



DAVID MONTERO SÁNCHEZ

PROFESOR DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA Y EXPERTO EN TEMAS DE CULTURA VISUAL, VÍDEO DIGITAL Y ACTIVISMO EN LA RED. ACTUALMENTE DESARROLLA SU LABOR DE INVESTIGACIÓN POSTDOCTORAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA JUAN DE LA CIERVA. ES AUTOR DEL LIBRO *THINKING IMAGES. THE ESSAY FILM AS A DIALOGIC FORM IN EUROPEAN CINEMA* (2012). PERTENECE AL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMBIO SOCIAL (COMPOLÍTICAS).

JOSÉ MANUEL MORENO DOMÍNGUEZ

MIEMBRO DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS E INCIDENCIA POLÍTICA DE LA FUNDACIÓN ENTRECULTURAS Y ESPECIALISTA EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN, DESARROLLO Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA. HA COORDINADO ENTRE OTRAS PUBLICACIONES LOS VOLÚMENES *COMUNICACIÓN Y CULTURA EN IBEROAMÉRICA: EL RETO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA SOCIEDAD GLOBAL* (2008) Y *¿COMUNICACIÓN POPULAR O COMUNICACIÓN ALTERNATIVA? UN FALSO DILEMA* (2009). PERTENECE AL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMBIO SOCIAL (COMPOLÍTICAS).

**David Montero Sánchez
y José Manuel Moreno Domínguez**

El cambio social a través de las imágenes

GUÍA PARA ENTENDER Y UTILIZAR EL VÍDEO PARTICIPATIVO



COLECCIÓN INVESTIGACIÓN Y DEBATE

ESTA PUBLICACIÓN SE ORIGINÓ EN EL MARCO DEL PROYECTO "DEBATIENDO NUESTRAS IDENTIDADES CULTURALES: GENERANDO PROPUESTAS AUDIOVISUALES PARA FOMENTAR SOCIEDADES INTERCULTURALES". COORDINADO POR IEPALA Y FINANCIADO POR LA AACID. PARA SU EDICIÓN HA CONTADO CON LA COLABORACIÓN DE IEPALA, CONSORTIUM Y EL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA.



Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo
CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN LOCAL Y RELACIONES INSTITUCIONALES

DISEÑO DE COLECCIÓN: ESTUDIO PÉREZ-ENCISO

© DAVID MONTERO SÁNCHEZ Y JOSÉ MANUEL MORENO DOMÍNGUEZ, 2014

© LOS LIBROS DE LA CATARATA, 2014

FUENCARRAL, 70
28004 MADRID
TEL. 91 532 05 04
FAX. 91 532 43 34
WWW.CATARATA.ORG

EL CAMBIO SOCIAL A TRAVÉS DE LAS IMÁGENES.
GUÍA PARA ENTENDER Y UTILIZAR EL VÍDEO PARTICIPATIVO

ISBN: 978-84-8319-968-8
DEPÓSITO LEGAL: M-32.772.-2014
IBIC: PDR/JFF/AJRH

ESTE LIBRO HA SIDO EDITADO PARA SER DISTRIBUIDO. LA INTENCIÓN DE LOS EDITORES ES QUE SEA UTILIZADO LO MÁS AMPLIAMENTE POSIBLE, QUE SEAN ADQUIRIDOS ORIGINALES PARA PERMITIR LA EDICIÓN DE OTROS NUEVOS Y QUE, DE REPRODUCIR PARTES, SE HAGA CONSTAR EL TÍTULO Y LA AUTORÍA.

ESTA PUBLICACIÓN CUENTA CON LA COLABORACIÓN DE LA AGENCIA ANDALUZA PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AACID). EL CONTENIDO DE LA MISMA ES RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DE LOS EDITORES Y NO REFLEJA, NECESARIAMENTE, LA POSTURA DE LA AACID.

Y VALGA COMO ARGUMENTO LO QUE CONTÓ UN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN QUE TRABAJÓ DURANTE AÑOS EN RADIO SUTATENZA, LA FAMOSA RED COLOMBIANA DE EMISORAS DE "ACCIÓN CULTURAL POPULAR". CUANDO LAS DIRECTIVAS DE RADIO SUTATENZA HICIERON SU PRIMERA ENCUESTA ENTRE LOS CAMPESINOS HABÍA EN ELLA UNA PREGUNTA OBVIA: ¿QUÉ PROGRAMA ES EL QUE OYEN MÁS A DIARIO? A LA QUE UNA RESPUESTA MAYORITARIA FUE: EL REZO DEL ROSARIO. LAS DIRECTIVAS, DESCONCERTADAS, NO PODÍAN EXPLICARSE QUE ENTRE TANTOS PROGRAMAS EDUCATIVOS Y PRÁCTICOS, DE INFORMACIÓN AGRÍCOLA, DE ENTRETENCIÓN, ETC., FUERA EL REZO DEL ROSARIO EL QUE GOZARA DE MAYOR AUDIENCIA. Y CONVENCIDOS DE QUE LA RESPUESTA SE DEBÍA A FALLAS DE LA ENCUESTA O DE LOS ENTREVISTADORES DECIDIERON REHACERLA Y LANZARLA DE NUEVO A LOS CAMPESINOS. A LA SEGUNDA ENCUESTA LA RESPUESTA FUE LA MISMA: EL PROGRAMA PREFERIDO POR LOS CAMPESINOS ERA EL REZO DEL ROSARIO. UNO DE LOS ENCUESTADORES SE PUSO ENTONCES A PREGUNTARLES DIRECTAMENTE A LOS CAMPESINOS EL PORQUÉ DE ESA PREFERENCIA, Y LA RESPUESTA FUE: "PORQUE ES EL ÚNICO PROGRAMA EN QUE PODEMOS CONTESTAR A LOS DE BOGOTÁ; EN EL REZO DEL ROSARIO ELLOS DICEN UNA PARTE DEL 'ÁVEMARÍA' Y NOSOTROS LA OTRA, ES EL ÚNICO PROGRAMA EN QUE NO HABLAN ELLOS SOLOS".

Jesús Martín-Barbero

UNA IMAGEN ES UN ACTO Y NO UNA COSA.

Jean Paul Sartre

NEVER DOUBT THAT A SMALL GROUP OF THOUGHTFUL, COMMITTED CITIZENS CAN CHANGE THE WORLD; INDEED, IT'S THE ONLY THING THAT EVER HAS.

Margaret Mead

ÍNDICE

PRÓLOGO, por Montse Santolino 9

INTRODUCCIÓN 13

CAPÍTULO 1. EL VÍDEO PARTICIPATIVO EN LA SOCIEDAD
DE LAS PANTALLAS 19

CAPÍTULO 2. TRAZANDO LAS HUELLAS DEL VÍDEO PARTICIPATIVO:
CINE, VIDEOCÁMARAS, TRABAJO COLECTIVO Y TRANSFORMACIÓN
SOCIAL 35

CAPÍTULO 3. ¿QUÉ ENTENDEMOS POR VÍDEO PARTICIPATIVO?
DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS Y METODOLOGÍAS 64

CAPÍTULO 4. ¿PARA QUÉ SIRVE EL VÍDEO PARTICIPATIVO?
PATRONES DE EMPODERAMIENTO Y CAMBIO SOCIAL 87

CAPÍTULO 5. RECURSOS PRÁCTICOS PARA LA PUESTA
EN MARCHA DE EXPERIENCIAS DE VÍDEO PARTICIPATIVO 112

**CONCLUSIÓN. EL VÍDEO PARTICIPATIVO HOY,
RETOS Y OPORTUNIDADES DE FUTURO 129**

**ANEXO 1. 'QUIEN LO PROBÓ LO SABE...' APORTACIONES
DE PRACTICANTES Y ESPECIALISTAS EN VÍDEO PARTICIPATIVO 135**

**ANEXO 2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, ORGANIZACIONES
QUE TRABAJAN CON EL VÍDEO PARTICIPATIVO Y MATERIAL
AUDIOVISUAL ACCESIBLE EN LA RED 139**

PRÓLOGO

Somos yonquis de las imágenes. Susan Sontag, analista de referencia en lo que a cambio social y cultural se refiere, fue una de las primeras en certificar nuestra adicción a lo audiovisual. En *Sobre la fotografía* hablaba de la compulsión a fotografiar y de cómo, cada vez más, vivir las cosas era fotografiarlas. Da miedo pensar que escribió ese libro en 1973, y que murió hace una década sin conocer ni la locura de la realidad hiperfotografiada con teléfonos móviles ni la de los miles de vídeos enviados a través de las redes sociales. Hoy se suben más de 110 horas de vídeo cada minuto a YouTube, que cuenta con más de 1.000 millones de usuarios activos. En un mundo definitivamente multimedia, es preocupante y paradójico ver cómo se han multiplicado exponencialmente las herramientas para grabar, editar y difundir vídeos y, sin embargo, no se ha multiplicado paralelamente el interés por la educación mediática.

Solo por eso, y en primera instancia, la iniciativa de editar un manual de vídeo resultaría ya tremendamente útil: las ONGD, como organizaciones esencial y transversalmente comunicativas, ni por responsabilidad ni por instinto de supervivencia deberían

dejar fuera de sus ámbitos de trabajo e interés la educación mediática, ni como propuesta interna (cualquier plan de comunicación interna debería contemplarla) ni en su relación con la ciudadanía.

Pero el manual que tengo el placer de presentar va, por supuesto, mucho más allá y pasará a engrosar la selecta y, cada vez más importante, lista de materiales de comunicación para el cambio social, una tradición comunicativa que por fin, gracias en buena parte al 15-M y a los cambios sociales y políticos recientes, se está convirtiendo en una disciplina académica en auge en el Estado español, circunstancia nada ajena a la Universidad de Sevilla, una de las pocas que durante años la incubó y la ayudó a crecer.

Resumiendo, podríamos decir que la comunicación para el cambio social vendría a ser el último estadio de la comunicación para el desarrollo y de la comunicación alternativa, en sus distintas manifestaciones en Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Puesto que reconoce todas las prácticas y teorías vinculadas a lo que Chiara Sáez denomina “la lucha por hacerse ver y oír o por acceder y apropiarse de medios por parte de grupos y colectivos históricamente excluidos”, sus límites son difícilmente definibles y, en la actualidad, nuestros mejores teóricos afirman que se encuentra en fase de confluencia y mestizaje con nuevas tendencias y paradigmas (el Buen Vivir, el procomún o los bienes comunes).

Este manual resulta, pues, relevante para la intrahistoria de la comunicación para la transformación social en nuestro país, ya que la sistematización es vital para la identificación y el traspaso de aprendizajes. Aunque la “religión” del vídeo participativo cuenta ya con muchos adeptos, al tratarse de una práctica contra-hegemónica que no constituye un fin en sí misma, y al no existir escuelas ni instituciones oficiales impulsándola, a menudo las experiencias se agotan sin conexión con otras, y se pierde su memoria y su intención.

No se trata además de un manual estrictamente “técnico”. Muchas experiencias de comunicación alternativa arrancan por el interés de personas con conocimientos sociales o tecnológicos especializados, pero que no necesariamente han tenido acceso a materiales o formación sobre teoría crítica de la comunicación, y el vídeo participativo no puede entenderse sin comprender su origen y dimensión política, directamente relacionadas con el uso de metodologías participativas. Tal y como dijo Gumucio en los noventa en “El nuevo comunicador”, el proceso de comunicación con la gente y desde las comunidades es más importante que los productos: “Es en el proceso de comunicación y participación que se inicia el cambio social”.

Es urgente explorar alternativas a las narrativas audiovisuales hegemónicas que condicionan nuestra manera de mirar e interpretar el mundo. Si la información de denuncia clásica escoge y expone protagonistas y problemáticas concretas, la comunicación participativa ayuda a esos protagonistas a tomar conciencia de su propia realidad y a contarla por sí mismos. En plena crisis de modelo social, político y económico, más que nunca las organizaciones y movimientos sociales necesitan herramientas para reinventarse, también comunicativamente, y el vídeo participativo abre muchas puertas difíciles de cerrar. Después de trabajarlo siempre surgen ideas para aplicarlo a nuevos conflictos o con nuevos colectivos, y las personas en contacto con el diseño, desarrollo o ejecución de un vídeo participativo salen casi siempre de él diferentes en lo personal y en lo comunicativo.

El reto finalmente es, como afirma Víctor Marí, repensar sociopolíticamente la comunicación del Tercer Sector y los movimientos sociales desde el bagaje teórico y práctico de la comunicación para el desarrollo y el cambio social y apostarle a estrategias, modelos y estilos de comunicación más horizontales y participativos, “desde los que se anticipen otros modos de vivir, que terminen por incidir en las estructuras económicas y políticas dominantes, para transformarlas”.

Como analista, comunicadora y miembro de la red #Comunicambio, solo puedo felicitar esta iniciativa en red de Iepala, Consortium, COMPOLITICAS y el Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla que legitima, fortalece y amplía nuestra visión crítica de la comunicación. En red y para la Red. Cambiando y cambiándonos por el camino. Enhorabuena por culminar el proyecto. Gracias por la complicidad y el esfuerzo.

MONTSE SANTOLINO

*Responsable de Comunicación de la Federació Catalana d'ONG
per al Desenvolupament*

INTRODUCCIÓN

Esta guía es un paso más dentro de la colaboración que se viene dando desde hace ya casi una década entre el grupo de investigación en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS) y el Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África (IEPALA). Dentro de la reflexión y el trabajo que IEPALA realiza en defensa de los derechos humanos y en favor de sistemas democráticos más participativos, hay que valorar su intención de incorporar la comunicación como un aspecto de relevancia no solo en términos de difusión y sensibilización, sino especialmente en cuanto ámbito de toma de conciencia y espacio de trabajo crítico en favor de las luchas por la injusticia y la desigualdad.

