró que no había motivo para tomarla con la SSR. “A través de estas votaciones, el mensaje del pueblo es claro: ¡Basta con tanto teatro!”, declaró el jefe de fracción del Partido Socialista, Roger Nordmann.

Las finanzas federales quedan aseguradas

Una vez más, la Confederación tiene aseguradas sus finanzas. Con un 84,1 % de votos a favor, se aprobó el 4 de marzo el decreto federal relativo al nuevo régimen financiero para 2021. En sentido estricto, esta propuesta no presentaba nada nuevo. Se trataba sencillamente de dar continuidad a la política anterior. Con el aval del pueblo, el régimen financiero actual, que vencerá en 2020, se prolongará ahora hasta 2035. El impuesto federal directo y el impuesto sobre el valor añadido conforman juntos cerca de dos tercios de los ingresos totales de la Confederación. Ambos impuestos constituyen, por tanto, las principales fuentes de ingresos del país. Engrosan las arcas federales otros recursos financieros, tales como el impuesto sobre el petróleo, los derechos de timbre, el impuesto sobre tabacos y el impuesto sobre las ganancias de capital y loterías.

Es una característica del federalismo helvético que el régimen fiscal federal tenga una validez limitada en el tiempo. El Consejo Federal pretendía, en un principio, modificar el régimen financiero federal, de modo que le permitiese recaudar ambos impuestos por tiempo indefinido. Durante las consultas se manifestó cierta resistencia, por lo que a la postre se prorrogará tan sólo otros 15 años. El principal argumento a favor de este sistema es que la limitación temporal y el voto popular confieren mayor legitimidad democrática a la recaudación fiscal. (JM)

Se recrudece la crisis mediática

Después de la SSR, la Agencia Telegráfica Suiza (ATS), segunda institución mediática nacional, también se encuentra en el ojo del huracán. Entretanto, los medios de comunicación siguen concentrándose.

JÜRIG MÜLLER

En plena campaña electoral en torno a la iniciativa “No Billag”, distintos acontecimientos ocurridos en las primeras semanas y meses del año han venido a demostrar que la crisis del sector mediático suizo se ha recrudecido. La situación de la Agencia Telegráfica Suiza (ATS) resulta bastante dramática. Después de la SSR, otra institución mediática de servicio público se ve sometida a una enorme presión. El hecho de que la redacción haya llevado a cabo una huelga de varios días a finales de enero constituye un acontecimiento totalmente inusual en los medios de comunicación suizos y revela lo encallada que está la situación. Tras el anuncio, por parte de la dirección, de que se suprimirían 40 puestos de trabajo de tiempo completo de los 150 existentes, la chispa prendió fuego. Y el Director Markus Schwab echó todavía más leña al fuego al declarar en una entrevista: “La ATS sólo tiene que rendir cuentas a sus accionistas. No somos una asociación de beneficencia”. Una declaración que contradice lo que proclama el sitio web de la empresa: “La ATS no persigue, en principio, fin lucrativo alguno”.

Aunque la ATS apenas es conocida por el público en general, como agencia de noticias nacional constituye la columna vertebral del periodismo helvético y es, por lo tanto, una parte imprescindible del servicio público mediático. En una ocasión, el anterior Consejero Federal del Partido Liberal Radical, Kaspar Villiger, calificó acertadamente la agencia como “estación de ensamblaje de la realidad”. La ATS

no sólo suministra de forma ininterrumpida noticias en tres lenguas a casi todos los medios del país, sino también a administraciones públicas, organizaciones y empresas. Puesto que la Agencia Telegráfica da prácticamente cumplida cobertura de los debates parlamentarios, así como de todo lo que ocurre en el país en materia política y económica, desempeña además un importante papel archivístico.

