

EL TOPIAL

BOLETÍN BIMESTRAL DE ANÁLISIS Y REFLEXIÓN

SERVICIOS PARA UNA EDUCACIÓN ALTERNATIVA A.C.



**LAS MUJERES,
NOTICIA INVISIBLE**
Soledad Jarquín Edgar

**VIENTOS DE FUEGO
EN TIERRAS DE NUBE**
Ma. Elena Martínez/Sócrates Vásquez

**LOS MEDIOS
DEMOCRÁTICOS**
Verónica Villalvazo

**APROPIACIÓN DE LOS MEDIOS
EN LA SOCIEDAD CIVIL**
Melquiades Cruz Kiado

Marcos Arturo Leyva Madrid
Ana María García Arreola
Miguel Ángel Vásquez de la Rosa
Comité Directivo

Marcos Arturo Leyva Madrid
Director

Angélica Castro Rodríguez
Miguel Ángel Vásquez de la Rosa
Proyecto Transformación Política

Ana María García Arreola
Nefthalí Reyes Méndez
Proyecto Derechos Indígenas

Araceli Carvajal Morales
Elisa Castillo Morga
Proyecto Desca

Melquiádes Cruz Miguel
Comunicación

Martha Elena Espina Cruz
Serena Herrera Ambrosio
Inés Salmerón Villavicencio
Administración

Cristina Salazar Martínez
Asistente

Diseño
mariolugos • axel alarzón



EDUCA A.C.
Escuadrón 201 N° 203. Colonia Antiguo
Aeropuerto CP 68050
Oaxaca, Oaxaca, México. Tel Fax. (951)
5136023 - 5025043.
educa@prodigy.net.mx
www.educaoaxaca.org
www.usosycostumbres.org



Esta publicación se realizó con el apoyo solidario de la Fundación Rosa Luxemburg Stiftung.

EDITORIAL

Nadie en su sano juicio puede negar la importancia de los medios de comunicación. En la actualidad, estos medios son espacios vitales para comprender lo que acontece en la vida pública. Los medios no sólo se han convertido en arena de debate y deliberación política, se han constituido en factor fundamental en la construcción de la agenda de interés colectivo. No hay tema que impacte a la sociedad que no pase por la descripción, análisis e incluso por el juicio de los medios de comunicación. Sin embargo, los medios también han sido objeto de fuertes críticas, en particular los medios comerciales, quienes han sido acusados de distorsionar la realidad, cuando no de falsearla o, en el mejor de los casos, simplificar los fenómenos sociales complejos (Crisis Política de 2006), respondiendo más bien a intereses económicos o políticos de la clase gobernante. Amplios sectores de la ciudadanía se quejan de esta desinformación alentada por los medios de comunicación dominantes. Frente a esta grave crisis de información han surgido de forma asombrosa medios de comunicación bajo nuevas identidades: “alternativos”, “independientes”, “comunitarios”, “libres”. Muchos de estos medios tienen como pretensión dar voz a las demandas de sectores frecuentemente invisibilizados. Destacan en este renglón las radios comunitarias, televisión alternativa, blog’s, medios impresos, agencias independientes. Esto ha traído como consecuencia una fuerte reacción gubernamental exigiendo su “legalización”, especialmente de las radios comunitarias.

En este número EL TOPIL analiza los medios de comunicación como “los nuevos espacios de lucha política”. Durante este recorrido Soledad Jarquín nos dice: *La respuesta a la invisibilidad de las mujeres en los medios tiene su origen en la división del trabajo: el espacio privado para ellas, el espacio público para ellos. Planteamiento que sigue “gobernando” el mundo pese a que ellas son mayoría. Y además explica como romper las barreras que impiden la ciudadanización de las mujeres en los medios de comunicación ha sido una ardua y difícil tarea.* Sócrates Vásquez y María Elena Martínez nos describen la experiencia de la radio comunitaria Jēnpoj (Vientos de Fuego). Ellos afirman que *producir y difundir en radio en la lengua materna representa una manera de contrarrestar los estereotipos que se han promovido desde la escuela.* Verónica Villalvazo señala: “La importancia del trabajo democrático en los medios es sin duda mantener la memoria fresca”. Para finalizar Kiado Cruz nos habla de la apropiación de los medios desde la sociedad civil: “el proceso de democratizar la expresión, de crear nuevas y más amplias formas de expresión, acompaña la esperanza de la sociedad para forjar nuevas formas de democracia”.