En este sentido, cuando IEPALA nos propuso incorporarnos dentro del equipo de formación de la "I Escuela de Cine: género, migraciones y sostenibilidad" (<http://debatendonuestrasidentidadesculturales.iepala.es/>), desde el principio aceptamos la propuesta e identificamos la necesidad de incorporar un módulo formativo que trabajase el proceso de la creación audiovisual desde una perspectiva participativa y con una clara intención de transformación social. Ya que la escuela quería desarrollar su

propio proceso de capacitación técnica con la realización final de algunas obras audiovisuales, nuestra idea fue desarrollar previamente un taller sobre vídeo participativo que sirviese para:

- Evaluar la utilidad de las estrategias audiovisuales participativas en relación con acercamientos más tradicionales al género documental.
- Poner a los participantes en contacto con distintas experiencias de creación colectiva y las circunstancias específicas que marcaron su realización.
- Explorar los usos posibles de las metodologías del vídeo participativo para representar las experiencias y vivencias de los migrantes.
- Identificar necesidades de comunicación que pudiesen responder positivamente a las dinámicas del vídeo participativo.
- Especificar modos de uso de las distintas plataformas de vídeo *on-line* y reflexionar acerca de las condiciones necesarias para que estas puedan usarse de manera más participativa.

La preparación de este taller y su posterior realización en marzo de 2014 nos desveló, por un lado, que existe una cantidad enorme de experiencias y aspectos que se derivan del uso del vídeo participativo, la mayoría de los cuales no están sistematizados, organizados pedagógicamente o en formatos de evaluación. Y, por otro, que el interés por este tipo de prácticas viene aumentando progresivamente en los últimos años y ha dado lugar a organizaciones y experiencias muy enriquecedoras, que cada vez reclaman mayor atención, especialmente por parte de los colectivos sociales. Desde este planteamiento se pensó que la generación de un material de apoyo derivado de los contenidos que se trabajaron en el taller sería una importante herramienta tanto para apoyar el desarrollo del proyecto de la Escuela de Cine como para mejorar

el conocimiento y la motivación por el vídeo participativo de instituciones y organizaciones sociales.

El contenido de esta guía se estructura en un total de cinco capítulos y una serie de anexos en los que hemos pretendido ofrecer una visión del vídeo participativo como una práctica diversa, consolidada en su desarrollo histórico, que plantea la recuperación de la producción audiovisual como espacio colectivo, de alto valor identitario y con un enorme potencial transformador. Nuestra intención ha sido la de combinar una reflexión conceptual acerca de los principios y las aportaciones de esta práctica con referencias que permitan entender a los lectores cómo la misma funciona sobre el terreno, es decir, de qué forma sus fundamentos se traducen en fórmulas de trabajo en común. Para ello, hemos utilizado como materia prima la no muy abundante bibliografía que existe sobre el tema, especialmente los manuales que han intentado desglosar estas prácticas (escritos en inglés en su mayoría) y las experiencias de primera mano de los practicantes que han puesto en marcha iniciativas de vídeo participativo con colectivos de todo el mundo.

El capítulo 1 tiene como objetivo contextualizar el vídeo participativo dentro de los parámetros sociales, económicos y políticos de la actual sociedad de la información. En un entorno mediático en el que nociones como "comunidad" o "participación" vuelven a ganar relevancia (asociadas especialmente a espacios *on-line*), reivindicamos la necesidad de repolitizar estos términos de cara a recuperar su significado radical. En este sentido, el vídeo participativo se configura como alternativa popular y práctica colectiva que busca el empoderamiento mediante procesos de apropiación social de las tecnologías del audiovisual.

El capítulo 2 es, en nuestra opinión, una de las principales aportaciones de la guía: un recorrido histórico que permite rastrear de qué forma los principios del vídeo participativo se nutren de prácticas audiovisuales tan diferentes como el cine de vanguardia, la comunicación para el desarrollo o la antropología visual.

Estas vías de evolución ponen de relieve cómo las diversas experiencias que engloba el concepto amplio de “vídeo participativo” enlazan con el potencial transformador de la cultura audiovisual a un nivel más general y con las reivindicaciones de nuevos modelos comunicativos. Los lectores encontrarán aquí un catálogo de experiencias que, de formas diferentes, han moldeado a lo largo del tiempo las distintas vertientes del vídeo participativo.

Los capítulos 3 y 4 tratan de profundizar en los principios, prácticas y usos del vídeo participativo, intentando clarificar qué entendemos cuando nos referimos a él y qué beneficios puede deparar su utilización. Desde una concepción plural y diversa, se busca reconocer los aspectos metodológicos básicos, haciendo hincapié en los principales debates que se han venido dando en torno a estas prácticas. Nos detendremos en términos como “empoderamiento” o “cambio social”, abordándolos en relación directa con los distintos usos que se han dado al vídeo participativo, desde la incidencia política a la mediación o la integración de colectivos marginalizados. Estos capítulos ofrecen también el espacio para conocer el trabajo de organizaciones representativas en cuanto a la utilización del vídeo como herramienta de cambio social.

El capítulo 5 ofrece una serie de recursos básicos para quienes estén interesados/as en poner en marcha estrategias de vídeo participativo. Si bien la guía no se ha concebido como un manual que pueda acompañar paso a paso el desarrollo de una experiencia de este tipo, este capítulo permitirá no solo acceder a material práctico de apoyo, sino también poner en relación los dos capítulos anteriores con el diseño de experiencias concretas. Para facilitar esta lectura se ha ordenado el material de acuerdo con las fases básicas de un taller de vídeo participativo (primer contacto, elección del tema, rodaje, edición, proyección y difusión).

La guía cuenta, además, con un apéndice en el que hemos querido compartir la diversidad de interpretaciones y experiencias que nos ha deparado la práctica del vídeo participativo, recogiendo las impresiones de personas e instituciones que han

trabajado utilizando esta metodología y cuyos testimonios aparecen a lo largo de toda la guía. Finalmente, el texto se cierra con una relación de bibliografía, documentación, organizaciones y vídeos disponibles en la Red que deben ayudar a ampliar las referencias y a localizar más información sobre el tema.

Nuestra intención es que esta guía pueda ser de utilidad tanto para un ámbito académico (dado que aún no existe en castellano un volumen dedicado exclusivamente al vídeo participativo) como desde el punto de vista práctico para las personas que estén interesadas en trabajar aspectos de la comunicación alternativa y la movilización social. En este sentido, sería buena señal que las páginas que siguen pudiesen encontrar su camino en distintos ámbitos educativos (formación técnica en las TIC, facultades y bibliotecas universitarias o programas de educación no formal), entre las organizaciones sociales españolas que trabajan en cooperación y educación para el desarrollo, así como entre colectivos y organizaciones comunitarias de todo el mundo que puedan estar motivadas en la aplicación de esta metodología.

Si bien este trabajo ha sido escrito a dos manos, tenemos un único corazón para agradecer el apoyo y la confianza de IEPALA, especialmente la atención constante de su coordinadora en Andalucía, María Bastante, así como la disposición de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla por acoger la realización del taller de vídeo participativo en el que se origina esta experiencia. Igualmente, nos gustaría agradecer a Montse Santolino el tiempo que nos prestó de sus vacaciones para idear las palabras que prologan este trabajo, así como a las personas e instituciones que se tomaron el tiempo para contestar nuestros cuestionarios y enriquecer de esta forma el libro que el lector/a tiene entre las manos.

Queda ya solamente que comience a circular. Ojalá ponga en valor las experiencias de tanta gente de tantos lugares del mundo que han querido con unas modestas imágenes transformar la realidad.

Sevilla-Copenhague, septiembre de 2014

CAPÍTULO 1

EL VÍDEO PARTICIPATIVO EN LA SOCIEDAD DE LAS PANTALLAS

Las prácticas de vídeo participativo de las que nos ocupamos en esta guía son, en gran medida, una respuesta ante patrones de desarrollo económicos, políticos y sociales que han transformado la comunicación audiovisual en una forma de expresión ajena a la mayoría de nosotros, mediada hasta el extremo y que nos convierte en meros espectadores de nuestra propia existencia. Los medios de comunicación de masas se han asentado sobre un modelo industrial de consumo basado en la diferenciación clara entre productores y audiencia. Hoy en día, las nuevas tecnologías de la comunicación parecen confundir este relato.

En la era digital, los nuevos medios nos animan a convertirnos en productores activos, a relacionarnos con otros usuarios, nos facilitan los materiales con los que crear y difundir nuestras propias ideas. Aun así, tampoco estos espacios de comunicación global parecen devolvernos imágenes plenamente nuestras, mediante las que asimilar nuestra experiencia cotidiana y ponerla en relación con la de los demás para mejorar conjuntamente nuestros entornos de vida. A medida que desaparecen las barreras materiales y tecnológicas para la producción de discursos culturales, parecen

aumentar fenómenos como la mercantilización y el consumismo, que lastran la capacidad de transformación de estas poderosas herramientas de comunicación.

Este primer capítulo se centra precisamente en el contexto social, político y cultural en el que se integran las experiencias de vídeo participativo en la actualidad, reivindicando la necesidad de llevar a cabo un proceso de repolitización generalizado de las prácticas de comunicación y una toma de conciencia ciudadana sobre la posibilidad de proponer nuevos usos, nuevas metodologías y nuevos discursos a través del lenguaje audiovisual.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN FRENTE A SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

El avance y la multiplicación de los intercambios de información de la mano de nuevas tecnologías es, sin lugar a dudas, una de las principales características de nuestras sociedades modernas. Ahora bien, esta sobreabundancia de información no está exenta de intereses ni de dificultades y luchas por establecer discursos dominantes en un escenario donde cada vez es más difícil discriminar el origen, la calidad y el sentido de los discursos informativos.

No es de extrañar, así, que nos cuestionemos si esta sociedad de la información es verdaderamente una sociedad del conocimiento, que genera igualdad de oportunidades para el aprendizaje, respeta la diversidad cultural y promueve activamente las capacidades de diferentes colectivos y regiones para construir sociedades menos injustas y desiguales.

Es por ello que en esta carrera de la información y de incorporación de nuevas tecnologías venimos cuestionando el papel de los medios de comunicación no solo como herramientas para la consecución de objetivos, sino como partes esenciales para definir las características de nuestras sociedades y los modelos de trabajo, organización y convivencia que estamos construyendo.

Por tanto, analizar la comunicación es de alguna forma analizar la sociedad, así que evaluar las prácticas comunicativas supone también radiografiar nuestras sociedades en términos de estructuras sociales, intereses económicos y prácticas culturales. Pero también en términos de discursos hegemónicos y luchas de representación entre los medios de comunicación de masas y, también, entre estos y otras propuestas y métodos alternativos de comunicación.

UN NUEVO ECOSISTEMA COMUNICATIVO

Todo ello se da ahora en un sistema comunicativo mucho más complejo que el de hace 30 o 40 años, donde los grandes medios de comunicación (prensa, radio y televisión), a través de canales verticales y altamente centralizados y estereotipados, monopolizaban los discursos informativos e imponían muchas de las representaciones sociales. La multiplicación de canales de comunicación, el aumento y diversificación de los generadores de información, así como las nuevas vías para producir contenidos propios que funcionen como complemento, alternativa o, incluso, oposición a los medios tradicionales, ha hecho que algunos autores como Lipovetsky hablen de "una transición de medios emisores a medios dialogantes".

En esta nueva galaxia comunicativa todo el mundo puede producir contenidos, todos pueden ser fotógrafos, videorealizadores e incluso periodistas, lo que no quiere decir que todo el mundo tenga la misma capacidad, las mismas posibilidades ni la misma relevancia a la hora de hacerlo. Todavía los medios masivos de comunicación (en manos de grandes grupos mediáticos) son el foco principal de difusión y generación de discursos, así como el centro de atención de la actividad política y económica de gobiernos, partidos políticos, empresas y otros agentes sociales.

Ahora bien, dentro de este proceso de evaluación del ecosistema comunicativo consideramos que se han producido dos

tendencias que se encuentran en la base de la popularización del vídeo participativo y, por extensión, de la generación de esta guía:

1. *El cuestionamiento del modelo vertical de la comunicación como parte de un ejercicio de profundización democrática y control del poder*, a través de las redes sociales y canales alternativos que han generado nuevas formas de participación y de construcción de la opinión pública.
2. *La hegemonía de lo audiovisual frente a otras formas de comunicación*, abanderada por el papel acaparador que ha jugado la televisión en las últimas décadas tanto en términos de influencia social como de motor de la economía capitalista. Esto se produce al calor de lo que ha ocurrido en toda la sociedad, donde hemos pasado, en un breve espacio de tiempo, de un sistema de producción a un sistema de representación, en el que cobra mucha más importancia lo aparente que lo real, o mejor, la realidad vista a través de una determinada apariencia.

Para leer más

En *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción* (Anagrama, 2003), Vicente Verdú distingue una tercera fase del capitalismo que ya habría superado las fases de producción y consumo. Esta fase, caracterizada por el mundo de las apariencias, crea una realidad paralela que ya hemos incorporado como absolutamente real, "trata con la realidad para desprenderla de la peste de lo real, compone una realidad formateada, controlada y chic, desprovista del olor de la edad, libre del pringue histórico" (p. 39). De esta forma, el sistema no solo incorpora elementos contrahegemónicos o recicla sus aspectos negativos, sino que, explotando el mundo de lo ficticio, nos crea un espejismo de realidad, una imagen que consideramos parte de la naturaleza de las personas y de la sociedad (aunque justamente la naturaleza sea una de las grandes perdedoras de esta cirugía estética).

