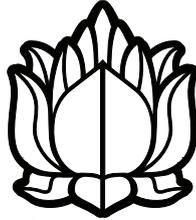


## *Cátedra Libre India Siglo XXI*



# Entrevistas



**Cátedra Libre  
India Siglo XXI**

**Entrevista a cargo de:**

**Hernán Lucena Molero  
María Gabriela Mata Carnevali**  
CEAA/ULA  
MÉRIDA-VENEZUELA  
clibreindia21@gmail.com



Centro de Estudios de África y Asia  
"José Manuel Briceño Monzillo"

Centro de Estudios de África y Asia  
"José Manuel Briceño Monzillo"  
Avenida Principal Hoyada de Milla, Casa N° 02-76  
Mérida, Estado Mérida - Venezuela  
Código Postal: 5101  
Telefax: (0058) 0274 - 2401885

# Om Gupta

PERIODISTA Y DECANO DE LA UNIVERSIDAD RAI,  
ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

## **Dado que India es un país multicultural, con muchos idiomas y dialectos ¿Cómo hacen los medios de comunicación para llegar a un público tan diverso?**

En India tenemos 18 lenguas aceptadas por la Constitución. Hay una política lingüística de estado, según la cual en cada región los alumnos tienen que aprender tres idiomas. El idioma nacional, el hindi, el idioma gubernamental, el inglés, y por supuesto, su idioma materno. Es así como mediante esta política de tres lenguas, es posible comunicarse entre todos. Ahora la realidad lingüística es tal que casi toda la gente habla y entiende más de un idioma. Sin embargo, los medios han hecho un gran esfuerzo por hablarle a cada quien en su lengua nativa.

El primero de los medios que habría que mencionar es el cine. Es el más importante. India tiene una industria de cine gigantesca, cuyas producciones se realizan mayormente en hindi, pero se proyectan con subtítulos en las diferentes regiones. Se le considera un factor de unión nacional, como el críquet. Todos los indios, sin importar que lengua hablen, de que región sean o que religión profesen, responden con el mismo entusiasmo a los dramas de Bollywood.

En materia de impresos, hay 52.000 publicaciones al año (diarios, semanarios, revistas quincenales o mensuales). Gran parte de esas publicaciones son editadas en las lenguas regionales. Luego tenemos una muy grande agencia de noticias que se encarga de la circulación de la información a escala nacional. Esta agencia recopila toda la información producida en el

país y la traduce al hindi y al inglés para los medios de circulación nacional y para las diferentes regiones en donde se publica en el idioma local.

También tenemos una cadena de radio que llega hasta el último rincón del país que transmite en hindi y en inglés, y últimamente se ha abierto a otros idiomas. Claro que es del Estado, por tanto tiene un enfoque favorable al gobierno de turno. Aparte de esta gran cadena estatal existen, por supuesto canales privados que transmiten mayoritariamente en las lenguas regionales.

Luego vendrían los canales de televisión que transmiten en hindi, inglés y también en las diferentes lenguas regionales. Muchos de estos canales pertenecen a la misma compañía, la cual, por así decirlo, tiene sucursales en las regiones. Dicen lo mismo en diferentes idiomas.

Es decir, que los medios se las han ingeniado para hablarle a la gente en su idioma nativo.

**Históricamente, los intereses políticos y económicos se han combinado para hacer de la libertad de expresión un ideal lejano. En América Latina la información internacional nos viene a través de las agencias internacionales de noticias... todas ellas (AP, Reuter, EFE, ANSA, AFP) vinculadas al mundo industrializado y fieles a su visión particular de lo que alguna vez fueron sus colonias y hoy constituyen importantes áreas geopolíticas. En el caso de la India, ¿usted considera que tienen una información internacional objetiva?**

Desafortunadamente, a la población india no le interesa mucho lo que pasa en el resto del mundo. Tenemos la BBC y CNN, aparte de eso sólo una o dos personas hacen análisis en dos o tres canales de televisión. En la prensa igual. A menos que algo muy grande suceda como el ataque terrorista a las torres gemelas de NY el 11 de septiembre de 2001, la verdad no se da mucha cobertura a los asuntos internacionales. Es por eso que para nosotros esto no es un problema. Sin embargo, para aquellas personas interesadas en las relaciones internacionales, los periodistas, los círculos académicos y otros, definitivamente, como usted señala, las opciones son pocas, las fuentes limitadas, y su punto de vista puede verse influenciado por el “orden informativo mundial”, por llamarlo de alguna manera.