LAS MUJERES, NOTICIA INVISIBLE

Soledad Jarquín Edgar - Premio Nacional de Periodismo 2006

CIMACNOTICIAS

Desde hace 15 años, cada mañana extendiendo la primera plana de los periódicos impresos –actualmente también en su presentación electrónica- y busco las noticias de las mujeres. Nada, todavía nada. Con excepción de algunas fechas emblemáticas como el 8 de marzo o el 25 de noviembre, el resto del año las mujeres desaparecen de los medios. La respuesta a esta invisibilidad de las mujeres en los medios tiene su origen en la división del trabajo: el espacio privado para ellas, el espacio público para ellos. Planteamiento que sigue “gobernando” el mundo pese a que ellas son mayoría, la tercera parte de los hogares (en Oaxaca) está jefaturado por una mujer y la mitad o más de la mitad de universitarios son mujeres. En el mundo, revela el monitoreo global de medios realizado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), el diez por ciento de la información que se produce y publica tiene como foco central a las mujeres y, peor aún, sólo cuatro por ciento de esas noticias reflejan las desigualdades de género. Esto, a pesar de que la participación de las mujeres en los ámbitos público y social está por encima de esa cifra.

Se confirma “la imposición patriarcal del silencio que rige para las mujeres desde los tiempos más remotos (que) las hizo invisibles, sin legitimidad de voz y de presencia”, como plantea la periodista feminista, Ana María Portugal. En el fondo, afirman expertas en la materia como Joana Gallego, Martha Bach y Montserrat Puig, entre otras, lo que hay es un ocultamiento o subordinación de las mujeres. El protagonista de la información por excelencia es un hombre, el líder en su campo y con un discurso apropiado para ser interpretado por los medios”, la mirada androcéntrica sobre la realidad, con el convencimiento de que es una aproximación objetiva y neutra, pero que dista de la realidad. Como hemos visto -a pesar de que cada vez más mujeres están en los medios de comunicación, industrializados o alternativos-, todavía quienes toman las decisiones sobre cómo jerarquizar la información no pasan por la necesidad de una igualdad genérica. Por tanto, estos instrumentos, “los mayormente globalizados en el mundo, reproducen las imágenes que responden al mundo del poder: caricaturas, cómics, novelas del corazón, pornografía, publicidad e información”, reflejan imágenes y lenguajes sexistas, subordinación, discriminación y marginación, sostiene la periodista mexicana Sara Lovera.

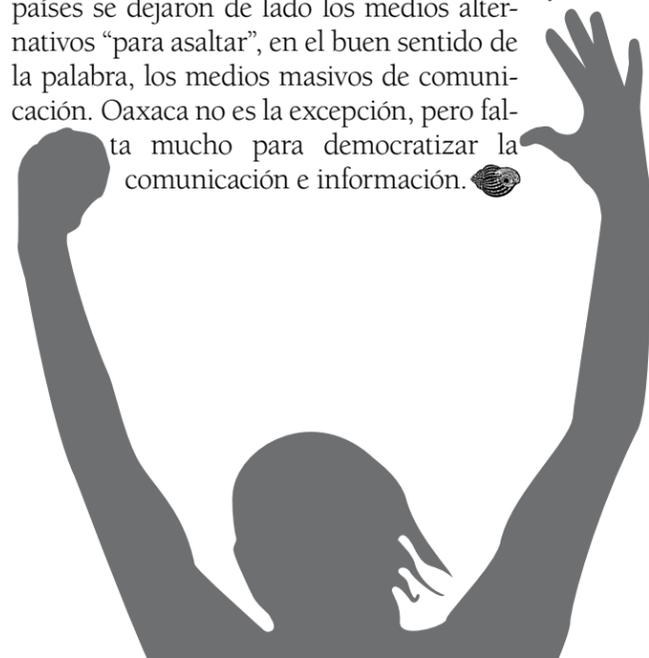
La feminización de la pobreza, la cada vez más alta migración de mujeres, la violencia de género, en todos sus tipos incluyendo el feminicidio, la alta mortalidad de mujeres por padecimientos prevenibles