LA SOCIEDAD DE LAS PANTALLAS

El sociólogo francés Gilles Lipovestky nos habla de “la era de la todopantalla” que no solo genera una cantidad ilimitada de imágenes y datos, sino también nuevos sistemas de representación y comunicación interactiva. Así lo señalaba en una entrevista tras la inauguración en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) de la exposición “Pantalla global”: “El hombre contempla el mundo a través de pantallas. Las pantallas ocupan todos los espacios, son al tiempo espejos y ventanas de la sociedad, desde la televisión a los ordenadores, desde los monitores de vigilancia a los teléfonos móviles. *Prácticamente todo lo que conocemos del mundo lo sabemos por las pantallas y sus imágenes, no por la experiencia personal*” (*El País*, 25 de enero de 2012, ed. de Cataluña).

Para leer más

Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Anagrama.

Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2010): *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Anagrama.

Vivimos en sociedades que traducimos en imágenes y de alguna forma necesitamos consumir imágenes para alimentar nuestro conocimiento y nuestra experiencia vital. Pero es verdad que ya no nos conformamos con consumir, sino que también producimos nuestras propias imágenes. Filmamos, nos fotografiamos, organizamos nuestro álbum de fotos, nuestro Facebook y nuestro canal de YouTube para contar nuestra vida y para mostrársela a los demás (*Broadcast Yourself* o “Emite tú mismo y a ti mismo”, como nos recuerda YouTube).

En otros ámbitos, el discurso audiovisual y las pantallas también ganan terreno: en un entorno marcado por la dispersión geográfica, las relaciones familiares o personales adquieren una nueva dimensión mediante aplicaciones de videoconferencia

como Skype; los procesos educativos comienzan a explorar las posibilidades que ofrecen los *webinars* o seminarios audiovisuales *on-line* en experiencias de educación a distancia, y plataformas como Vine se preparan para viralizar el microvídeo, tomado con el móvil como testimonio de una presencia o de una idea breve, casi como un haiku visual.

Para ver más

La serie de televisión británica *Black Mirror* es un buen ejemplo de las formas complejas en las que se desarrolla la cultura del espectáculo hoy en día. La serie aborda el tema de cómo las tecnologías de la comunicación se están apoderando de las relaciones humanas desde una perspectiva, en general, crítica. Sin embargo, la producción corre a cargo de Endemol, productora holandesa responsable, entre otros, del controvertido formato *Big Brother*.

LO VISUAL ESPECTACULARIZADO

Este desembarco audiovisual se produce, pues, bajo el sello de una cultura del espectáculo que banaliza cualquier dimensión compleja de nuestra existencia, monopoliza el valor de la imagen y lo arrastra hacia la esfera del entretenimiento, transformando los entornos en los que nos movemos en escenarios de representación carentes de conflicto real. Se privilegian los aspectos relacionados con lo festivo, lo superficial, lo ajeno. Las imágenes que vemos en el televisor o a través de Internet están, por lo general, plenamente desconectadas de nuestra experiencia vital. Además, la multiplicación de imágenes nos insensibiliza y nos hace inmunes a sus estímulos. Sin embargo, esto no es una característica de la imagen en sí misma, sino la consecuencia de un sistema que nos convierte en espectadores más que en protagonistas. Ver y no hacer (o más bien ver y consumir) parece ser el símbolo de los tiempos. En el fondo, los dispositivos que crecientemente median nuestras relaciones sociales pertenecen a empresas que se rigen por una lógica del beneficio

económico, donde la participación no es un fin en sí mismo, sino una vía para llegar a un mayor número de clientes.

A pesar de las continuas referencias al espacio de lo colectivo, con términos como “comunidad”, “red”, “grupo” o “participación”, plataformas audiovisuales como YouTube o Vimeo tienden igualmente a sublimar un sentido de individualismo hedonista que pone el foco, a modo de escaparate virtual, en la construcción de identidades transitorias que pueden mutar según los propios intereses de cada individuo.

LO PROPIO ES LO COLECTIVO

Frente a esto, es necesario recuperar, tanto en los espacios físicos como en los virtuales, el trabajo colectivo, la repolitización de las esferas que han sido absorbidas de forma acrítica por la mercantilización tecnológica, el compromiso ciudadano, la conciencia crítica y la apropiación de herramientas de comunicación con estos fines.

El término apropiación alude a la necesidad de hacer nuestro, de redefinir los términos en los que accedemos a un bien cultural o a una tecnología determinada con la intención de ajustarla a nuestras necesidades e intereses. Es mediante el proceso de apropiación que este bien termina definiendo su valor de transformación, que siempre excede el limitado uso mercantil que lo origina. Apropiándonos de las cosas es también como conocemos su funcionamiento y comprobamos los límites que se imponen a su uso, qué se puede hacer y qué no.

APROPIACIÓN

El concepto de apropiación y su importancia debe contextualizarse haciendo referencia a la obra del historiador y filósofo francés Michel de Certeau. Tal y como expresó en *La invención de lo cotidiano*, el concepto de apropiación hay que vincularlo con la

vida diaria de las clases populares y con la necesidad de encontrar nuevas fórmulas de uso para prácticas y bienes que no les tienen necesariamente en cuenta.

Lejos de cualquier matiz negativo (como el que subyace en el término “apropiación indebida”), la “apropiación” habla aquí de la capacidad para innovar y transformar. Desde el punto de vista de la comunicación, habla de transformar los medios en nuestros medios. Como apunta el profesor Francisco Sierra, la apropiación de las nuevas tecnologías de la comunicación para el desarrollo local “se ha convertido en uno de los fenómenos culturales y políticos clave de nuestro tiempo, en particular en lo que respecta a fórmulas comunitarias de representación cultural”.

De hecho, es un gesto de apropiación el que subyace a los nuevos movimientos urbanos. Las llamadas a “ocupar” y “tomar” en movimientos como el 15-M u Occupy Wall Street están impregnadas de un sentido transformador que invita a la gente a hacer suyo y cambiar el Estado, el sistema, las redes, los medios o el mismo espacio público.

Para apropiarnos de cualquier tecnología no solo es importante el dominio técnico, sino extender procesos de alfabetización tecnológica que fomenten un sentido crítico y permitan la comprensión de los mecanismos de producción del discurso audiovisual, condición necesaria para que posteriormente pueda darse un proceso de apropiación. Esta comprensión constituye un reto que hasta el momento ha permanecido ajeno a la estructuración de los sistemas de educación reglada, en los que prevalecen los parámetros de la lectoescritura a pesar de la imparable preeminencia social del discurso audiovisual.

Ahora bien, esta apropiación solo puede ganar su dimensión de transformación cuando se comparte con otros y se utiliza de manera colectiva. Por tanto, pensar formas y fórmulas de transformación social pasa necesariamente por construir un imaginario propio, representaciones colectivas que cuestionen las deficiencias de nuestras sociedades y que impliquen a la ciudadanía en la generación, producción y difusión de nuevos imaginarios

sociales y audiovisuales. Si en la época de la comunicación unilateral y centralizada esto constituía un esfuerzo enorme y no siempre viable en un contexto de lucha de fuerzas desigual, hoy día se abren nuevas posibilidades y vías de participación colectiva que pueden involucrar a un gran número de personas y zonas de influencia.

LO POPULAR FRENTE A LO MASIVO

No obstante, no podemos caer en la ingenuidad histórica que ha caracterizado el análisis de la comunicación a la hora de depositar nuestras esperanzas en la nueva tecnología como salvadora de todas las problemáticas anteriores. Más bien, tendremos que intentar anclar e integrar las expectativas, las necesidades y las prácticas sociales y culturales de la gente con los nuevos espacios de interacción y generación de conocimiento de estos nuevos medios de comunicación. Como ya señalaba hace muchos años el catedrático de sociología José Vidal-Beneyto: "Lo alternativo o es popular o se degrada en juguete y/o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base".

Cada nueva generación de tecnología vuelve a revivir el discurso de salvación, la promesa de acuerdo universal, democracia descentralizada, justicia social y prosperidad (Armand Mattelart).

En este sentido, generar conocimiento sobre el vídeo participativo cumple una doble función. Por un lado, reivindicar prácticas culturales, colocarnos en el lugar de la experiencia de colectivos y grupos comunitarios frente a la apariencia de lo masivo, y poner el foco en prácticas sociales de comunicación muy poco reconocidas que desbordan lo comunicativo para integrarse en otros procesos sociales, artísticos, educativos, de movilización social, etc.

Y, por otro, un cuestionamiento de la construcción hegemónica de los medios masivos de comunicación que niegan lo popular creando una cultura masificada que sirve de herramienta de control y “que tiende a negar las diferencias verdaderas, los conflictos, reabsorbiendo y homogeneizando las identidades culturales de todo tipo”, como señala el maestro Jesús Martín-Barbero.

De esta forma, damos cabida a un discurso de réplica o de resistencia no solo entendida en términos de discursos políticos, sino más bien como expresiones culturales y prácticas sociales que hacen uso de un proceso que se opone a la forma dominante y tradicional de la comunicación para plantear nuevos modelos y nuevas formas de utilización de la misma en procesos de transformación social.

¿COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, PARA EL DESARROLLO O PARA EL CAMBIO SOCIAL?

Esta dimensión popular de la comunicación que conecta con el sentir y las prácticas culturales de la gente ha sido paradójicamente arrinconada hacia lo marginal e invisibilizada por una dimensión masiva, que si bien toma elementos de conexión con ella, la convierte en productos estereotipados y masificados que puedan ser rentables en nuestra sociedad del espectáculo. No obstante, han sido muchas las propuestas (y algunas muy populares y exitosas) las que han trabajado la comunicación desde otra perspectiva, aprovechando su dimensión comunitaria, su capacidad transformadora y su impacto e influencia tanto en el territorio como en la práctica política.

Ha sido en esta dimensión donde el vídeo participativo se ha utilizado y popularizado dentro de prácticas de comunicación a las que se les ha colocado multitud de apellidos, ya sea alternativas, de desarrollo, horizontales, participativas, transformadoras, liberadoras, educativas, ciudadanas, de base, comunitarias, para el

cambio social, etc. Bien es verdad que cada una de ellas ha tenido sus propias características y ha puesto el foco en un determinado elemento y que el vídeo participativo, por tanto, ha cubierto múltiples dimensiones y se ha utilizado con una variedad de objetivos y de fórmulas que son difícilmente agrupables en una categoría homogénea.

En cualquier caso, podemos decir que han existido cuatro orientaciones principales de estas prácticas y que existe un hilo invisible, pero muy resistente, que las emparenta: la idea de comunidad.

Lo comunitario sería una búsqueda por fortalecer el —con frecuencia debilitado— espacio social, reconociendo la importancia de la dimensión subjetiva y las identidades en los procesos emancipatorios. Un intento también por construir esfera pública, espacios de diálogo y debate ciudadanos, donde los medios puedan ser, como dice Germán Rey, nuevas “plazas para el encuentro” en el nivel local, pero también en el nacional y global. Y por recuperar el origen mismo del término *comunicación*, no por casualidad compartido con el de comunidad: poner en común (Gabriel Kaplún).

Estas cuatro orientaciones, en no pocos casos ligadas entre ellas, han tenido una amplia repercusión en el ámbito de la comunicación y han ido evolucionando a lo largo de los últimos 50 años. Las dejamos aquí simplemente enunciadas:

1. *Los procesos educativos ligados a la idea de educación popular*, que identificaron la capacidad de influencia en los comportamientos de los medios de comunicación y que evolucionaron hacia formas dialógicas de entender el conocimiento y hacia la necesidad de alfabetizar y sensibilizar sobre el funcionamiento de estos.
2. *Las experiencias de desarrollo local y la utilización de los medios al servicio del desarrollo*. Una perspectiva que comenzó ligada

a la idea del difusionismo y de la utilización de la tecnología en beneficio del desarrollo, pero que poco a poco fue siendo cuestionada como imposición externa para matizar estos procesos en la medida en que podían ser desarrollados desde dentro, basándose en las propias necesidades y expectativas de las comunidades locales.

3. *La generación de alternativas mediáticas e información contrahegemónica.* Nacidas con la vocación de generar espacios alternativos (con otras voces, otros contenidos, otras propuestas de programación, otra relación con el oyente/lector/espectador, otros objetivos, etc.) que se opusieran o complementaran a los medios masivos de comunicación y que fueron, en algunos casos, utilizadas como herramienta política de información contrahegemónica.
4. *La organización ciudadana y el trabajo de los colectivos sociales de base.* La utilización de herramientas de comunicación ha sido un elemento clave en el fortalecimiento de movimientos sociales, en su capacidad organizativa y de incidencia pública.

Bien como medios de comunicación autónomos, bien como herramientas dentro de procesos más amplios, la evolución de estas propuestas comunicativas sigue en marcha y, con la llegada de la digitalización, Internet se ha convertido en un espacio de confluencia de muchas de ellas, sea de la mano de movimientos sociales, de iniciativas locales o de propuestas personales con capacidad de generar redes de colaboración en muchos lugares.

POR UN AUDIOVISUAL EMANCIPADOR

La aparición de estos espacios de resistencia popular da testimonio de una constante búsqueda de ejes alternativos desde los que estructurar de nuevo el vínculo social de acuerdo a valores que privilegien el

bienestar del ser humano y el equilibrio con el entorno. Al igual que la hegemonía del discurso mercantilizado se extiende a todos los ámbitos de la sociedad y la cultura, estas alternativas también han ido incrementando su importancia, sobre todo en la última década.

Las prácticas de vídeo participativo que recogemos en esta guía nos permiten empezar a pensar también en la aparición de un nuevo audiovisual caracterizado por la participación popular, la horizontalidad y por la recuperación de la imagen para el cambio social. Se trata de experiencias muy distintas en sí mismas, aunque la base que las pone en relación resulta bastante reconocible. Encarnan un movimiento generalizado a nivel social hacia formas de gestión de lo común basadas en la participación activa e igualitaria de las personas en un régimen de creación cooperativa, que busca generar prácticas sostenibles, abiertas y libres, consolidando espacios de resistencia frente a las lógicas implacables del beneficio. Lo cierto es que muchas de estas fórmulas han venido perfilándose desde la aparición del cinematógrafo hasta nuestros días, aunque siempre mediante prácticas por lo general minoritarias e incapaces de competir con los modelos industrializados.