Ingresos a la baja

La actual situación de encallamiento presenta un trasfondo complejo, que tiene que ver con la historia y la estructura de la empresa. Fundada en 1895 por los editores suizos, la ATS siempre ha tenido un problema de fondo: sus propietarios, es decir, los editores, son también sus clientes. Como propietarios deben velar por la buena marcha de la agencia, mientras que como editores aspiran a unas tarifas lo más bajas posibles. Esto funcionó relativamente bien en tiempos de prosperidad. Sin embargo, hasta hace poco las tarifas dependían de la tirada de los periódicos, y con el descenso de sus ventas también la ATS se vio sometida a presión. A principios de año se introdujo un nuevo sistema: además de la edición impresa también hay que tomar en cuenta otro criterio: el alcance de los medios de comunicación, tanto en papel como en línea.

Sin embargo, en vista del notable descenso de los ingresos a corto plazo, la dirección consideró necesario reducir la plantilla. A juicio de la redac-

ción, en cambio, la dirección carece de una estrategia claramente definida: no se sabe a ciencia cierta qué servicios prestará la ATS con su plantilla reducida. También la administración federal está involucrada, puesto que como cliente de la agencia desembolsa a la ATS unos 2,7 millones de francos suizos anuales. Lo cual plantea otra interrogante, de índole política: ¿debe la Confederación seguir brindando apoyo financiero a la agencia?

De forma paralela a la crisis de la ATS, los medios de comunicación clásicos se ven confrontados a profundos cambios. Ya en 2017, la baja de los ingresos publicitarios los golpeó duramente, dado que la publicidad como principal fuente de ingresos de las editoriales se ha venido desplazando hacia los gigantes de Internet. En el campo de la prensa la diversidad disminuye, mientras que la concentración se acentúa. Las redacciones se agrupan y suministran noticias centralizadas a los distintos periódicos.

Esta tendencia fue inaugurada por Tamedia, el grupo mediático de mayor alcance en Suiza. En 2017, Tamedia puso en marcha la modalidad más espectacular de concentración interna de la prensa: si bien este grupo sigue ofreciendo sus 14 títulos de periódicos, desde principios de año ha agrupado en una única redacción central las secciones de política nacional, noticias internacionales, economía, cultura, sociedad, información de fondo, ciencia y deporte.

Pietro Supino, editor y presidente del consejo de administración de Tamedia, es consciente de que la fusión de las redacciones supone “un punto sensible”, debido a que está en juego la “identidad de cada título en particular”. En el suplemento “125 años de Tamedia”, editado a principios de marzo de 2018 con motivo de su aniversario, constata lo siguiente: “Por tanto, es de fundamental importancia que esta

nueva estructura que agrupa los recursos, posibilite un periodismo de mejor calidad, para crear así una nueva identidad”. Si esto no se logra, se “afirmará con razón que hemos destruido valores. Sin embargo, si se logra y las primeras experiencias son positivas, estableceremos con ello una base sólida para el futuro del periodismo en Suiza”.

La funcionalidad en peligro

Los representantes de las redacciones observan esta evolución con una mirada mucho más crítica. Según ellos, genera situaciones grotescas: algunos de estos departamentos centrales cuentan con una dotación de personal excesiva, porque agrupan a los periodistas de los distintos periódicos. En cambio, los departamentos locales, con los que siguen contando los distintos periódicos, tienden a carecer de personal, debido a que no vuelven a cubrirse los puestos vacantes. Esto hace que peligre la funcionalidad de las redacciones, a juicio de un

conocedor de la materia. El consorcio aboga por las salidas naturales. Sin embargo, si no salen suficientes personas de forma voluntaria, se teme que ocurra próximamente una ola de despidos.

Entretanto, el consorcio Tamedia ha iniciado la adquisición de Goldbach, una sociedad especializada en la comercialización de espacios publicitarios. El objetivo de esta iniciativa es crear una de las empresas de comercialización de mayor alcance en Suiza. Goldbach organiza la mayor parte de la publicidad de las emisoras de televisión privadas de habla alemana que están en activo en Suiza.

Un periplo similar al de Tamedia lo está experimentando desde abril de 2018 también la editorial Somedia, en el cantón de Los Grisones. Los diarios *Südostschweiz* y *Bündner Tagblatt*, administrados hasta ahora en forma autónoma, estarán a cargo de una redacción central fusionada. Con la misma justificación: crear sinergias y ahorrar costes, lo que probablemente también conducirá a reducir la plantilla.