como el hecho de dar vida, el analfabetismo y la brecha que se abre con el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, la discriminación laboral, política o en la tarea pública y otros muchos temas, no son vistos como noticia, a pesar de que esta desigualdad cobra miles de vidas cada año o producen incalculables pérdidas materiales, lo que confirma que los medios de comunicación de masas no responden a la realidad social. Entonces, los medios, como espacios “democráticos de comunicación”, no siempre tienen como foco de atención a toda la gente, son “cajas de resonancia de los poderes”, como asegura Lovera. Es decir, los medios con lenguaje sexista las hacen invisibles, continúan utilizando clichés o estereotipos y, peor aún, se trivializan sus necesidades y preocupaciones. Un caso concreto es la violencia, al reproducir las imágenes sangrientas, recrear historias –casi siempre falsas– alrededor de las víctimas, hacer eco de los planteamientos de investigación vinculados a la vida “íntima” de las mujeres agredidas y las declaraciones de funcionarios que se niegan a reconocer la violencia de género, el resultado: la permanente distorsión de la condición social de más de la mitad de la población.

Romper las barreras que impiden la ciudadanía de las mujeres en los medios de comunicación (sujetos, no cosas) ha sido una ardua y difícil tarea. Hoy, muchos medios aseguran que las han incluido porque han designado la “fuente de género” o la fuente de “las mujeres”. Esta “inclusión” es en número pero no en contenido. Los medios tendrían que transversalizar sus agendas de comunicación e información desde la perspectiva de género para responder a la realidad actual, de lo contrario seguirán ocultando a la mitad de la población. Más aún si consideramos que la comunicación e información son mecanismos de presión social que podrían contribuir al cambio y hacer posible el ejercicio de derechos de unos y otras. Está dicho: el camino es rom-

per el miedo a llamar a cada cual por su nombre. Construir la realidad significa hacer visibles a las mujeres; ocultarlas en el lenguaje e imágenes, contribuye a favorecer el dominio de unos y la subordinación de otras y, finalmente, como propone la académica española Mercedes Bengoechea, debemos utilizar el lenguaje incluyente no sexista; es decir, aquel que no oculta, no humilla a ninguno de los sexos, no diferencia, no denigra, no discrimina, no subordina, porque en una sociedad democrática la referencia entre hombres y mujeres debería ser idéntica. Lograr este objetivo es el camino que plantean las redes de periodistas y comunicadoras que buscan la organización de las trabajadoras de la escritura y el manejo de los medios: periodistas, escritoras, publicistas e intelectuales unidas para expandir nuestras voces. Usar el método de la inducción, educar en feminismo a las comunicadoras y educar en femenino a los comunicadores, posibles y potentes aliados para el cambio de nuestra representación en los medios.

Tarea que hace más de dos décadas inició Sara Lovera junto con un grupo de periodistas, creando para ello CIMAC e impulsando las redes de periodistas que hoy se multiplican en países de América, Europa y África. Hay avances, en algunos países se dejaron de lado los medios alternativos “para asaltar”, en el buen sentido de la palabra, los medios masivos de comunicación. Oaxaca no es la excepción, pero falta mucho para democratizar la comunicación e información.