A nivel práctico, esta emancipación de la imagen plantea una serie de preguntas concretas: ¿qué implica concebir el audiovisual como motor de cambios sociales? ¿Qué ingredientes son necesarios para cortocircuitar el actual sistema audiovisual, basado en la separación clara entre productores y espectadores? ¿De qué forma podemos reclamar una imagen más cercana, plena de sentido crítico, y no atravesada por lógicas profesionales que le dan valor de acuerdo con un interés exclusivamente comercial?

CAMBIO SOCIAL Y EMPODERAMIENTO

Una concepción emancipadora de la práctica audiovisual busca ante todo colocar a un colectivo concreto en la posición desde la que sea posible alcanzar una determinada transformación o

cambio social. En ocasiones, como en casos de denuncias por violación de derechos humanos, de activismo político o de contrainformación, el discurso audiovisual actúa en sí mismo como motor y eje del cambio: la realización del vídeo es el objetivo. Gracias a un vídeo podemos, por ejemplo, conocer voces que han sido silenciadas u opciones políticas que no reciben suficiente atención por parte de los medios tradicionales.

En otros casos, se trata de articular colectivos con personas que aprenden a pensarse como grupo mediante el mismo proceso de creación de un discurso común. En estos casos, el proceso resulta mucho más importante que el resultado del mismo. Se trata de ejercicios horizontales, que rompen conscientemente con la jerarquía y la profesionalización del cine y los medios de comunicación. Los diferentes participantes aportan en pie de igualdad, independientemente de sus conocimientos o del rol que desempeñen en la experiencia. La metodología del vídeo participativo, tal y como la analizaremos en la siguiente sección, descansa sobre esta idea horizontal en la que las decisiones se alcanzan normalmente por consenso o mediante acuerdos amplios. Parafraseando a Cesare Zavattini, podríamos decir que el vídeo participativo busca "mirar la realidad a través de la convivencia".

Por ello, cuando hablamos de cambio social, nos estamos refiriendo también, entre otras cosas, a un cambio en las formas que acerca posibilidades expresivas y avanza en la reinserción de la imagen en mecanismos de producción profundamente ligados a entornos sociales y de vida concretos.

Un espectador participante no puede ser un consumidor y al ser participante deja de ser espectador para convertirse en parte viva del proceso dialéctico obra-destinatario. La obra, si consigue la integración, modifica al destinatario, y este modifica a su vez a la obra aportando su experiencia humana y social. Las observaciones y críticas que recibimos en las proyecciones populares nos hicieron cambiar el cine que

hacíamos... Hemos resultado más modificados nosotros de lo que pretendíamos modificar a los demás (Jorge Sanjinés).

A menudo, el término "empoderamiento" también aparece asociado a los objetivos del vídeo participativo. En sí mismo, el concepto hace referencia al cambio en las estructuras de poder que permite cobrar voz y capacidad de acción a personas o colectivos que antes no lo tenían. Aplicada a prácticas de vídeo participativo, la idea de empoderamiento combina un sentido de concienciación con la idea de acción e intervención, que siempre está implícita en la creación de un discurso que nos cuenta de cara a los demás. Tampoco conviene perder de vista que empoderarse implica siempre un cierto nivel de concienciación política, en el sentido de reflexionar sobre la posición que se ocupa y sobre las posibilidades que la misma implica.

EL EJE DE CAMBIO DE LA IMAGEN

Por lo tanto, el alcance de las prácticas de vídeo participativo emerge de la metodología que permite crear imágenes desde el espacio de lo colectivo y de lo popular, pero se extiende mucho más allá del proceso de producción de un vídeo concreto. Las relaciones sociales que se generan en la propia producción del vídeo, los procesos de alfabetización que tienen lugar o el recorrido de los vídeos una vez finalizada la producción son elementos clave en cualquier experiencia de vídeo participativo.

Visto desde una perspectiva de producto, generado de formas no participativas, el vídeo es una entidad pasiva. Yo me veo. Veo a los demás, pero a menos que la imagen sirva para estimular un diálogo, lo que interpreto es mi propia respuesta interna. No tengo control sobre las imágenes que se me presentan. No tengo control sobre quién ve el vídeo. No tengo control

sobre los mensajes del vídeo. Puedo elegir verlo o no. No tengo expectativas más allá del momento en el que se transmite el mensaje, tanto de cara a otros como de cara a mí mismo (Shirley A. White).

Las páginas que siguen buscan reconocer esta dinámica expansiva. Nos centraremos por supuesto en definir la metodología base que subyace a distintas experiencias de vídeo participativo y en identificar las más significativas tanto en la actualidad como desde un punto de vista histórico. Sin embargo, a partir de este trabajo esperamos transmitir también la fuerza de estas experiencias como motor que altera las formas en las que nos situamos en sociedad, permitiendo a los participantes en las experiencias de vídeo participativo adoptar nuevas posiciones críticas y políticas.

Frente al autodidactismo y el individualismo del "hazlo tú mismo", que no solo perpetúa patrones de conocimiento audiovisual utilitarios y muy limitados, el vídeo participativo apuesta por el encuentro y la transmisión de saberes a nivel colectivo. Es precisamente la sensibilización política mediante la imagen lo que está convirtiendo al vídeo participativo en una práctica de primer orden entre los movimientos sociales y los colectivos centrados en el cambio social. En una sociedad en la que el valor político del discurso audiovisual crece de forma exponencial, creemos que el eje transformador que permite plantear dinámicas de transformación social también gira y girará en torno a la imagen.

CAPÍTULO 2

TRAZANDO LAS HUELLAS DEL VÍDEO PARTICIPATIVO: CINE, VIDEOCÁMARAS, TRABAJO COLECTIVO Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Como hemos advertido en la “Introducción”, la concepción del audiovisual desde una perspectiva participativa o de transformación social no es algo nuevo, a pesar de que este discurso se haya recuperado con fuerza a partir de la llegada de la tecnología digital. Existe una tradición cinematográfica que se remonta prácticamente hasta la aparición de las imágenes en movimiento y que ha venido explorando las posibilidades del lenguaje audiovisual como motor de cambios sociales de calado. Más aún, las mismas prácticas de vídeo participativo poseen un recorrido histórico importante cuyos inicios se pueden localizar en los últimos años de la década de los sesenta y que se popularizarían con la multiplicación de cámaras de vídeo doméstico y aparatos de reproducción de bajo coste.

Hemos dividido este capítulo histórico en dos bloques. El primero de ellos rastrea los principios transformadores que han emergido en la práctica cinematográfica y que han ido prefigurando algunos aspectos clave para entender las dinámicas participativas en el terreno del audiovisual. El segundo bloque parte de la popularización del vídeo entre las organizaciones sociales para

estudiar las raíces del vídeo participativo en el ámbito de la comunicación para el desarrollo. Nuestro afán en este capítulo es precisamente recuperar parte de esta tradición transformadora de la imagen a modo de catálogo histórico que facilite a los lectores una serie de referencias compartidas para contextualizar el vídeo participativo tanto desde un punto de vista metodológico como en relación con sus objetivos. En pocas palabras, un marco de referencia desde el que establecer continuidades, rupturas e intermitencias entre lo que hoy se entiende por vídeo participativo y los antecedentes más directos que somos capaces de reconocer.

En las siguientes páginas se reúnen, pues, los contextos de trabajo, los marcos de actuación y las experiencias clave para entender mejor la práctica del vídeo participativo como realidad que bebe de fuentes muy distintas y cuyos principios han emergido discontinuamente a lo largo de más de 100 años de imágenes en movimiento. Más que una discusión en profundidad de cada caso, lo que nos proponemos es hacer hincapié en las características que enlazan de forma más clara con los principios del vídeo participativo, facilitando también información adicional (ya sea para leer o para visionar) para que quien lo desee pueda profundizar en cada uno de los ejemplos que se aportan.

GIRAR LA CÁMARA 180 GRADOS: DEL CINE COLECTIVO A LOS DOCUMENTALES PARTICIPADOS

CINE PARA UNA SOCIEDAD NUEVA

Uno de los momentos históricos tempranos que alumbraron la utilización del cine con una finalidad social lo encontramos en Rusia tras la revolución de 1917. Se trata de un periodo de profunda experimentación que coloca el cine en primer plano de un programa que buscaba un arte nuevo para una sociedad nueva. Los

casos de Dziga Vertov y de Aleksandr Medvedkin resultan ejemplos paradigmáticos de este afán transformador y de experimentación. Sus películas durante este periodo ejemplifican la confluencia de un lenguaje expresivo liberado por las vanguardias artísticas con un afán de cambio real que las nuevas posibilidades tecnológicas permitían.

DZIGA VERTOV (1896-1954)

Es uno de los cineastas que de forma más explícita se opusieron al cine de ficción como distracción de la vida diaria, defendiendo que el *cine debía ayudar a la gente a comprender la vida y nuestro entorno social inmediato*, en lugar de anestésicarla con lo que él veía como dramas prefabricados. Vertov buscaba filmar la realidad sin adulterar. Para ello utilizaba a veces cámaras ocultas y otras veces varias cámaras que grababan la reacción natural de la gente al enfrentarse con el cinematógrafo. Sus películas exploran el papel social del cine, se preguntan por el rol del nuevo arte en la sociedad soviética, invitan al espectador a verse en la pantalla. Sus temas son cotidianos: la ciudad, la fábrica, los nuevos medios de transporte, el ocio de las clases urbanas, el alcoholismo...

VERTOV, LOS 'KINOKIS' Y EL CINE-OJO

Junto a su mujer y su hermano, Dziga Vertov creó un grupo de acción cinematográfica denominado *kinoki* (cine-ojo). Este nombre daría lugar a toda una teoría del fenómeno cinematográfico que va mucho más allá de la función social del cine. Muy influenciadas por las vanguardias, por el futurismo en concreto, las teorías de los *kinoki* presentan a la cámara como una extensión perfeccionada del propio ojo humano, permitiendo a la humanidad acceder a un nuevo estadio de la realidad.

El cine de Vertov exhibe además una cierta pedagogía audiovisual que enlaza con prácticas de vídeo participativo bastante

posteriores. Uno de los objetivos de sus filmes es que los espectadores entiendan el propio proceso de hacer películas; no se ocultan los mecanismos del cine, sino que se colocan en primer plano. Es por lo tanto habitual que sus películas incluyan planos que ilustran el proceso de montaje o tomas de varias cámaras para que el espectador comprenda cómo se ha obtenido un determinado efecto discursivo.

Para leer más

Homero Alsina y Joaquín Romaguera (1989): *Textos y manifiestos del cine. Estética. Escuelas. Movimientos. Disciplinas. Innovaciones*, Cátedra. Contiene una selección de textos teóricos y manifiestos de Dziga Vertov y sus *kinoki*.

Dziga Vertov (2009): *Memorias de un cineasta bolchevique*, Capitán Swing Libros.

Para ver más

El hombre de la cámara de cine, Dziga Vertov, 1929. Se trata probablemente de la película clave en la filmografía de Vertov y la que mejor ejemplifica los principios de su cine.

MEDVEDKIN O EL CINE EN MOVIMIENTO

El nombre de Aleksandr Medvedkin (1900-1989) está irremisiblemente asociado al cine-tren: una iniciativa que, literalmente, pretendía hacer cine participativo en movimiento en la Unión Soviética durante los años treinta. Para ello, Medvedkin y su equipo utilizaban un tren de varios vagones equipado con sala de montaje, proyector, almacén y toda la infraestructura necesaria de una unidad de producción móvil compuesta por un total de 32 personas.

El objetivo era mostrar el funcionamiento del cinematógrafo en los lugares más remotos del país, filmando y proyectando en pocos días pequeñas historias rodadas en los mismos lugares visitados por el cine-tren. Se trataba en su mayor parte de cortometrajes educativos motivados por problemas locales, que buscaban ayudar a los campesinos y obreros a entender su situación social y

sus responsabilidades en el nuevo estado revolucionario. "Hoy filmamos, mañana proyectamos" era el lema del cine-tren.

En la génesis del cine-tren es posible encontrar un gesto profundamente participativo. Aunque la filmación y edición corría por completo a cargo de los miembros del equipo de Medvedkin, a la hora de decidir los problemas que debían filmarse eran los habitantes del pueblo quienes identificaban las cuestiones más graves. La metodología era sencilla: los trabajadores del cine-tren preguntaban a los lugareños por sus problemas, por el tipo de vida que llevaban o aspectos relacionados con la producción en ese pueblo en particular. Posteriormente, durante unos días, se investigaba la situación para crear un filme corto y, luego, proyectarlo y discutirlo con la comunidad como forma de enfrentarse a problemas de absentismo, baja producción, violencia laboral, etc. Los trabajadores y campesinos aparecían a un tiempo como actores y espectadores de cada producción.

Todo esto causaba una gran impresión, porque verse a uno mismo o a la gente conocida en el cine, en la pantalla, es una sensación única. Cuando yo me veo en la pantalla, invariablemente me siento incómodo, lo mismo que cada uno de nosotros. En este caso uno se veía como un ausentista o como un héroe del trabajo que realiza grandes cosas (A. Medvedkin).

EL DOCUMENTAL

La utilización de la realidad como material fílmico es bastante anterior a la aparición del término documental. No solo hablamos de los primeros noticiarios o las tomas de los Lumière; géneros completos (como el filme etnográfico o las películas sobre la naturaleza) ya existían cuando comenzó a asimilarse el cine de lo real (todo el cine de lo real, de hecho) con el término documental.

