

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

**Artikel:** Una lucha encarnizada por la radio y la televisión  
**Autor:** Müller, Jürg  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-908477>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 03.04.2026

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



## Una lucha encarnizada por la radio y la televisión

El pasado 4 de marzo, la gran mayoría de los votantes rechazaron el ataque masivo lanzado contra la radio y la televisión suizas (SSR). Sin embargo, la SSR se ve presionada para reducir sus costes de operación.

JÜRIG MÜLLER

En los últimos años, los comicios han suscitado no pocas emociones entre los suizos y las suizas. Sin embargo, el país apenas ha presenciado una lucha electoral tan larga, encarnizada y memorable como la que se dio en torno a la iniciativa “No Billag”, donde lo que estaba en juego era nada menos que la existencia misma de la Sociedad Suiza de Radiodifusión y Televisión (SSR) y de 34 emisoras privadas de ámbito regional y local. Los promotores de la iniciativa, un grupo de jóvenes libertarios radicales, exigían la eliminación de la contribución obligatoria para la radio y la televisión, lo que habría supuesto el fin de la radiodifusión pública. La contienda electoral, marcada por una fuerte carga emocional, dio lugar a toda clase de exageraciones: mientras que los adversarios del referendo pronosticaban en tono apocalíptico el fin de la Suiza cuatrilingüe y la muerte de la democracia, sus defensores injuriaban las emisoras de la SSR, acusándolas de ser instrumentos de propaganda estatal.

### Un amplio frente a favor de la SSR

A finales de otoño de 2017, cuando empezó la contienda electoral, la cosa no pintaba mal para los promotores. De acuerdo con las primeras encuestas, la SSR, una de las instituciones públicas con mayor tradición e historia de Suiza, podía hacerse añicos. Y ello a pesar de que el Consejo Federal, el Parlamento y todos los partidos, con excepción de la UDC, rechazaban la propuesta. Sin embargo, los distintos grupos sociales no tardaron en darse cuenta de lo que podían perder: se formaron asociaciones, organizaciones, comités en todas las re-



Gilles Marchand, Director General de la SSR, declarando ante la prensa en Berna tras el rechazo de la iniciativa “No Billag”, el pasado 4 de marzo. Fotografía: Keystone

giones del país y procedentes de los entornos más diversos; ciudadanos, amantes de la música folclórica, escritores, deportistas, artistas, músicos, famosos y personas influyentes de todos los ámbitos lucharon con gran ahínco por la radio y la televisión suizas.

Al final no sólo dio un vuelco la tendencia, sino que la iniciativa fue rechazada con un inesperado 71,6 % de los votos, y por parte de todos los medios sociales. Los vencedores calificaron el resultado como gran reconocimiento de la radiodifusión pública, de su papel unificador en la Suiza cuatrilingüe y un voto en contra de todo intento por dividir el país. Por su parte, los derrotados promotores de la iniciativa se jactaron de haber puesto sobre la mesa un debate pendiente desde hacía mucho tiempo en torno a la política mediática.

### Un paquete de medidas destinadas a ahorrar 100 millones de francos

De hecho, la iniciativa generó una enorme presión sobre la SSR, cuyo

Director General, Gilles Marchand, reaccionó esa misma tarde de domingo de la votación: anunció un paquete de ahorro de 100 millones y la renuncia a toda publicidad que interrumpa las películas. Asimismo, la SSR ya no publicará más textos en línea sin relación con los programas emitidos, es decir, renuncia a su oferta de publicaciones similares a las que proponen los periódicos. Con ello, cede a las exigencias de los editores privados.

Haciendo alarde de una audacia poco común, los perdedores exigieron poco después de la votación que la SSR redujera drásticamente sus costes de operación, a pesar del contundente respaldo de la población a esta institución. La UDC llegó incluso a exigir que las empresas quedaran exentas del impuesto y que a partir de 2019 éste se redujera para los hogares de 365 a 300 francos anuales (en 2018 asciende todavía a 451 francos). En caso de que esta demanda no prospere en el Parlamento por falta de mayoría, la UDC se guarda un as en la manga con una iniciativa

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-