Si la comunicación tiene como adjetivo “comunitaria”, por principio tendría que contemplar los aspectos de la vida cotidiana de los habitantes de las comunidades (los niños y las niñas, jóvenes, mujeres y hombres, ancianos y autoridades). Esto significa que la radio tiene que contemplar en su barra programática aspectos de la agricultura, fiesta, religión, organización, trabajo-oficio, lengua y naturaleza.

María Elena Martínez Torres - Sócrates Vásquez García
RADIO COMUNITARIA JËNPOJ

La historia del surgimiento de la radio comunitaria Jënpoj (vientos de fuego) -en Santa María Tlahuitoltepec Mixe- comparte, con otras radios, la lucha por defender el derecho a la libertad de expresión, por una diversificación de medios comunicativos cuando los canales de comunicación tradicionales fueron rebasados por la misma dinámica de la comunidad, pero también como una forma de resistir y superar el aislamiento físico-simbólico e históricos de los pueblos. El ejercicio de la libertad de expresión es un derecho humano universal y reconocido en los tratados internacionales que México ha adoptado, sin embargo, éste se confronta a realidades concretas en las que es violado de manera constante, lo cual no sólo impide que los pueblos reproduzcan su palabra, sino que significa una negación histórica de la realidad multicultural. El aislamiento físico podemos entenderlo a partir de las condiciones geográficas y las carencias en telecomunicaciones y transporte, mientras que el aislamiento simbólico es parte de un proceso histórico que niega las culturas indígenas dificultando los aprendizajes y las relaciones interculturales respetuosas al implementar proyectos asimilacionistas e intervenciones desfasados de los intereses y expectativas de los pueblos.

En este contexto surge la radio comunitaria Jënpoj como una necesidad de difundir a

partir de “nosotros mismos las características de nuestra cultura”, como una forma de romper o bien superar el aislamiento cultural simbólico, pero también como una exigencia social al verse rebasados los canales tradicionales de comunicación cuando comenzaron nuevas dinámicas de relación social, promovidas por una búsqueda de satisfacción de necesidades. Varias cuestiones alentaron un movimiento por la radio: la falta de espacios de expresión de nuestras comunidades indígenas en los medios masivos de comunicación, prensa, radio, televisión e internet, donde se priorizan notas que generan morbo y expectación, bajo una lógica de competencia y lucro; por otro lado, la información que se emite no es de gran trascendencia para nuestras comunidades, muchas de las veces estas son perjudiciales y en otras ocasiones van en contra de nuestros principios comunitarios, o solamente somos noticia y salimos a la luz pública cuando sucede una tragedia.

En agosto de 2001 se establece la radio comunitaria ayuujk en transmisiones de prueba, como parte del Plan Comunal de Desarrollo de Tlahuitoltepec encabezado por las Autoridades Municipales y Agrarias. El equipo promotor se conformó con jóvenes universitarios originarios de la comunidad, con fuerte arraigo y compromiso social. La idea de impulsar un proyecto radiofónico fue promover la cultura ayuujk y

construir espacios que el estado había dejado olvidados, se considero como urgencia al no encontrar canales de expresión y reproducción de la propia cultura. Por eso se insistía en que “la comunicación nos permite revalorar nuestro acervo cultural, herencia de nuestros antepasados, ésta tiene como base la coexistencia con el universo, pues se fundamenta en una visión filosófica de complementariedad y no de lucha fraticida”. (Taller de Radio Comunitaria, Tlahuitoltepec Agosto 2001) Los alcances de la comunicación electrónica movilizan la comunicación intergeneracional, pues aunque a ésta se le atribuye la permanencia de la cultura, lo que la radio ofrece es la comunicación de los pueblos, revitalizando la solidaridad, la reciprocidad, el tequio.

