



Ejercicio

La Milpa de la Comunicación



OBJETIVO: La milpa de la comunicación es una dinámica para hacer un diagnóstico sobre las prácticas de comunicación, para identificar el por qué, para qué, qué y cómo de la comunicación que realizan para la defensa del territorio; así como para compartir aprendizajes sobre las estrategias y prácticas de comunicación entre participantes de los movimientos.

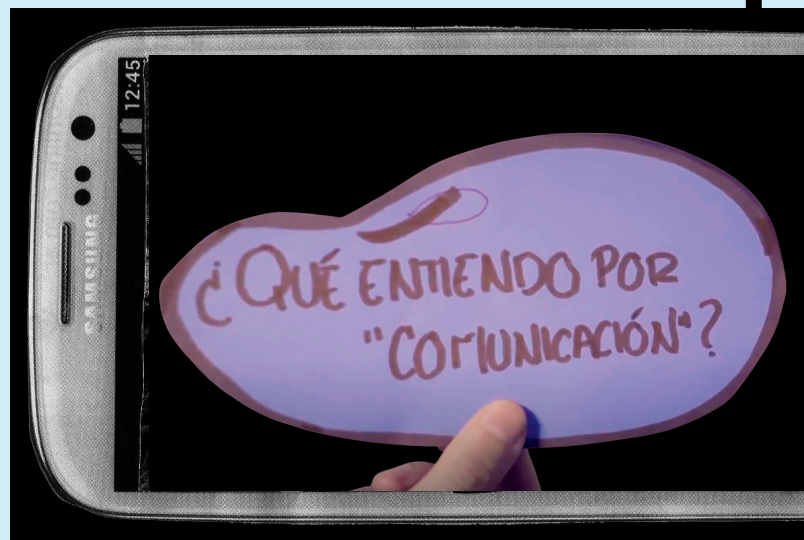
Retomamos el nombre de la milpa para este ejercicio porque representa el apoyo mutuo y la fuerza de la diversidad, ya que en la comunicación, también cada elemento se nutre del otro.

DURACIÓN: La realización completa del ejercicio tomará 1 hr. y 30 minutos.

MATERIALES: Pizarrón o papel en rollo, Marcadores, Cinta adhesiva, Tijeras, Figuras de papel de colores como: frijoles, hojas verdes, tallos y granos [otra variante es dibujar en un papel grande las figuras de las plantas de maíz y usar post-it -de varios colores- donde se escribirán las respuestas].

RECOMENDACIONES:

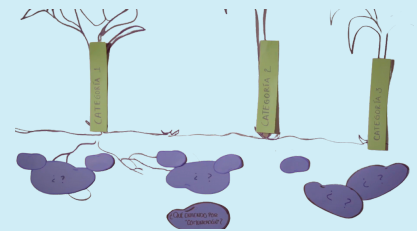
- Hacer este ejercicio entre varias personas de la organización o movimiento. Usar un pizarrón o papel en rollo.
- Pedir que una persona haga el rol de facilitadora.
- Recortar previamente las figuras: frijoles, hojas verdes, tallos y granos de diferentes colores , y luego pegarlas en la pared o dibujar en un papel grande las figuras de las plantas de maíz y usar post-it donde se escribirán las respuestas. En este caso, los post-it se irán pegando en las diferentes partes de la planta de maíz ya dibujada.





DESARROLLO

1. FRIJOLES (15 minutos) Se colocan en el centro de la mesa suficientes hojas con forma de frijol o post-it (al menos 3 veces la cantidad de participantes). Cada participante tomará la cantidad de frijoles necesarios para escribir sus respuestas a la pregunta ¿Qué entendemos por comunicación? En cada frijol cada participante tendrá que escribir una idea de qué significa la comunicación para ella. Cada participante puede tener 2, 3 o más frijoles. Escribirá una sola idea por frijol.



2. HOJAS VERDES (15 minutos) La segunda figura que van a recortar es la hoja verde del maíz. Pueden usar post-its verdes si no tienen hojas de papel. En las hojas van a escribir cuáles son los objetivos del trabajo de comunicación en defensa del territorio que hacen en la organización. Sólo pondrán un objetivo por hoja. Cada participante puede usar la cantidad de hojas que sean necesarias. También pueden escribir en pareja.



Después, cada persona o pareja comparte sus ideas con el grupo y la facilitadora agrupará las hojas por tipo de objetivo y pedirá revisar las categorías para decir si están de acuerdo o no.

Ahora van a **recortar los tallos de los maíces**. Cada tallo, va a corresponder a uno de los **tipos de objetivos** que identificó la facilitadora, por ejemplo: informar, sensibilizar, denunciar, fortalecer la organización, etc. Estos sólo son ejemplos, ustedes podrán definir los objetivos que hayan encontrado. La facilitadora pegará los tallos en el esquema de la milpa y luego pegará las hojas que corresponden a cada tipo de objetivo indicado en cada tallo.

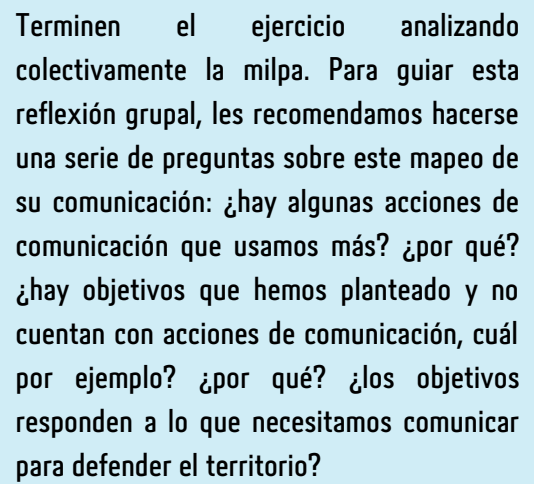


3. GRANOS DE ELOTE (30 minutos) Las últimas figuras que van a recortar son los granos de maíz. Cada grano de maíz corresponderá a una acción de comunicación que realizan para la defensa del territorio. Para cada acción, se debe precisar el formato [si es video, radio, texto escrito, gráfica, etc], su frecuencia [cada cuanto tiempo se realiza] y su audiencia [a quién va dirigida]. Si es posible, usen un color diferente para cada formato de acción. Por ejemplo: azul para radio, rojo para video, verde para carteles impresos, morado para texto escrito... Cada participante tomará los granos que necesite, siempre escribiendo una sola acción por grano.



Después los irá pegando en las mazorcas de los maíces, según el tipo de objetivo indicado en cada tallo. Cuiden el agrupar los granos por formato de acción [los videos con los videos, los audios con los audios].





¿A quiénes queremos llegar con nuestras acciones de comunicación? ¿qué podemos decir de nuestras audiencias? ¿qué podemos decir de nuestras acciones?