



Proyecto

Voces Sustentables:
Fortaleciendo la comunicación comunitaria en la península de Yucatán.



Financiamiento



Fondos GEF
\$23,176.72 USD

Zona geográfica



Península de Yucatán

Objetivo

Fortalecer las capacidades de comunicación comunitaria de grupos de base en la península de Yucatán con enfoque de educación popular y sostenibilidad.

Soluciones innovadoras

- Trabajo con medios de comunicación tradicionales como cápsulas radiofónicas, periódicos, fanzines y títeres.
- Desarrollo de habilidades y herramientas accesibles basados en los ejes transversales de interculturalidad, intergeneracional, género y construcción participativa.
- Talleres presenciales y formación asincrónica por medio de Google Classroom y WhatsApp.
- Metodología “aprender haciendo” implementada durante los talleres presenciales.

25 organizaciones acompañadas

Duración

12 meses

Estado

Finalizado

Logros alcanzados

- 51 promotoras y promotores comunitarios capacitados:
 - 35 mujeres
 - 16 hombres
 - 19 jóvenes
 - 6 provenientes de pueblos originarios:
- 1 Manual de Comunicación Comunitaria.
- 5 documentos paso a paso.
- 10 programas de radio difundidas por Radioecológica 92.5 F.M. y plataformas como YouTube y Spotify.
- 10 notas de prensa difundidas de manera digital e impresa a través del periódico Jornada Maya.

Temas centrales

- Periodismo
- Cápsulas radiofónicas
- Títeres
- Fanzines
- Redes Sociales
- Fotografía

Formación

- 3 talleres presenciales: Sijil Noh Há, (Quintana Roo), Isla Arena (Campeche) y Mérida (Yucatán).
- Una comunidad de aprendizaje formada a través de Google Classroom y WhatsApp.



"Las y los participantes señalaron que estas experiencias transformaron su visión de la comunicación, al dejar de considerarla una actividad complementaria y asumirla como un eje estratégico para la incidencia social y ambiental.” - IPMN A.C.

Retos y desafíos que enfrentaron

- La comunicación a distancia tuvo algunas complicaciones de conexión y disponibilidad de tiempo.
- Los diferentes niveles de *expertise* en temas de comunicación por parte de los grupos, se vio como un reto y una oportunidad al mismo tiempo. Esto enriqueció los espacios de reflexión y aprendizaje.

Casos de éxito

Red Cruzob	Apícola Maya	Se asesoraron y aplicaron lo aprendido para comunicar sobre el Premio al Mérito Cooperativo 2025 que recibieron como organización.
Agroindustria Kaab	Honey	Son un grupo que cuenta con presencia en redes sociales de manera frecuente, a partir de la consultoría encontraron formas de organizar su contenido.
Educación, Ecología A.C.	Cultura y	Durante las capacitaciones, solicitaron más plazas para personas de su organización. Fue la organización en donde más personas se capacitaron. A partir de ellas, crearon un comité de comunicación en su organización.

Antes y después de las capacitaciones

Antes	Después
• El 13% de los grupos contaba con algún vínculo con una estación de radios. • Los grupos presentaban objetivos difusos para comunicar las actividades de sus proyectos. • Las organizaciones desconocían las herramientas que los fanzines y los títeres proveen para llevar a cabo educación ambiental.	• 100% de los grupos tuvieron la oportunidad de hablar sobre sus proyectos comunitarios en una radiodifusora. • Las y los participantes identificaron diferentes utilidades que la comunicación podía brindar a sus organizaciones como: - Una respuesta a la desinformación - Mejorar la marca de productos - Posicionar productos y servicios - Resolución de conflictos - Concientización • Los grupos pudieron elaborar fanzines y títeres dentro de los talleres y reconocieron su valor para trabajar con infancias.



“Surge la necesidad de comunicar y bueno, nosotros somos ese resultado, estamos comenzando y somos el equipo de comunicación” - Valeria Sosa, Red en defensa del agua y el territorio Maya-To`one Ja`on-Somos agua

Recomendaciones para siguientes pasos

- Crear micro redes de comunicadores por temáticas (p.ej.: de apicultura).
- Generar vínculos personales más fuertes, para facilitar la colaboración y apertura de los grupos.
- Consolidar otros aliados en el área de comunicación, para fomentar otros medios de comunicación y ampliar la difusión de proyectos.
- Implementar talleres por herramientas, para generar bloques de cursos más profundos (p.ej.: títeres).