Desde dónde y cómo concebimos la comunicación, que se refleja en la barra programática, como resultado de una discusión conjunta principalmente entre el colectivo de la radio y las autoridades agrarias y municipales. Sin embargo, en ella se refleja gran parte de la cotidianidad y de las enseñanzas de los adultos. Sus ideas están implícitas. La radio gira en torno a tres eje fundamentales, es parte de una

construcción colectiva entre los jóvenes a partir de diversas reflexiones como Ayuujk jáá'ay

El nakyäjpwxwëjè implica que la radio tendrá la característica de transmitir temas educativos y culturales que cumplen la función de revitalizar nuestra forma de vida e impulsar a la gente hacia el desarrollo y planeación comunitaria. El natyukmatowë alude a que la gente de la comunidad participe, informando algún hecho trascendente desde fuera y dentro de la comunidad, pero esta información no debe ser nada más información, tiene que transformarse en comunicación, de manera que cause respuestas del público, y también como condición, la información será tratada con gran responsabilidad evitando la difamación. El kajpxyë'yën, en este apartado es donde se difundirán temas de interés común, tales como derecho indígena, autonomía, medio ambiente, Recursos Naturales, etc. Y también como son proyectos y planteamientos comunitarios. Producir y difundir en radio en la lengua materna representa una manera de contrarrestar los estereotipos que se han promovido desde la escuela. 🌀

LOS MEDIOS DEMOCRÁTICOS

Verónica Villalvazo
FRIDAGUERRERA



La información siempre ha sido una forma de manipular los aspectos sociales, hasta la forma que individualmente tenemos de conducirnos, los medios convencionales sobre todo aquellos como la televisión la cual sin duda, entra a millones de hogares, han logrado polarizar sociedades creando con esto guerras intensas de ideología hasta dentro de las familias. Eso se pudo palpar sin duda durante el 2006 con los hechos que se vivían con el fraude electoral, así como con el terrible conflicto que se dio en la bella Oaxaca.

“Sin democratización de la comunicación, no hay democracia” fue una proclama, un grito, que se extendió por Latinoamérica a inicios de los '80, y la cual tomó un nuevo aire con los hechos antes mencionados. Y es cuando tal parece que ese grito de los ochenta, toma una fuerza mayor que aquellos ayer, tomar una cámara de video, foto, crear con la tecnología, radios alternativas por internet, muestra que mucho de lo vivido en Oaxaca, brinco las barreras locales, para convertirse en notas que en segundos daban la vuelta al mundo. Ciudadanos comunes de otros estados y países, y de la misma Oaxaca, empezaron a recabar la información sobre lo violento de este gobierno, para entonces darle paso a la voz de aquellos que tal vez la tenían; pero de una manera manejada por los mismos medios comerciales, para satanizar la lucha por la que atravesaban. Muchos de los que hasta el momento mantienen a los conflictos sociales, sin que sean olvidados, los asesinatos a luchadores, la criminalización so-

cial en la agenda informativa son los tan llamados medios alternativos, los cuales surgieron de ciudadanos comunes que simple y llanamente se cansaron de la “supuesta información” que los medios comerciales siguen dando. Sin embargo, algo que debe tomarse en cuenta en quien ha decidido mantenerse en esa línea democrática, es sin duda tener la capacidad y la visión de la enorme responsabilidad que poseemos al ser un poco mas creíbles que los convencionales. Uno de los grandes errores que se han cometido es no verificar en muchas ocasiones la información y entonces dejar de ser creíbles o simplemente somos contestarios, situación que nos descalifica ante quienes ven nuestro trabajo o ante los mismos rígidos periodistas.

La importancia del trabajo democrático en los medios es sin duda mantener la memoria fresca y con esto no permitir que los ataques que se dieron y se dan queden en los múltiples “hasta cuándo”, que tanto lastiman a los pueblos pisoteados. Pero este debe ser realizado, con responsabilidad, credibilidad y sobre todo con la congruencia de los actos de aquel que sin ser periodista en muchas ocasiones se atreve a sacar esa otra realidad, tan negada por los dueños de los medios comerciales (los gobernantes), que constantemente “mencionan que nada pasa en Oaxaca y en el país entero”, cuando la versión alternativa es la contraria. 🌀



Mequiades Cruz-Kiado

EDUCA

Los medios de comunicación ejemplifican, y propician, una de las paradojas más embarazosas de la transición política mexicana: se han convertido en actores imprescindibles de los cambios políticos, pero, al mismo tiempo, son una de las causas de atraso de la sociedad; a la vez que pudiesen ser uno de los espacios más dinámicos para la propagación de una nueva cultura política. Los medios son en sí mismos uno de los segmentos más rezagados respecto a las reformas que hay en el país. Además de ser territorios del debate y la información, se han convertido en un serio problema de la vida pública.

