Cuidar la imagen de Suiza : necesitamos nuevo brillo

Autor(en): **Schneider, Lukas M.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero**

Band (Jahr): **27 (2000)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-908794

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

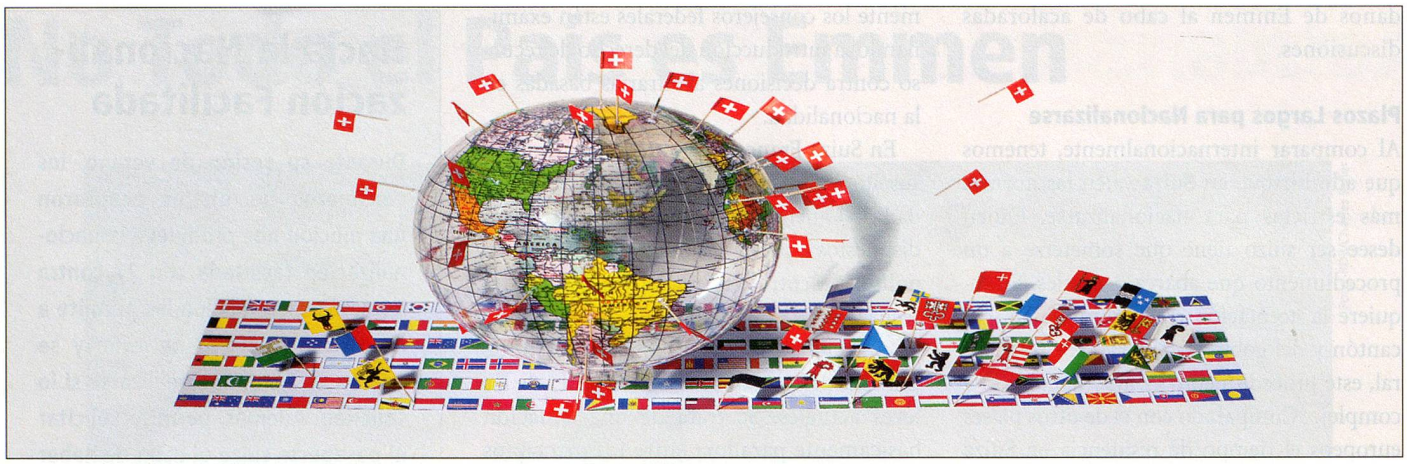

Ilustración: Eugen Bachmann-Geiser

La omnipresencia de Suiza en el mundo salta a la vista. Cada onceavo ciudadano suizo vive en el exterior.

Necesitamos Nuevo Brillo

DE LUKAS M. SCHNEIDER

La imagen positiva de Suiza en el exterior ha perdido brillo últimamente, sobre todo en los países anglosajones. Los consejeros federales están tratando de remediar la situación con su proyecto «Presencia Suiza».

VARIOS ESTUDIOS realizados últimamente demuestran que Suiza sigue contando con buena fama en el extranjero. No obstante, su imagen intachable ha sufrido a consecuencia del debate sobre el oro nazi robado y las cuentas sin noticias.

Vorort (la asociación central de la economía suiza) encargó una encuesta sobre la imagen de nuestro país en los EE.UU. Los resultados demostraron que el buen nombre de Suiza quedó criticado severamente sobre todo por los miembros de los círculos de opinión (intelectuales, políticos, periodistas), mientras que sigue intacto para la gran masa. Los bancos suizos fueron los que más perdieron su buen nombre.

Su actuación en el campo internacional de las finanzas también es juzgada negativamente por dos tercios de las personas a quien se les preguntó durante otra encuesta. Este informe recién publicado sobre la política exterior suiza y realizado por el Programa Nacional de Investigación, se limitó a los 15 países miembros de la Unión Europea. El resultado más importante de ese trabajo es que el interés por Suiza es muy limitado.

De la COCO a «Presencia Suiza»

El hecho de que la Comisión Coordinadora para la Presencia de Suiza en el Exterior (COCO) está siendo reorganizada demuestra que los miembros de los gremios suizos oficiales están plenamente conscientes de que hay que remediar la situación. Desde 1976, su tarea era coordinar la propaganda suiza en el extranjero. No por último por falta de fondos los responsables de la COCO sólo pudieron cumplir de manera muy modesta con sus tareas. Los impulsos decisivos faltaron.

Los encargados del gobierno están tratando de volver a empezar con base al fundamento existente y a las experiencias hechas. A partir de octubre del 2000 y bajo el nombre de «Presencia Suiza», se espera darle nuevo ímpetu a las campañas publicitarias para mejorar la imagen. Los fondos que se emplearán para ello aumentarán paulatinamente. Mientras que el último presupuesto anual de la COCO fue de CHF 2.4 millones, «Presencia Suiza» a partir del 2003 contará con CHF 13.8 millones. Con ello contará con condiciones para aumentar los empleados del secretariado de 5 a 10. El embajador Rudolf Bärfuss, vicepresidente de la COCO, espera que con esta medida las tareas de comunicación puedan llevarse a cabo con mayor profesionalismo y dinamismo.

EE.UU. Serán el Conejillo de Indias

Un punto central de las actividades de «Presencia Suiza» serán las campañas que se realizarán en países preseleccionados. Encabezan esta lista los EE.UU. En primer lugar se tratará de presentar las cualidades positivas de Suiza (multiplicidad, tradición humanitaria, democracia que considera los deseos del pueblo, sentido de la calidad, fuerza innovadora) bien empacadas. Bärfuss aún prefiere guardar silencio sobre los detalles: «En este momento sólo deseo descubrir que Nueva York será uno de los lugares importantes de la campaña, porque esperamos que allí el efecto en los medios de comunicación sea excelente.»

Nuevo Presidente de «Presencia Suiza»

Paul Reutlinger (57) será el presidente de «Presencia Suiza». Los consejeros federales nombraron al jefe de la compañía aérea Sabena a este cargo honorario que promete ser muy prestigioso. Según el portavoz del DFAE, Reutlinger, quien cuenta con gran experiencia internacional y quien presidió a Turismo Suizo entre 1994 y 1996, cuenta con las mejores cualidades para este cargo. LS