Definir el documental como género resulta una encrucijada demasiado compleja como para abordarla en estas páginas. Nos

bastará con entender que la representación discursiva de una realidad concreta siempre contiene en sí misma un cierto afán de intervención que, en medidas distintas, entronca con la concepción del cine como herramienta de construcción y transformación social. Además, el documental suele interesarse por situaciones que afectan a personas y colectivos con los que los documentalistas trabajan en colaboración. Por ello, no resulta sorprendente que realizadores y películas encuadradas dentro del género documental hayan sido con frecuencia precursores de varios aspectos profundamente relacionados con el vídeo participativo como práctica.

Es el caso de Robert Flaherty (1884-1951) y su película *Nanook, el esquimal* (1922), uno de los títulos que con mayor frecuencia aparece mencionado cuando se discute sobre los orígenes del documental (a pesar de que el término aparecería en realidad algunos años más tarde). Flaherty establece una relación íntima con los esquimales a los que filma, con los que convive durante años, transformándolos hasta cierto punto en participantes. Más que como el producto de su creatividad individual, la película se concibe como una tarea en la que participan todos/as mediante proyecciones colectivas en las que los esquimales se ven y opinan a medida que se construye el filme.

Nanook pensaba constantemente en nuevas escenas para la película. Había una en concreto que le obsesionaba. Había un lugar en el Norte que él conocía bien donde el oso polar se esconde para dar a luz. "Filmar al oso sería una buena escena", solía decir (Robert Flaherty).

CINE-VERDAD

El gesto de Flaherty y el afán de realidad de Vertov darán lugar en los años sesenta a la emergencia del denominado *cinéma-vérité* francés, que amplió las vías expresivas del documental mediante el trabajo consciente con las personas que aparecen en el filme.

Este cine-verdad busca hacer una película al tiempo que se construye la misma; una especie de grado cero de verdad discursiva, que se materializa en el gesto de discutir mediante el diálogo y la intervención de los propios participantes.

La gran lección de Flaherty y de Nanuk es la necesidad de mostrar tu película a las personas que aparecen en la misma (Jean Rouch).

Detrás del *cinéma-vérité* está la sensibilidad de Jean Rouch (1917-2004), cineasta y antropólogo, para quien el encuentro con el otro encierra una fascinación que la cámara debe respetar. Es aquí donde está el principio participativo del cine de Rouch: dar la voz al otro, invitarle a que cambie el sentido de las imágenes, facilitarle el poder para dirigirse a la audiencia en pie de igualdad con el cineasta. Es sin duda uno de los momentos más emocionantes de *Crónica de un verano* (1961), la película que mejor refleja el espíritu del *cinéma-vérité*. Al final de la película, las personas que aparecen en ella discuten en la sala de proyecciones junto a Rouch y Edgar Morin. Tienen la posibilidad de opinar sobre su propia imagen, cuestionarla u objetar la representación que han hecho los cineastas.

Para ver más

Crónica de un verano, Jean Rouch, 1961.

Para leer más

Joram ten Brink (ed.) (2007): *Building Bridges. The Cinema of Jean Rouch*, Wallflower Press.

PELÍCULAS CON CONCIENCIA SOCIAL

John Grierson (1898-1972) es, según la historia oficial, el padre del término “documental”, que utilizó precisamente para referirse a las películas de Flaherty. También es suya la definición del

género que con más obstinación ha perdurado: para Grierson, el documental es el "tratamiento creativo de la actualidad". El propio Grierson no firmó muchas películas como director, pero constituyó un grupo de trabajo en la GPO Film Unit, junto a directores como Alberto Calvacanti, Humphrey Jennings o Basil Wright, que realizó más de 35 películas entre 1934 y 1940.

'HOUSING PROBLEMS' (1935)

Quizás la película que mejor ejemplifica la intención de cambio social de muchas de las películas de la GPO Film Unit sea *Housing Problems*, que trata las deficientes condiciones de algunos suburbios de Londres. Además de llevar las cámaras a los propios suburbios y entrevistar a los habitantes de los mismos (nada de lo cual se había hecho en Reino Unido hasta ese momento), la película alcanzó una repercusión notable, colocando el problema de la vivienda en la agenda política del momento.

Además, los miembros de la GPO Film Unit organizaron pases de la propia película en los suburbios. Como recuerda su director, Edgard Anstey: "La pasamos en el Ayuntamiento de Stepney y todos estaban allí, los protagonistas del filme. Era imposible oír nada a causa de los gritos y la algarabía cada vez que un vecino aparecía en la pantalla. Tuvimos que pasarla otra vez. La mujer que en la película ataca a una rata con su escoba estaba auténticamente perpleja. No creo ni que se hubiese visto nunca en una foto. No se reconocía a sí misma. Hubo que decirle que era ella. Gradualmente lo fue aceptando, pero solo en el segundo pase".

Las opiniones y algunos de los trabajos auspiciados por Grierson buscan la utilidad social del cine con el objetivo de promover cambios concretos, contribuyendo a la larga tradición del documental como espacio de denuncia social. Se trata de películas fuertemente politizadas, a pesar de contar con apoyo institucional, y que cumplen con la máxima del propio Grierson de "colocar a la clase obrera en la pantalla".

Las premisas sociales del cine de Grierson implicaban llevar las cámaras a los lugares en los que se encontraban los problemas,

dar la palabra a las personas afectadas, organizar proyecciones sociales y finalmente asegurar que la película tuviese la máxima repercusión posible con el objetivo de comprometer a los responsables políticos.

Para leer más

Margarita Ledo (2004): *Del cine-ojo a Dogma 95. Paseo por el amor y la muerte del cinematógrafo documental*, Paidós, pp. 53-66.

POR UN CINE COLECTIVO

La politización del cine de no-ficción adquiere matices específicos de intervención comunitaria en el trabajo de algunos colectivos filmicos, los cuales, movidos por un afán de intervención y por la necesidad de generar espacios de contrainformación, representan uno de los referentes clave a la hora de entender la emergencia de un audiovisual emancipador, que apuesta por el cambio social.

Muchos de estos colectivos actualizan, sobre todo en la década de los sesenta y setenta, algunos de los presupuestos teóricos de cineastas como Vertov o Medvedkin con el objetivo de generar una forma política de hacer cine y vídeo. En ocasiones, estos colectivos nacen directamente asociados a espacios institucionales (partidos políticos, sindicatos, asociaciones obreras, etc.).

La Workers Film and Photo League, en los años treinta, ofrece uno de los primeros ejemplos de un colectivo de contrainformación. Filman marchas obreras, huelgas y protestas que luego proyectan en eventos que se celebran a lo largo y ancho de Estados Unidos. Su testigo lo recogerán, dos décadas más tarde, colectivos como Newsreel, que realizó una importante tarea de contrainformación a finales de los sesenta; la Film-maker's Cooperative, auspiciada por Jonas Mekas, y con un énfasis más claro en la organización de estructuras alternativas dentro de la propia industria cinematográfica, o Cine Manifest, de clara orientación marxista.

Newsreel ofrece a realizadores audiovisuales y agitadores radicales una forma de introducirse en la conciencia de la gente. Una oportunidad para decir algo distinto [...] para decirle a la gente que no tiene por qué limitarse a ser un espectador-marioneta. En nuestras manos el cine no actúa como un anestésico, como un aparato de control estéril y de verbo suave. Es un arma para contraatacar, para responder y para quebrar la fachada del mentiroso capitalismo mediático (Marilyn Buck y Karen Ross, *Film Quarterly*).

'LE FILME EST UN ARME'

En Europa, las nuevas olas cinematográficas también van a dejar testimonio de distintas experiencias colectivas entre las que destaca, por su poder transformador, la experiencia de los Grupos Medvedkin, que buscaban crear unidades de cine en las agitadas fábricas de la Francia de finales de los sesenta. La experiencia se llevó a cabo mediante la Société pour le Lancement d'Oeuvres Nouvelles (SLON) entre 1967 y 1976, años en los que los Grupos Medvedkin producirán alrededor de 12 filmes, entre los que destacan títulos como *Clase de lucha* (1968) y la serie *Nueva sociedad*.

El trabajo de los Grupos Medvedkin va perfilando aspectos, tanto metodológicos como discursivos, que luego veremos reaparecer en distintas prácticas de vídeo participativo. Tres condiciones eran irrenunciables para estos grupos: las películas deben ser políticas, estar pegadas a la realidad y rechazar los principios del cine de autor, tanto en su realización como en su difusión. Esto implicaba un trabajo colectivo claro. Además, la distribución se realizaba a través de espacios no comerciales.

¿De qué iban los grupos? Era una utopía. Unos cuantos obreros de las fábricas Rhodiaceta en Besançon y Peugeot de Sochaux de un lado. Un grupo de cineastas, realizadores y técnicos, del otro. Los dos grupos deciden dedicar su tiempo,

sus reflexiones, su trabajo a hacer películas juntos (Bruno Muel, *Les Groupes Medvedkine*).

Otros colectivos cinematográficos cuyas actividades han obtenido bastante repercusión en Europa son Undercurrents (Reino Unido), el Colectivo Video-Nou y el Colectivo de Cine de Madrid (España) o los Kannonklubben en Dinamarca.

LA EXPERIENCIA LATINOAMERICANA

Probablemente, a finales de los sesenta, el entorno cultural en el que de forma más definida aparece la idea de un cine de emancipación política y cultural va a ser América Latina, donde la búsqueda de nuevas formas de expresión va de la mano de un afán descolonizador que distancie lo latinoamericano de las formas audiovisuales norteamericanas (cine de estudio) y europeas (cine de autor). Es en América Latina donde un nuevo audiovisual emancipado y propio busca romper con la hegemonía colonizadora que llega del norte y que va a dejar, como resultado, entre otros muchos, una predisposición a construir referencias propias dentro de los medios de comunicación que se recuperará en diversas experiencias posteriores.

El tercer cine es la formulación teórica que recogerá esta sensibilidad emancipadora. En el manifiesto de referencia firmado por los cineastas Fernando Solanas y Octavio Getino se habla de la necesidad de colectivizar el cine no solo en su producción, sino también transformando las proyecciones en actos cinematográficos, enfocados a la toma de conciencia política y a la acción social.

Los estudiantes que salieron a la Avenida 18 de Julio en Montevideo a levantar barricadas luego de la exhibición de *Me gustan los estudiantes* (Mario Handler) o los que improvisaron manifestaciones en Mérida y Caracas cantando *La Internacional* finalizando la proyección de *La hora de los hornos*, o la demanda creciente de films como los de Santiago Álvarez y el documentalismo

cubano, los debates, actos y asambleas que se abran tras la difusión clandestina o semipública de este tercer cine inauguran un camino tortuoso y difícil [...] Por primera vez en América Latina aparecen organizaciones dispuestas a la utilización político-cultural del cine (F. Solanas y O. Getino, *Hacia un tercer cine*).

En Bolivia, la actividad del cineasta Jorge Sanjinés y del Grupo Ukamau se traduce en un cine militante, realizado "con el pueblo" (no por ni para él), que busca transformar el discurso audiovisual en desafío popular al poder. El grupo, que se constituyó a mediados de la década de los sesenta, estaba compuesto originalmente por Antonio Eguino, Óscar Soria, Ricardo Rada y el propio Jorge Sanjinés. Es precisamente la apuesta por la colectividad, por integrar al pueblo como fuerza creadora, lo que establece en las actividades del Grupo Ukamau un principio de participación que se convirtió en el centro de su actividad política.

El arte popular es arte revolucionario, es arte colectivo y en él siempre encontraremos la marca del estilo de un pueblo, de una cultura que comprende a un conjunto de hombres con su general y particular manera de concebir la realidad y con su estilo de expresarla (Grupo Ukamau, *Cine popular, cine revolucionario, cine colectivo*).

La fuerza del concepto de lo popular en el cine del Grupo Ukamau nos devuelve la necesidad de anclar cualquier expresión política y cultural en entornos de vida que doten a estas prácticas de un auténtico sentido transformador. Al igual que ocurre en el vídeo participativo, películas como *La sangre del cóndor* (*Yawar Mallku*, 1969) o *El enemigo principal* (*Jatum Auka*, 1974) devuelven a la comunidad sus propias experiencias y proponen temas que permiten a comunidades concretas buscar salidas de futuro.

Para ver más

La sangre del cóndor (YawarMallku), Jorge Sanjinés, Grupo Ukamau, 1969 (disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=f51nkM1jt64>).

La hora de los hornos, Fernando Solanas y Octavio Getino, 1968.

Para leer más

Fernando Solanas y Octavio Getino (1969): *Hacia un Tercer Cine* (disponible en <http://www.rua.ufscar.br/site/?p=3055>).

Jorge Sanjinés (2004): *¿Qué es y qué ha sido el Grupo Ukamau?* (disponible en <http://www.voltairenet.org/article122850.html>).

DESARROLLO, MEDIOS ALTERNATIVOS Y VIDEOACTIVISMO

Desde muy pronto, los caminos desarrollados en la práctica cinematográfica van a adquirir un sentido más definido de transformación al acercarse a las organizaciones y agentes sociales. Dicho uso va a desembocar directamente en la utilización del vídeo con metodologías participativas en procesos de cambio social. Es necesario enmarcar esta nueva dimensión del uso del audiovisual participativo en relación con, al menos, tres ámbitos que conectan la práctica participativa con procesos sociales, de comunicación y de incidencia política:

1. *La perspectiva de la comunicación para el desarrollo*, que tuvo diferentes formas de materializarse, pero que planteó, de forma programada y con una amplia reflexión académica, la necesidad de utilizar los medios de comunicación como herramientas esenciales de cualquier proceso o programa de desarrollo.
2. *La apropiación de las herramientas de comunicación por parte de colectivos sociales y/o comunitarios*. La relevancia de la comunicación social en todos los órdenes de

nuestra vida fue creciendo de tal forma que hizo que colectivos sociales, movimientos ciudadanos o grupos marginados o excluidos se plantearan su uso como forma de fortalecer sus organizaciones, visibilizar sus problemáticas y presionar a las instancias políticas y a los tomadores de decisión relacionados con su ámbito de actuación.