En pocos años, los medios de comunicación de masas, que se habían convertido en jueces de la vida pública mexicana, pasaron a ser acusados de algunas de las distorsiones y descomposturas políticas que hay en el país. No es que la conciencia crítica, la acuciosidad profesional o la obsesión denunciatoria de sus actores, hubiese singularizado antes a los medios mexicanos. Al contrario, muchos de estos medios han mantenido las mismas inercias durante largas y aburridas décadas que los convirtieron en amplificadores del poder político, más que en espejos de la realidad nacional.

Tenemos así, que en los últimos años los “más informados” fueron frecuentemente quienes más desinformaron; los medios “más oportunos”, los más entregados a los intereses del mercado, se convirtieron en los más irresponsables. Hemos arribado a una situación de desconcierto, en donde los afanes mercantiles diluyen los parámetros éticos, cuando los hay. La competencia entre los medios no suele ser por consolidar audiencias en el conjunto de la sociedad, sino por recibir la anuencia del mundo político escindido por numerosas tensiones, rivalidades y murmuraciones. Sin embargo, en México apenas empieza a construirse una nueva institucionalidad para los medios de información, a diferencia de otras naciones en donde ya existen reglas claras tanto para la competencia entre las empresas de comunicación, como para el trato que tienen con el resto de la sociedad.

Hay una descomposición de la política mexicana, manifestada en los conflictos dentro de las élites tradicionalmente unidas en acuerdos fundamentales y ahora con frecuencia desgarradas en fuertes conflictos. Esa situación se reproduce en una sociedad que cada vez desconfía más de todo, en uno de los momentos de mayor turbación pública que México haya conocido. Es precisamente aquí donde no hay que caer en la tentación de confundir la democratización de los medios con el avance de la lógica de la economía del mercado: Un aumento de la oferta mediática no es necesariamente un logro democrático. El paso del monopolio de televisa al duopolio Televisa-TvAzteca no tiene nada que ver con el poder del pueblo de ex-

