

# ■ Deutsche Welle se expande en América Latina



Entrevista con Erik Bettermann, director general de Deutsche Welle

/ Karla Berndt

**S**eñor Bettermann, el 6 de febrero de 2012 Deutsche Welle (DW) puso en marcha la ampliación de su oferta televisiva en español para América Latina de dos a 20 horas de emisión diaria, ¿qué hace a esta región tan importante para la cadena internacional de Alemania?

Latinoamérica mantiene estrechos lazos históricos y culturales con Europa. Es un subcontinente que ostenta un enorme potencial político y económico. Nuestro compromiso con América Latina es un reflejo de la importancia que esta región tiene para Alemania. La nueva programación que dirigimos a los espectadores desde México a Tierra de Fuego forma parte de un proceso integral de reestructuración de nuestra oferta televisiva, de nuestra presencia en Internet –bajo la dirección [www.dw.de](http://www.dw.de)– y de nuestro diseño corporativo. El objetivo principal de la reforma es mejorar la comunicación con la audiencia a través de nuevos canales idiomáticos, de una programación regionalizada y de un contenido variado, multimedia y multilingüe en la Red.

**¿Cuál es el mensaje que Deutsche Welle le quiere transmitir a su audiencia?**

Como canal para el exterior, Deutsche Welle representa a Alemania – una nación anclada en la tradición cultural europea y un Estado liberal, democrático y de derecho – en el ámbito mediático internacional.

DW trabaja de manera independiente para dar a conocer los hechos y procesos que tienen lugar en Alemania y destaca los diferentes puntos de vista, entre ellos el alemán, acerca de acontecimientos importantes. La cadena promociona el intercambio y el entendimiento intercultural y humano, al tiempo que abre un

acceso al idioma alemán.

Las personas a las que nos dirigimos en América Latina son aquellas que se interesan por Alemania y Europa, especialmente si se trata de líderes de opinión. En los países autoritarios buscamos llegar principalmente a quienes luchan por la democracia, los derechos civiles, las libertades y el desarrollo.

**El mercado televisivo latinoamericano se está viendo desbordado por un sinfín de proveedores internacionales, públicos o privados, como por ejemplo CNN, Russia Today y CCTV, ¿cuál es la estrategia de Deutsche Welle para tener éxito en un ámbito tan competitivo?**

Como canal de servicio público, DW es consciente del papel de 'guía de confianza' que ejerce para el público y brinda información imparcial y periodismo de calidad. En lugar de sensacionalismo, nosotros apostamos por la cobertura plural e independiente, cosa que en nuestro caso está garantizada por la Ley Deutsche Welle.

Para llegar mejor al público objetivo, DW está ahora presente en América Latina con dos canales de televisión. El primero es DW (Latinoamérica), que incluye 20 horas de programación en español y cuatro en alemán, poniendo a disposición de los espectadores hispanohablantes contenidos regionalizados como el programa 'Claves', una coproducción con nuestros

socios en Chile y México.

Durante mi visita a Chile el año pasado participé en un talk show en el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos producido conjuntamente por ARTV y DW y titulado 'Medios y Derechos Humanos'. Talk shows sobre este tipo de temas son una manera directa y efectiva de unir a gente de diferentes culturas y nos otorgan una buena plataforma para conocernos mejor. Por esa razón, para promover el intercambio bilateral, hemos aumentado el peso de este formato en nuestra programación.

En febrero de 2012 inauguramos en Buenos Aires la cuarta correspondencia en el extranjero, que le servirá de refuerzo a la cobertura



de la región desde la región. El segundo canal para este continente es DW (Amerika), dirigido al público germano parlante con 20 horas de emisión diaria en alemán y cuatro en inglés. Gracias a la intensificación de la colaboración con ARD y ZDF podemos utilizar más programas de estas otras dos emisoras públicas alemanas.