3. *El cuestionamiento de la televisión como medio hegemónico y la creación de propuestas alternativas a los grandes canales comerciales de comunicación.* El nacimiento de colectivos que se plantearon propuestas alternativas a la televisión y que a través del uso del vídeo intentaron canalizar nuevos contenidos, reivindicaciones colectivas, mensajes políticos, propuestas artísticas o simplemente reflexiones audiovisuales sobre la sociedad y el papel de los nuevos medios de comunicación de masas.

MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y DESARROLLO

La capacidad de influencia de los medios de comunicación a través de la propaganda, que ya se había desarrollado ampliamente durante la Segunda Guerra Mundial, fue el antecedente directo a la hora de utilizar estos medios en los programas de asistencia técnica y financiera que Estados Unidos lanzó en la década de los cincuenta, especialmente en Latinoamérica, con la intención de modernizar las naciones y difundir modelos de sociedades de consumo y generación de riqueza muy ligados al uso tecnológico. Esto se hizo, sobre todo, en el ámbito de la agricultura, la sanidad y la educación, intentando encontrar con la ayuda de los medios masivos de comunicación la mejor forma de cambiar hábitos productivos, de salud y de aprendizaje.

Serán estos programas, aunque ligados a una forma muy vertical y conducida de entender la comunicación, los primeros en popularizar el uso del vídeo en procesos de desarrollo y también en familiarizar a algunas comunidades rurales o desfavorecidas

con la práctica de esta herramienta, que se presumía muy útil por su poder de atención y por sus posibilidades en contextos donde el analfabetismo era habitual.

RELACIONES ENTRE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

En América Latina han prevalecido tres conceptualizaciones principales respecto de la relación entre comunicación social y desarrollo nacional:

1. *La comunicación de desarrollo* es, en esencia, la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la cual se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.
2. *La comunicación de apoyo al desarrollo* es la noción de que la comunicación planificada y organizada —sea o no masiva— es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo.
3. *La comunicación alternativa para el desarrollo democrático* es la noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

FUENTE: LUIS RAMIRO BELTRÁN: "COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA: UNA EVALUACIÓN SUCINTA AL CABO DE CUARENTA AÑOS".

No obstante, y a pesar de que se multiplican estas experiencias mediáticas (en las que además del vídeo también se utilizaron recursos escritos, materiales gráficos, piezas de teatro o programas de radio y televisión) apoyadas por organismos nacionales e internacionales, se cuestionarán los avances de estos programas de desarrollo concebidos "de arriba abajo", donde los expertos, contando con muchos recursos y medios técnicos a su alcance, piensan y determinan cuáles son las necesidades de los territorios y de las personas, que más que sujetos se convierten en objetos del desarrollo.

NUEVOS MODELOS COMUNICATIVOS, NUEVA IDEA DEL DESARROLLO

Surgirán, de este modo, otras propuestas que tratan de involucrar a los interesados en un proyecto común del que sean protagonistas y que les ayude a identificar, proponer y enfrentar necesidades propias y discutidas ampliamente por la comunidad, no pensando en soluciones ajenas, sino desarrollando las capacidades que tienen en el interior de las mismas para encontrarlas. Será entonces, paralelamente a la discusión del concepto de desarrollo que se está dando en las universidades y en organismos de Naciones Unidas, cuando surjan otros procesos como el de la Pedagogía Masiva Audiovisual, ideada por Manuel Calvelo, o las propuestas educomunicativas de Mario Kaplún.

LA PEDAGOGÍA MASIVA AUDIOVISUAL

Es una propuesta específica dentro de la comunicación para el desarrollo que implica la instrumentación pedagógica de los medios audiovisuales —particularmente el documental—, para la capacitación en comunidades rurales o urbano-marginadas. Esta propuesta cambia el viejo modelo de comunicación Emisor-Medio-Receptor por el de Interlocutor-Mensaje (medio)-Interlocutor, el llamado Modelo IMI. El vídeo se planifica, se produce y se aplica de forma participativa junto con la comunidad y por la comunidad. Con base en esta interacción, se produce un Paquete Pedagógico, con temas de aprendizaje que han sido decididos de forma conjunta por los extensionistas y los productores; el paquete tiene un vídeo como su elemento central, además de cartillas como memoria para los productores y para el facilitador. Los problemas son discutidos y tratados teniendo como apoyo estos vídeos. La Pedagogía Masiva Audiovisual recupera la filosofía de un refrán popular adoptado en Perú por los campesinos: “Si lo oigo me olvido, si lo veo me acuerdo, si lo hago lo aprendo”.

Lo relevante para nuestra guía es que estas prácticas vienen a cuestionar un modelo que se había hecho mayoritario a la hora de

entender la comunicación de forma instrumental, basado en su capacidad de influir y trasladar mensajes de forma vertical de un emisor a un receptor, y que se revela inoperante para los procesos de desarrollo que necesariamente deben estar protagonizados por los propios sujetos participantes, utilizando herramientas y discursos propios en espacios de discusión y aprendizaje horizontales. Así, inspirados en la pedagogía transformadora de Paulo Freire, se plantean modelos análogos para la comunicación orientados hacia la emancipación y el fortalecimiento de la democracia.

De hecho, el propio Kaplún propone que, al igual que en la educación encontramos distintos modelos (uno basado en que el alumno APRENDA, otro que busca que el receptor HAGA, y uno más interesante que tendría como principal objetivo QUE EL SUJETO PIENSE y que ese pensar lo lleve a transformar su realidad), también en la comunicación encontramos un modelo preocupado por la transmisión de información, un segundo basado en los efectos de la misma y un tercero que pone énfasis en el proceso, en la interacción que se produce entre seres humanos. "La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia y a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria."

Se trata de un modelo que rompía con la clásica posición del emisor y el receptor para quedar dibujado de la siguiente forma:



Para leer más

Manual Calvelo (2003): *Comunicación para el cambio social*, Fao.

Fernando Korstanje (2008): "Pedagogía Masiva Audiovisual", ENERC.

Para ver más

"Aprender Haciendo. A 16 años de la incorporación de la Pedagogía Masiva Audiovisual" (disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=JwCQF6UHWn8>). Aplicación de esta metodología en el programa Pro-Huerta en Tucumán Argentina. Hay mucho más material e información en la página del Centro Latinoamericano para el Desarrollo y la Comunicación Participativa (disponible en <http://www.cdesco.org/pmm/s-ipmm.html>).

AUDIOVISUALES PARA EL CAMBIO

Los temas de nuestros audiovisuales los escogemos conversando con los vecinos: consultando a la comunidad. Y una vez escogido el tema, hemos encontrado la manera de que al menos algunos de ellos participen en la producción. A ese fin, hemos conseguido formar un grupo de vecinos representativos del barrio que nos aconseja y asesora. Discutimos con ellos los guiones para recibir sus aportes y opiniones. Hacemos un primer borrador del guión y nos reunimos nuevamente con ellos para que le hagan sus observaciones, sus críticas, sus correcciones, que incorporamos a la versión definitiva. Como conocen a fondo el barrio, sus sugerencias son sumamente agudas e inteligentes y nos ayudan mucho.

Muchos vecinos participan también grabando sus testimonios para el audio o posando para las tomas. Pero no pasivamente; ellos nos sugieren el lugar del barrio más apropiado para una toma, el gesto o la actitud más natural para expresar una idea, la imagen más adecuada al modo de ver y de sentir peculiar de nuestra gente. Cuando presentamos el audiovisual, el barrio siente que está presente en él; que es una realización colectiva.

Al principio, hacíamos nuestros audiovisuales como los habíamos visto hacer siempre: con un "mensaje" explícito, con conclusiones y soluciones. Poco a poco, aprendimos a hacerlos abiertos, problematizadores; no simplemente para ser vistos, sino para ser discutidos. Por ejemplo, el último lo hicimos sin final.

Cuando parece que va a venir la conclusión, el audiovisual se corta, se interrumpe. La gente al principio queda sorprendida, pero luego se pone a discutir. Cada uno propone un final diferente. Todos se sienten involucrados, comprometidos en el asunto.

FUENTE: ASÍ CONTABA MARIO KAPLÚN LAS EXPERIENCIAS DE LOS DENOMINADOS "AUDIOVISUALES PARA EL CAMBIO". *EL COMUNICADOR POPULAR*, 1980.

VÍDEO PARTICIPATIVO Y DESARROLLO REGIONAL

Quizás una de las experiencias más relevantes de este binomio entre comunicación y desarrollo desde el punto de vista audiovisual fue el Programa de Desarrollo Rural Integrado del Trópico Húmedo (Proderith). Un proyecto del Gobierno de México puesto en marcha en 1978 para elaborar un programa de desarrollo integral que convirtiese a los campesinos en protagonistas de su propio progreso y que tenía, como principales objetivos, aumentar la producción de la agricultura en las zonas del trópico mexicano, conservar los recursos de la naturaleza y mejorar las condiciones de vida de los campesinos pobres.

Para ello, se puso en marcha un sistema de trabajo donde el vídeo se convirtió en el elemento clave: tanto en una primera fase donde se grabaron las discusiones de los campesinos a la hora de identificar cuáles eran sus principales necesidades y situaciones de vida, siendo mostradas y compartidas posteriormente con el resto de la comunidad, como en un segundo momento, donde los vídeos se convirtieron en el centro de interacción de los equipos de trabajo de campo, que a través de paquetes pedagógicos desarrollaban propuestas de formación y actuación conjuntamente con los campesinos.

Estas discusiones promovidas por los vídeos generaron el establecimiento de planes locales de desarrollo, los cuales reflejaban, a través de los vídeos, las necesidades locales de las comunidades y estimulaban la participación de los

campesinos en el diseño del plan. Los participantes del programa también realizaban intercambio de experiencias con otras comunidades, haciendo que los campesinos pudiesen darse cuenta de los problemas que tenían en común con otras regiones de su entorno. Este hecho ayudaba a que los agricultores tuviesen una visión macro del sistema del cual formaban parte [...]

Para leer más

Manuela Rau de Almeida Callou (2010): "El proyecto Proderith: un caso de Comunicación para el Desarrollo Participativo", en J. M. Pérez Tornero (coord.), *Alfabetización mediática y culturas digitales*, Universidad de Sevilla.

A. Gumucio-Dagron (2001): *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*, Fundación Rockefeller.

EL PROCESO DE FOGO

La experiencia del Proderith y de otras que se pusieron en marcha, ligadas a programas de desarrollo y a procesos de formación dentro de países y zonas empobrecidas, beben de una de las experiencias más inspiradoras y que ha sido considerada como pionera en este ámbito: el proyecto de "Cine y Desarrollo Comunitario de la Isla de Fogo", situada en el estado de Newfoundland (Canadá). Este proyecto traza un puente muy claro entre algunos de los hitos recogidos anteriormente en la práctica cinematográfica y los procesos de desarrollo local programados para atender zonas empobrecidas y colectivos en riesgo de exclusión.

La iniciativa partió del director del Departamento de Extensión Universitaria de la Memorial University, Don Snowden, y del cineasta Colin Law, que pusieron en marcha un proyecto para intentar recoger en imágenes la situación en la que vivían los 5.000 pobladores de la isla de Fogo, aislados en 10 comunidades dispersas. La mayoría de ellos se encontraba en una situación

grave de pobreza y desempleo por falta de posibilidades de progreso, una vez que la pesca artesanal de bajura había entrado en crisis y ya no daba cobertura a las necesidades económicas y sociales de la población.

Tras un informe sobre la pobreza en el país y con la intención del Gobierno de reubicar algunas de sus comunidades en lugares de más prosperidad, Snowden contactó en mayo de 1967 con Law para grabar las opiniones de los habitantes sobre su situación, profundizar en su arraigo y relación con el territorio, así como plantear vías de comunicación y organización entre los mismos. La metodología empleada de grabar pequeñas historias con las voces y la participación de los propios lugareños, así como el proceso de visionado de estas piezas por toda la isla (en más de 35 proyecciones) como herramientas de discusión y reflexión sobre las problemáticas planteadas, sigue siendo considerada una de las experiencias más completas y enriquecedoras de la utilización del vídeo en proyectos de desarrollo social.

Este proceso que se amplió en un programa de tres años fue valorado por todos los habitantes como una vía excepcional por la que habían podido compartir impresiones, preocupaciones y propuestas, siendo el germen para muchos de la puesta en marcha de una gran cooperativa pesquera para toda la isla que canalizase algunas de las demandas y alternativas económicas de la población.

Por otro lado, el proceso se convirtió en un canal de diálogo e incidencia con los responsables políticos que participaron igualmente de visionados organizados para ellos y que incluyeron su punto de vista a través del ministro de Pesca, que se pres-
tó a grabar un vídeo con los planteamientos gubernamentales para que después se proyectara en las comunidades. Todo el proceso desembocó en un programa de seguimiento y atención específico de los habitantes de Fogo para encontrar alternativas al reasentamiento.

Para ver más

Algunas de las películas que realizó Law en Fogo están digitalizadas y accesibles en la Red en la página de la National Film Board of Canadá, que auspició desde 1967 a 1980 el programa “Challenge for Change”, dirigido a la realización de vídeos documentales que contasen con la participación de la gente y que revelasen voces, situaciones o problemáticas no visibilizadas hasta el momento para conseguir cambios sociales y mejoras en la calidad de vida de zonas y poblaciones determinadas (disponible en <https://www.nfb.ca/playlist/fogo-island/>).