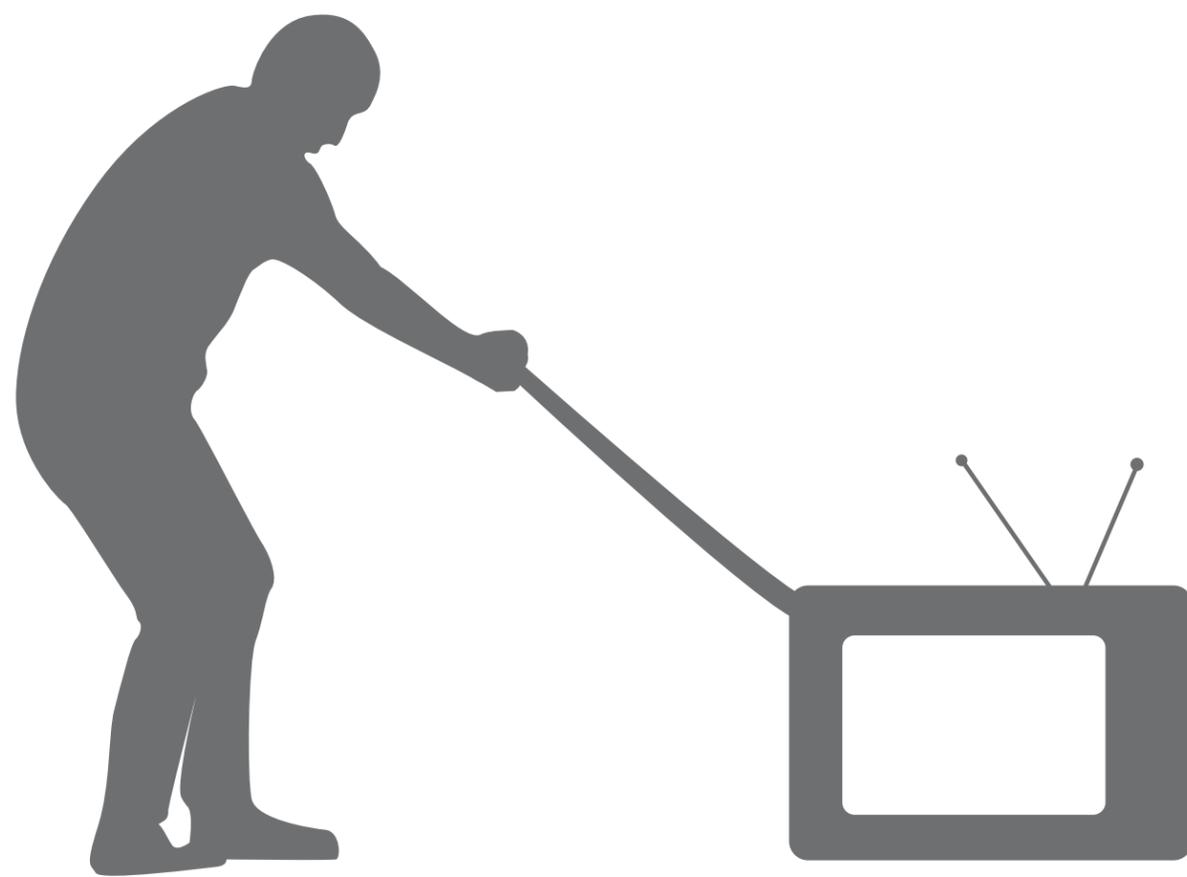
presarse o decidir su destino. En el mejor de los casos, el aumento en la oferta es la comercialización del descontento, y en el peor una farsa para disfrazar el poder económico-político en tiempos neoliberales.

La sociedad es generadora de mensajes, de propuestas con espacios de organización y expresión política; el hecho de que algunos medios asuman posiciones menos complacientes llama con fuerza la atención de la clase política y los sectores más atentos de esta misma sociedad. Si la democracia es el poder del pueblo, entonces ¿qué significa la democratización de los medios?...¿el poder del pueblo de expresarse? Tal vez los que se democratizan no son los medios, sino el público. Es difícil democratizar a la televisión o la radio: son medios centralizados, hay un solo micrófono en el caso de la radio, una sola cámara en el caso de la televisión. Por supuesto, se pueden hacer procedimientos para elegir democráticamente al que tenga el micrófono o la cámara, pero la tecnología sigue siendo centralizada: una división entre locutores y radioescuchas, similar a la división entre gobernantes y gobernados; obviamente los primeros pretenden escuchar a sus gobernados, pero los gobernantes al final mandan, sin tomar en cuenta lo que dicen los gobernados. En Oaxaca, el intento de democratizar la comunicación ha dado origen a las radiodifusoras comunitarias para impulsar la participación ciudadana. No obstante, esto requiere que la sociedad reconozca en la comunicación un elemento indispensable para el logro de sus objetivos y haga suyos los mecanismos que ésta ofrece. La sociedad debe ir en bus-