Unos 850 socios de toda la región han incluido ya la programación de DW y seguimos negociando para que sean más los que lo hagan. VTR, el mayor operador de cable de Chile, ha incorporado DW (Latinoamérica) a su red y compañías de comunicación como Movistar y GTD han integrado DW (Amerika) en sus plataformas.

### **Alemania mantiene una estrecha relación económica con Chile y con América Latina en general, ¿cómo refleja la programación de DW el desarrollo en el mundo económico?**

La temática de nuestros programas varía desde la política, la economía, la ciencia y el medio ambiente hasta el entretenimiento, el lifestyle, la música y los cursos de alemán. Los temas económicos más relevantes se destacan cada día en espacios como 'Journal' y especialmente en magazines como 'Economía Actual' y 'Hecho en Alemania'.

Más allá de la programación, Deutsche Welle, como empresa mediática independiente, coopera con compañías alemanas y europeas, además de renombrados institutos de investigación, en proyectos de I+D, con frecuencia cofinanciados por la Unión Europea. Dichos proyectos nos sirven para mantener a DW constantemente al día de los avances tecnológicos en el campo de los medios que impactan en nuestra producción de contenido multimedia y en nuestras multiplataformas de



distribución. Eso nos permite experimentar con tecnologías, servicios y conceptos como el 'cloud computing' o el periodismo de datos cuando se encuentran aún en sus estadios iniciales, de manera que permanecemos siempre en primera línea tecnológica.

### **Como menciona usted, sobre todo en la última década el desarrollo tecnológico ha variado radicalmente las formas de comunicarse y el modo en que las audiencias consumen la oferta mediática, ¿qué desafíos supone esto para canales internacionales clásicos como Deutsche Welle?**

Desde su fundación en 1953, DW se ha visto sometida a una gran transformación a partir de la cual ha pasado de ser una emisora de onda corta a convertirse en un actor multimedia y multilingüe entre los canales internacionales. Uno de los ma-

yores pasos dados en este proceso fue la ampliación del contenido multimedia a 30 idiomas, incluyendo una oferta digital en español y portugués para Brasil. A través del Media Center, el usuario tiene acceso a toda la producción audiovisual de DW.

Demográficamente, América Latina es un subcontinente joven. Para llegar a las nuevas generaciones en esta región, DW ha reforzado sus servicios móviles y su actividad en redes sociales como Facebook y Twitter.

### **Señor Bettermann, el año pasado usted visitó varios países latinoamericanos y se reunió con representantes políticos, económicos y del mundo mediático.**

**Su gira le llevó también, como nos contaba, a Chile, ¿qué fue lo que más le llamó la atención de este país?**

La primera vez que estuve en Chile fue en 1970, y el país se encontraba en circunstancias políticas totalmente diferentes. El desarrollo que ha llevado a cabo a lo largo de las últimas décadas es impresionante. Como muchos otros Estados latinoamericanos, Chile ha experimentado una gran transformación política, social y económica. A la hora de reflejar estos cambios, los medios de comunicación juegan un papel fundamental, y al mismo tiempo no deben olvidar su función social de guardianes.

Como canal internacional, Deutsche Welle no sólo ha sido testigo ocular y acompañante de este proceso con su programación, sino que también ha contribuido y contribuye activamente al desarrollo de los medios en Latinoamérica, por ejemplo con los proyectos de formación y asesoría que la DW Akademie oferta a nuestros socios locales.

Europa ha inspirado a muchos grandes espíritus latinoamericanos, como al poeta Pablo Neruda o a la escritora Isabel Allende, que a la vez han influenciado la percepción que los europeos tienen de América Latina. Espero que DW le abra con su nuevo rostro otra ventana hacia Europa a la gente de este continente, y viceversa. 🇪🇺

Programación: [www.dw.de/reception](http://www.dw.de/reception)  
 DW en español: [www.dw.de/spanish](http://www.dw.de/spanish)  
 DW en alemán: [www.dw.de/german](http://www.dw.de/german)  
 Preguntas sobre la programación y la recepción: [info@dw.de](mailto:info@dw.de)