VT IS NOT TV

“La cinta de vídeo (*video tape*) no es televisión (*TV*)” fue uno de los eslóganes que surgieron en la década de los sesenta a través de colectivos que reivindicaban el uso del vídeo como una alternativa a la televisión comercial estandarizada. Dentro del clima de la época de reivindicaciones sociales, protestas colectivas y activismo político surgieron —primero en Estados Unidos y después en Europa— una serie de grupos ligados al uso del vídeo y que se movieron entre la reflexión sobre el audiovisual, las propuestas artísticas, la comunicación alternativa y el videoactivismo. Algunos de los más significativos y pioneros de la filosofía del vídeo participativo surgirían a finales de la década de los sesenta de la mano de las primeras *portapacks* o cámaras Sony portátiles y de la popularización de los aparatos de grabación y reproducción de vídeo.

Este es el caso de Video Freex, People’s Video Theatre y Raindance. Todos ellos surgieron en Estados Unidos a partir de la idea común de que los nuevos medios electrónicos eran una herramienta crítica donde los propios usuarios podían generar los contenidos audiovisuales más allá del emporio de la televisión. Pese a que detrás de estos grupos estaban personalidades que después se desarrollaron en la escena del videoarte, en estos casos importaba mucho menos la autoría y la concepción

estética de la obra que las consecuencias sociales que buscaban con su realización. “*Make your own television*”, afirmaba uno de los lemas de la época, y en el primer número de la revista *Radical Software* (1970), fundada por Raindance, se exhortaba a ser críticos con los medios de comunicación y a no ser solo espectador, sino también protagonista y creador bajo el lema “Tú eres la información”.

‘GUERRILLA TELEVISION’

Se trata de un libro de culto que dio nombre a un movimiento contracultural que tenía en el vídeo su principal arma contra el *establishment* y, especialmente, contra el poder mediático de la televisión. En 1971, Michael Shamberg y Raindance Corporation publicaron un texto a medio camino entre manual, manifiesto ideológico y publicación contracultural, que recoge toda la pulsión de la escena videoactivista de la época, que no se diferenciaba sustancialmente de la escena artística, proponiendo la televisión como el lugar desde el que poder impulsar el cambio social.

FUENTE: ARTURO RODRIGUEZ BORNAETXEA. “LA EMISIÓN TELEVISIVA COMO SOPORTE PARA EL ARTE. LOS PROGRAMAS DE ARTISTAS EN LOS CANALES DE ACCESO PÚBLICO DE LA TELEVISIÓN POR CABLE DE NUEVA YORK”.

Hay que apuntar que Video Freex es muy conocido por su experiencia nómada y de creación colectiva. Cambiaron de nombre a Media Bus, ya que —al igual que en la experiencia del cine-tren de Medvedkin— fueron grabando y proyectando vídeos en un autobús por todo el territorio norteamericano, hasta que finalmente se establecieron creando la Lanesville Television, un ejemplo insólito y curioso de televisión pirata al servicio de la comunidad que emitió hasta 1977. Por su parte, People’s Video Theatre se caracterizó por centrar su atención en colectivos marginales como los chicanos, los indios o los Panteras Negras, documentando realidades poco grabadas hasta el momento y promoviendo la discusión de los documentales realizados.

Para leer más

Pedro Ortuño (2013): "Antecedentes del vídeo participativo como alternativa a la televisión comercial: nuevas propuestas *on-line*".

Para ver y leer más

El Centro de Televisión Experimental fue fundado en 1971, como consecuencia de un programa de acceso a los medios de comunicación puesto en marcha por Ralph Hockingen en la Universidad de Binghamton (Nueva York) (disponible en <http://www.experimental-tvcenter.org>).

VÍDEO POPULAR Y ALTERNATIVAS A LA TELEVISIÓN

Estos colectivos también llegaron a Europa (tal y como hemos comentado en nuestras huellas del cine) y también jugaron un papel importante a la hora de promover otros circuitos y canales de producción y exhibición fuera de las grandes televisiones comerciales, como es el caso del ya mencionado Colectivo Video-Nou, que gestionó durante años el Servei de Video Comunitari (SVC) de Barcelona, a través del que promovieron la utilización del vídeo como medio de comunicación y de dinamización social, cultural, educativa e informativa de la vida comunitaria de los barrios de la capital catalana.

Si nos trasladamos a América Latina, la popularización del vídeo será más tardía y no encontraremos experiencias de relevancia hasta la década de los ochenta, cuando las industrias del sector comenzaron a proporcionar equipos más sofisticados, a precios más asequibles y de un manejo más cómodo, permitiendo la exhibición inmediata de las imágenes y sonidos después de la grabación y el carácter *independiente de las producciones*. Esto propiciaría también la construcción de una oposición mediática a los medios controlados por gobiernos totalitarios o monopolizadores de la comunicación, como ocurrió en Chile con el grupo Ictus. Procedentes del teatro, van a producir desde 1979 programas de vídeo colectivo para difundirlos como contenidos contrainformacionales en los

barrios populares de las grandes ciudades, y especialmente de la capital del país.

En este contexto nace en 1986 Video Nas Aldeias a partir de un proyecto previo de grabación experimental de Vincent Carelli con los indios nambiquara. Su evolución fue la de convertirse en centro de producción y formación audiovisual con sede en Olinda (Brasil) y que apoya las luchas de los pueblos indígenas para fortalecer sus identidades y su patrimonio territorial y cultural, haciéndolo a través de producciones audiovisuales en las que participan activamente las propias comunidades indígenas. El centro se ha convertido en una referencia para las redes indigenistas y ha conseguido editar más de 70 películas, algunas de ellas premiadas internacionalmente.

Resulta curioso que un número importante de estas iniciativas se autodenominó "televisión", cuando en realidad eran propuestas colectivas de producción y exhibición de vídeos en comunidades marginales o rurales, por canales artesanales o en lugares públicos. Este es el caso de la TV Viva de Recife (1984) o la TV Serrana de Cuba (1993).

TV SERRANA

Es un proyecto comunitario de vídeo y televisión ideado por el cineasta cubano Daniel Díez y establecido en las montañas de la Sierra Maestra. Plantea un rescate de la cultura local a la vez que refleja los intereses de la comunidad. Suscita el uso del vídeo para fines sociales y educativos y la promoción cultural en las zonas de difícil acceso como apoyo al fortalecimiento de la capacidad comunitaria de actuar sobre su propia realidad (disponible en <http://www.tvserrana.icrt.cu>).

COMUNICACIÓN, EMPODERAMIENTO Y ONGD

Debemos señalar que la práctica del vídeo participativo ha estado íntimamente ligada al desempeño y evolución del denominado Tercer Sector y especialmente de las organizaciones no gubernamentales de

desarrollo (ONGD). En la medida en que estas pasaron de simplemente convocar campañas de recaudación o financiar acciones específicas de desarrollo a apoyar procesos endógenos y demandar un desarrollo sostenible y equitativo denunciando injusticias y desigualdades, van a evolucionar en sus metodologías de aproximación a los territorios y en sus planteamientos de utilización de la comunicación.

En este sentido, las metodologías participativas fueron asumiendo a mediados de la década de los noventa una mayor presencia en la formulación y ejecución de los proyectos de desarrollo y el vídeo fue, en algunos casos, una herramienta recurrente tanto para realizar diagnósticos participativos que permitían una aproximación más integral a las problemáticas abordadas como también un medio pedagógico por el que "formar haciendo" (en el caso de elaboración de piezas documentales) y por el que concienciar críticamente sobre el papel de los medios y las herramientas de comunicación.

EL NOTICIERO INTERCULTURAL (NIC)

Se trata de un proyecto solidario de comunicación participativa desarrollado en España por ACSUR-Las Segovias y en Guatemala por las organizaciones Asociación Mujer Tejedora del Desarrollo (AMUTED) y Defensoría Maya (DEMA), que nace con el objetivo de promover la participación ciudadana, el diálogo intercultural y la comunicación alternativa, popular e independiente, mediante el lenguaje audiovisual. En el marco del proyecto se producen y difunden películas documentales realizadas colectivamente por personas pertenecientes a organizaciones sociales que participan en talleres de teoría y práctica del documental. A lo largo de un año aproximadamente se realizaron ocho talleres de formación en producción de cine documental en Guatemala y cuatro en el Estado español, en el marco de los cuales fueron capacitadas unas 130 personas. Producto de la reflexión realizada dentro de cada uno de los talleres, se produjeron 12 cortos documentales de manera colectiva en los que se tratan los siguientes temas: derechos humanos, migración, participación ciudadana y equidad de género.

FUENTE: "ASÍ SE HIZO EL NIC". MATERIAL DIDÁCTICO EDITADO POR ACSUR-LAS SEGOVIAS.

Para ver más

Aquí se puede ver *El Tanque*, uno de los cortos documentales que se realizó en el marco del NIC y que consiguió en 2009 el Premio al Mejor Cortometraje Documental de Centroamérica del Festival Ícaro, de Guatemala (disponible en <http://www.acsur.org/Vídeo-Manual-Asise-hizo-el-NIC>).

Por otro lado, en su labor de empoderamiento y movilización de los grupos más vulnerables o excluidos, la comunicación ha sido, tanto a nivel de capacitaciones como de estrategias de fortalecimiento organizacional e incidencia política, un elemento que cada vez se viene incorporando con más peso en las intervenciones de las ONGD. Si en un primer momento estas estrategias se circunscribían al ámbito territorial de actuación, la existencia de nuevos sistemas globales de comunicación y la conformación de movimientos sociales que han abordado problemáticas globales ha hecho que el trabajo en red y la generación de alianzas nacionales e internacionales se sumen como elementos esenciales dentro del manejo de las herramientas de comunicación.

En este sentido, es interesante resaltar cómo se generan proyectos que enlazan situaciones locales muy concretas con demandas muy articuladas a nivel internacional y que se encuadran en ámbitos globales como el de los derechos humanos, el cambio climático o las migraciones. Por señalar tan solo un ejemplo, podríamos traer aquí el proyecto "Conversations with the Earth" (disponible en <http://conversationsearth.org>), que coloca las reivindicaciones de derechos de los pueblos indígenas en el ámbito de la discusión internacional sobre el cambio climático a través de multitud de vídeos e historias narradas que se exhiben en museos, universidades y otros espacios físicos, pero también a través de la Red y de los teléfonos móviles.

Esta presencia de la comunicación se hará tan relevante que, además de la multitud de organizaciones que la incorporan a su trabajo tomando la perspectiva crítica de la comunicación para el desarrollo, van a surgir otras organizaciones dedicadas por

completo a este ámbito y que trabajan tanto en proyectos independientes como en alianza con otras, dando apoyo en materia comunicativa dentro de procesos de desarrollo y movilización social. Para nuestra guía son especialmente relevantes las que han utilizado el vídeo como principal herramienta de trabajo, como sería el caso de InsightShare, ProPlaneta, Communication for Social Change (C4C) o Witness, que aparecerán mencionadas en varias ocasiones durante el desarrollo de este texto.

INTERVENCIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL

Por último, hay que señalar que el vídeo participativo se ha trasladado de la mano de la acción social en España y de la educación para el desarrollo a muchos ámbitos y se ha diversificado tanto en sus formatos y herramientas utilizadas como en sus objetivos de actuación e intervención social. Hoy lo podemos encontrar en experiencias de interculturalidad, de integración social, de educación no formal, de educación de adultos, de intervenciones artísticas, de intercambio de experiencias entre países del Norte y del Sur, en propuestas sobre el espacio público, como herramienta de investigación-acción participativa y así hasta cualquier ámbito que se nos ocurra.

La idea de generar una ciudadanía global mediante propuestas educativas que, más allá de la escuela, destaquen la importancia de que las personas conozcan sus derechos y responsabilidades como ciudadanos y ciudadanas resulta vital. "Pero, además, estas personas han de tomar conciencia crítica de la situación en la que viven, de las dinámicas sociales, económicas y políticas que explican por qué esos derechos no se materializan [...] identificando estrategias que les permitan reaccionar, favoreciendo enfoques globales que otorguen la capacidad de identificar las conexiones entre lo local y lo global y promoviendo la organización, la participación social y la acción colectiva."

Escuchando estas palabras de Manuela Mesa sin duda vemos que el uso del vídeo participativo cobra más sentido que nunca y creemos que tiene, de la mano de la sensibilización y de la apropiación de las nuevas TIC, un amplio, complejo y fructífero recorrido aún por transitar.

Para leer más

Teresa Burgui y Javier Erro (coords.) (2010): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación*, editado por el Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR VÍDEO PARTICIPATIVO? DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS Y METODOLOGÍAS

Llegados a este punto queremos centrarnos en la práctica del vídeo participativo e intentar entender qué se ha realizado bajo este paraguas y cuáles son las características principales que lo definen. No obstante, nuestro objetivo no será en ningún caso acotar o restringir lo que es el vídeo participativo, sino más bien dar cuenta de la diversidad de experiencias, prácticas y aproximaciones metodológicas que se han acercado a la producción audiovisual rompiendo con la estructura habitual de autoría y trabajo vertical dirigido, para apostar por una propuesta más colaborativa que busca no solo un producto final, sino objetivos de transformación personal y colectiva.

En este sentido, no creemos que haya una única forma de hacer vídeo participativo, ni tan siquiera un modelo ideal sobre el que basarse, sino más bien una filosofía o una cierta sensibilidad social (sea esto lo que fuere) con la que se ha trabajado. Por tanto, bienvenidas para nosotros todas aquellas experiencias o procesos que quieran autodenominarse como "vídeos participativos" pese a que sus objetivos, metodologías o prácticas difieran (a veces de forma significativa) unas de otras.

LAS DEFINICIONES Y LOS NOMBRES

El problema que surge cuando intentamos definir el vídeo participativo es que nos encontramos con casi tantas propuestas como vídeos y experiencias realizadas, y que cada una pone el foco en señalar algún aspecto muy relacionado con la experiencia vivida. Si repasamos la información de la que disponemos, podemos decir que este ha sido un campo más explorado por las prácticas y los practicantes del audiovisual (gente de la comunicación, del cine, de la educación) en proyectos ejecutados en el ámbito de lo social, que un territorio de estudiosos o académicos que hayan reflexionado en profundidad al respecto.