ca del acceso a ella para crear sus propios medios. En otras palabras: la sociedad debe defender su derecho humano a la libertad de expresión, a la libertad de comunicar e informarse. Si vemos la tarea de los medios dominantes como la manipulación de lo simbólico, lo que algunas veces llamamos información, debemos reconocer que hay otras muchas formas de expresión que surgieron últimamente y que están en manos de la gente, o por lo menos al alcance de ella: el graffiti, las pancartas, la serigrafía, tonos de celular, la música, el baile y el uso del lenguaje, etc. Todas estas son expresiones populares que ofrecen otra forma de resistencia. A la mejor entonces la democratización de los medios no es necesariamente consensuar el proceso de elegir la información dentro de las formas de medios tradicionales y cada vez menos relevantes, más bien se da por el desarrollo de nuevas formas de expresión ligadas a tecnologías apropiadas (tecnología también en el sentido de una forma de organización social). Por ejemplo la radio comunitaria es determinada por la organización social de las comunidades. Visto así, el proceso de democratizar la expresión, de crear nuevas

y más amplias formas de expresión, acompaña la esperanza de la sociedad para forjar nuevas formas de democracia. Una sociedad democrática también se refleja en medios y tecnologías que están en manos de la gente, las cuales representan una posibilidad de extender y ampliar las capacidades propias en que el usuario es capaz de emplearlas conforme a sus intenciones y deseos conquistando así un mecanismo de liberación ante las imposiciones de los sistemas de poder y al mismo tiempo empleando con autonomía herramientas de esta Era para reproducir los principios de la vida comunal.

Uno de los pilares comunitarios es la asamblea como máxima autoridad para la toma de decisiones, y con eso la máxima expresión de la democracia comunitaria. En la asamblea, todos tienen el derecho a expresarse. La Democratización de los medios debe significar lo mismo: el derecho y la posibilidad de todos a expresarse. Este es un proyecto que va más allá del desarrollo de procedimientos más incluyentes para acceder a la posición privilegiada del comunicador: implica crear tecnologías que permitan relacionarse de una forma más horizontal. 🗣️



CONSTRUYENDO AGENDA CIUDADANA PUEBLOS INDÍGENAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En Oaxaca, los pueblos indígenas han sido objeto de formas de subordinación, desigualdad y discriminación que les han determinado una situación estructural de pobreza, explotación y exclusión social y política. Los indígenas han persistido frente a una serie de leyes y normas que se plantea como principios la homogenización y asimilación cultural. Para superar esta realidad de opresión se requieren nuevas acciones profundas, sistemáticas, participativas y convergentes de parte del gobierno y de la sociedad.

Como parte de esta situación los pueblos y comunidades indígenas del estado, tienen un limitado acceso a los medios masivos de comunicación. A las injusticias históricas y al olvido gubernamental que se han cometido contra las poblaciones indígenas se suma ahora la colonización mental, la enajenación mediática y el desprecio a su cultura, promovidas desde los medios de comunicación públicos y privados.

Las experiencias más locales de radios comunitarias y televisión alternativa, representan hasta ahora la única posibilidad que tienen los pueblos de contar con información, no así a tener pleno acceso a los medios de comunicación. Consideramos que la comunicación es un derecho que va más allá de estar informados.

Por todo lo anterior es necesario promover acciones comunicativas y educativas que impulsen los siguientes aspectos: la pluriculturalidad nacional; el derecho al uso de las lenguas indígenas en los medios; el derecho de réplica de las comunidades; garantías a los derechos de expresión, información y comunicación; incentivar la capacitación de comunicadores indígenas, así como fomentar los medios alternativos de comunicación electrónica; la participación democrática de las comunidades y pueblos indígenas ante las instancias de decisión en materia de comunicación. Estos entre otros aspectos se suman a la agenda pública en materia de pueblos indígenas y comunicación. Agenda que aún sigue pendiente.

¡Con nuestra palabra y nuestra acción construimos agenda ciudadana!

Servicios para una Educación Alternativa EDUCA.



ELTOPIL ES UNA PUBLICACIÓN DE SERVICIOS PARA UNA EDUCACIÓN ALTERNATIVA A.C. EDUCA.

(OTROS) MEDIOS DE COMUNICACIÓN



**NUEVOS ESPACIOS
DE LUCHA POLITICA**