**Y en relación con la libertad de expresión en India misma.  
¿Se siente usted, como periodista, en la libertad de decir todo  
lo que quiere decir?**

Doscientos por ciento.

No existe ninguna presión de parte del gobierno. Pero hay otras presiones. La del mercado por ejemplo. Estos días los periódicos se preocupan demasiado por los intereses de los anunciantes y los gustos de la gente. Por eso la mayor parte de los periódicos digamos que están orientados o influenciados por el mercado.

**De hecho, notamos, sobre todo en algunos periódicos del sur el peso de la farándula y los deportes, y por supuesto la propaganda, en detrimento de otro tipo de informaciones y sobre todo de artículos de opinión o análisis, que son muy pocos. Esto nos da pie para preguntarle por la calidad de los medios de comunicación en India. ¿Considera usted que, en general, se está haciendo un buen periodismo?**

Por los últimos doscientos años la realidad de los medios en India era como usted la describe, pero ahora las cosas están cambiando. Y están cambiando más en la prensa local que como le dije se expresa en la lengua nativa. Allí cada vez más se tocan los problemas de la gente, cuáles podrían ser las posibles soluciones, qué se está haciendo. Pero, en el ámbito nacional, sobre todo la prensa escrita en inglés, que es a la que usted ha tenido acceso, no.

Pero India es un país muy politizado. Le gusten o no a la gente, las informaciones políticas siempre tendrán un espacio privilegiado.

Así pues, en mi opinión, puede que otros piensen diferente, aparte del mercado, no hay presiones externas sobre los medios. Sin embargo, existen otros elementos que determinan el trabajo, y bien vale la pena mencionarlos. Me refiero a los prejuicios que desde el interior de cada uno de los individuos que laboramos en los medios estipulan lo que se hace y se deja de hacer.

Por ejemplo, los medios siguen estando mayormente orientados al gusto de los hombres, porque están manejados por hombres. 95% de los periodistas son hombres. Es decir, que el punto de vista femenino casi no se ve reflejado. También pudiera decirse que tienen mayor cobertura los intereses y puntos de vista de los ricos y empresarios que los de la gente pobre. Si los precios de los carros suben esto irá en primera página, pero si suben los precios de las bicicletas, medio por el cual se movilizan las grandes mayorías,

quizás ni aparezca. Además habría que señalar una clara preeminencia de la cultura hindú sobre las otras. 85% de los indios profesan la religión hindú, 12% son musulmanes y el resto está repartido en muchas otras religiones minoritarias. Así pues hay un matiz hindú que no ha sido buscado pero se ha dado en forma natural. Las festividades hindúes tienen mayor y mejor cobertura que las otras. Luego también hay que reconocer que, en general, lo urbano predomina por sobre lo rural. La mayor parte de los lectores se encuentra, por supuesto, en los grandes centros urbanos. Por ello, la vida de las ciudades se ve mejor reflejada que la de los pueblos o aldeas.

### **Hablemos ahora de los medios y el poder, mejor dicho del poder de los medios ¿Siente usted que en India los medios influyen en la dirección política de la nación o no?**

A un nivel colectivo pudiera decirse que, como es normal, los medios juegan un papel contralor y hasta de oposición al gobierno de turno, pero desafortunadamente en el ámbito individual las consideraciones comerciales están forzando a las nuevas generaciones de periodistas a alinearse con los partidos políticos y los líderes políticos, lo cual obviamente determina la orientación de sus trabajos. Es decir, habría una cierta deformación del papel esperado de parte de los medios en función de algunos intereses particulares. Pero esto no es generalizado.

### **¿Existe una ley de medios en India?**

No, no hay una ley especial para los medios de comunicación. No hay un marco legal que ponga límites al trabajo de los periodistas. Las instituciones gubernamentales, el Ejecutivo, el Legislativo y el Poder Judicial tienen en general una visión muy liberal hacia los medios pues presuponen que el trabajo que hacen es en función del bienestar colectivo.