Sin entrar a recoger toda la diversidad de estas definiciones, valgan como ejemplo de disparidad en el enfoque del mismo concepto las cinco definiciones siguientes:

1. "Una herramienta para trabajar la sensibilidad y la emoción del momento" (Inmaculada Parra).
2. "Una metodología que consiste en acompañar procesos de formación en teoría y técnica audiovisual, así como en comunicación alternativa, que ayuda a diferentes colectivos en la realización de documentales sociales participativos" (proyecto YouthME).
3. "Una herramienta eficaz para involucrar y movilizar a las personas marginadas y para ayudarlas a poner en marcha sus propias formas de desarrollo sostenible" (proyecto VISTA).
4. "Un proceso de vídeo sin guión, dirigido por un grupo de gente de base, que avanza en ciclos iterativos de rodaje-revisión con el objetivo de crear narrativas de vídeo que comuniquen lo que aquellos que participan en el proceso realmente quieren comunicar, en la forma que creen que es apropiado" (Johansson *et al.*).

5. "Un proceso de intervención social que tiene como objetivo la transformación social de la comunidad con el que es desarrollado a través de la reflexión en torno a la identidad, a la organización y a la autorrepresentación de los sujetos en formatos audiovisuales. Una transformación que debe ser generada por la propia comunidad, en un evento de emancipación logrado a través del dominio de las herramientas audiovisuales que permitan, además, la autorregulación en la construcción de su propio discurso" (Julián Andrés Espinosa).

Encuentro de emociones, un proceso de intervención social, una determinada metodología, una herramienta de movilización o el proceso colectivo de realización de un vídeo, así de diversas pueden ser las aproximaciones al concepto de vídeo participativo. Tanto es así que la propia etiqueta de "vídeo participativo" se pone en cuestión y algunos autores hablan de buscar otras denominaciones: "documentales sociales participativos", "películas de creación colectiva", "audiovisuales colaborativos", "vídeos populares o comunitarios", que buscarían precisar una noción que ha servido casi de cajón de sastre para recoger una amplia y muy diversa gama de experiencias. Bien es verdad que los contextos donde se ha utilizado, así como la evolución de la propia tecnología audiovisual, han influido en esta diversidad de propuestas y denominaciones.

DE MEDIOS Y FORMATOS

Nunca más que ahora fueron tan populares los vídeos, los que se hacen y los que se ven, y, sin embargo, cada vez se venden y se utilizan menos cámaras de vídeo y, por supuesto, casi han desaparecido los aparatos que grababan y reproducían nuestros vídeos en las pantallas de la televisión. Podemos decir que ha perdido presencia la herramienta, pero que ha ganado popularidad la práctica

de grabar y de ver vídeos a través de múltiples soportes. Los vídeos ahora se ven y se graban fundamentalmente en los *smartphones*, en las *tablets*, en las cámaras de fotos y en las pantallas de nuestros ordenadores portátiles... En este sentido, hacer vídeos participativos cada vez va siendo menos el aprendizaje técnico de la herramienta y más la concepción de un discurso que se puede canalizar a través de distintos formatos audiovisuales.

Y es que las propias técnicas y discursos audiovisuales están también cada vez más mezclados. Hoy en día nos encontramos películas realizadas con cámaras digitales domésticas, vídeos publicitarios con calidad cinematográfica, telefilmes, programas o anuncios de televisión basados en imágenes de YouTube, tráileres de películas difundidos en vídeos preparados para redes sociales o documentales digitales interactivos, lo que hace que cada vez sea más difícil acotar la práctica audiovisual dentro de una etiqueta determinada.

Por ello, la práctica del vídeo participativo no la podemos limitar a la grabación documental realizada por una determinada comunidad, sino que se ha venido ampliando en cuanto a propuestas, medios utilizados y formatos elegidos. Estos audiovisuales de creación colectiva van desde las prácticas cinematográficas, como las que hace el colectivo Cine Sin Autor o la Cooperativa Cultural Valle Vivo en Venezuela, hasta las pequeñas grabaciones de vídeo que resultan de la documentación de un taller o de las prácticas de un grupo de alumnos/as de las que encontramos múltiples ejemplos en Internet.

Si bien el formato más habitual es el del documental social donde se recogen testimonios, prácticas culturales cotidianas o imágenes y propuestas reivindicativas, también nos encontramos ejercicios de ficción, obras de animación, *spots* publicitarios, vídeos educativos, videoclips o incluso videojuegos. Esto demuestra que a través de nuevos formatos y herramientas se están buscando nuevas vías de motivación, especialmente cuando se trabaja con jóvenes.

En uno de los talleres con jóvenes nos dimos cuenta que el formato documental no les llamaba la atención o, peor, tenían una especie de rechazo. A partir de ahí, en los siguientes talleres el formato pasó a ser una de las cosas que los y las participantes deciden durante su desarrollo (Raquel García, Colectivo Circes).

Para ver más

Campana de prevención "De joven a joven" ejecutada por el grupo de adolescentes promotores de salud Ser Joven y el Servicio de Asistencia Integral al Adolescente del Hospital Municipal Josefina Priour de Villa Allende (Argentina), donde se realizan *spots* publicitarios sobre el uso del preservativo como resultado de una serie de talleres de vídeo participativo (disponible en <http://vimeo.com/9643712>).

Por poner un ejemplo, la Cultural Video Foundation grabó en 2011 una pieza de animación participativa en el campo de refugiados de Hagadera-Dadaab (Kenia). El vídeo resultante fue el fruto de un laboratorio que involucró a un grupo de refugiados somalíes con la finalidad de realizar una animación educativa sobre la salud y las buenas prácticas para la caza de los animales (disponible en <http://www.culturalvideo.org>).

En nuestra era multimedia es difícil delimitar hasta dónde llega el uso del vídeo, entendido en el marco de utilización de múltiples herramientas y soportes, por lo que están apareciendo talleres formativos y experiencias de utilización de las nuevas tecnologías en el ámbito de la transformación social que incluyen elementos muy similares a las dinámicas de vídeo participativo. Nos parece relevante la propuesta de algunos colectivos que hablan de nuevas narrativas digitales ciudadanas que incluyen la utilización de vídeos, pero también otras formas de comunicación textuales o simbólicas.

Creemos que Internet y las prácticas de los usuarios y usuarias creando contenidos con aparatos móviles y con otras herramientas favorecen el aprendizaje y la capacitación informal de la

ciudadanía, amplían el potencial de creación ciudadano y las posibilidades de articular procesos comunitarios de creación audiovisual y de nuevas tipologías narrativas en las que se utilizan también las fotografías, los textos, los mapas... Proyectos multimedia en definitiva, nuevas narrativas digitales (José Luis Roncero, Úbiqua).

RECOGIENDO ALGUNAS CARACTERÍSTICAS Y DISCUSIONES

Para nosotros, no es tan interesante acotar estas definiciones como intentar profundizar en las características de las experiencias, así como en los parámetros que podemos entender que se evaluaron para elegir su uso. Por ejemplo, el acercamiento a la tecnología audiovisual de los proyectos de empoderamiento de colectivos indígenas, comunidades rurales o grupos marginados estuvo muy ligado a proyectos de desarrollo que pretendían diagnosticar de manera participativa las problemáticas comunitarias o, también, visibilizar realidades invisibilizadas a través del audiovisual y llamar la atención de las autoridades competentes.

Hay que decir que tanto la experiencia de Fogo como el nacimiento de InsightShare, una de las primeras organizaciones que se dedicará de manera sistemática a utilizar el vídeo participativo en proyectos de desarrollo, va a generar una propuesta en este ámbito que se populariza y que de alguna manera marca una idea del mismo y una forma de trabajar metodológicamente.

De este enfoque, pese a la rápida evolución de la tecnología, ha permanecido la idea de llevar la tecnología a quien no la tiene o a quien no la domina, la idea de priorizar la utilidad del vídeo frente a su capacidad estética o la de propiciar una narrativa propia y hacerse escuchar en formato audiovisual para conseguir cambiar situaciones problemáticas. Cuestiones cada una de ellas que están siendo problematizadas hoy día y que abren nuevas

posibilidades y nuevos acercamientos al vídeo participativo. Por ejemplo, la idea de que ya no es tan necesario acercar la tecnología (el vídeo es hoy una práctica común que podemos realizar con nuestras cámaras de foto o con nuestros teléfonos móviles, que además ya incorporan aplicaciones sencillas para editar y difundir a través de redes sociales o de plataformas de Internet), sino que lo importante es reflexionar sobre un uso colectivo y crítico de la misma en aras de objetivos sociales y/o comunitarios.

INSIGHTSHARE

Es una de las organizaciones pioneras en la aplicación del vídeo participativo, que nació en 1999 de la mano de los hermanos Chris y Nick Lunch. Hasta el momento ha desarrollado más de 200 proyectos en 50 países, para lo cual ha consolidado una metodología robusta y profunda que utiliza el vídeo participativo como herramienta de investigación, implementación, monitoreo y evaluación en proyectos de desarrollo internacional y justicia social con perspectivas de derechos humanos.

Para InsightShare, "el vídeo participativo es un conjunto de técnicas que aprende un grupo de personas o una comunidad para desarrollar y crear sus propios vídeos. La idea detrás del vídeo participativo es que hacer un vídeo es fácil y accesible para todos. Además, es una gran manera de acercarse a las personas para que tengan voz, expongan sus preocupaciones y problemas, o simplemente para ser creativos y contar una historia".

Igual nos ocurre con la dimensión estética del vídeo participativo, que no quiere dejar de ser reivindicada como un instrumento de creatividad colectiva y que se asocie a vídeos de pobre calidad o de pésima realización, encontrando productos de alta calidad, originalidad e ingenio creativo.

Si el documental social participativo que se genera no es de calidad y no consigue difundirse, todo el proceso se queda en una iniciativa formativa. Para que sea auténticamente un

ejercicio de comunicación alternativa el documental tiene que aspirar a ser de calidad, lograr la máxima difusión y movilizarse a la gente (Giorgio Mosangini).

En el ámbito de los talleres auspiciados por organizaciones sociales, hay que tratar de salir de los clichés y del concepto utilitarista que, a menudo, estas tienen del lenguaje audiovisual [...] El vídeo no es un útil para difundir un mensaje, sino que es fundamentalmente una herramienta de conocimiento (Ian Ingelmo).

Se trata de una herramienta de cambio social a través de una intervención artística que encuentra su fundamento y su recurso creativo en la participación popular (Alberto Bougleux).

No obstante, el hecho de que hayan surgido experiencias en distintos continentes, y bajo la iniciativa de personas y colectivos de distinta procedencia, ha hecho que encontremos prácticas que se centraron más en el hecho tecnológico, en la capacitación técnica y en la creación de historias audiovisuales; otras más interesadas por la dimensión identitaria de los procesos, por la capacidad de construir y repensar imaginarios propios, u otras centradas en los procesos de transformación social y las consecuencias en términos de cambios concretos que pueda conseguir el vídeo realizado.

Queriendo agrupar de alguna forma esta diversidad, encontramos que, a pesar de las distintas intenciones y objetivos de cada una de las experiencias, existen tres grandes preocupaciones que se atienden en mayor o menor medida en la mayoría de los vídeos participativos:

1. *El proceso*, es decir, todo aquello que tiene que ver con la toma de conciencia, con fortalecer la participación, con el trabajo en equipo y el sentido de comunidad, así como las posibilidades que tiene el audiovisual en el desarrollo de experiencias organizativas, de diálogo, de reflexión y de creación colectiva.

Para motivar el debate, solemos decir que el audiovisual, como producto, es lo más importante, pero a su vez es lo que menos importa de nuestra acción. El audiovisual, debido a su gran poder de atracción y empatía motivacional entre los jóvenes y entre las comunidades donde su acceso es más restringido, es nuestra herramienta, pero no es el producto final lo que nos interesa, sino todos los procesos que se generan a partir de la formulación, realización y exhibición de los vídeos (Centro Caribeño de Comunicación y Cultura).

2. *La comunicación.* Aproximándonos a la dimensión mediática-tecnológica de nuestras sociedades de forma crítica y replanteando el trabajo de "enfocar" o, lo que es lo mismo, de tomar la herramienta del vídeo para poner el foco en algún aspecto que nos interesa y que no suele aparecer en los medios. Desde esta visión se trata de construir nuevas formas de narrar, mejorar nuestra comprensión del lenguaje audiovisual y educarnos sobre el funcionamiento de los medios de comunicación, así como de plantear propuestas de comunicación alternativa y nuevas vías de representación y difusión.

En nuestro horizonte ha estado siempre reivindicar y poner en práctica experiencias concretas que nos permitan ejercer el derecho a la comunicación. Esto pasa, en primer lugar, por colectivizar y distribuir el acceso a los medios de producción audiovisual, promover el acceso a la formación necesaria para poder crear programas audiovisuales y el acceso a los medios de comunicación social. Es decir, contar con un Tercer Sector Audiovisual (alternativo, no vinculado a empresas ni a partidos políticos) articulado y en red a nivel local, nacional e internacional, integrado por televisiones comunitarias, asociativas, públicas, vecinales, indígenas, etc. Una red con peso y prestigio social que sea capaz de contrarrestar los mensajes lanzados por las corporaciones mediáticas, que tienen

intereses económicos y políticos muy concretos (Laura Cabezas, Acsur-Las Segovias, Noticieros InterCulturales).

3. *Los resultados*, pensados en términos de beneficios personales y colectivos de la experiencia, de la generación de nuevas capacidades técnicas, pero también de un producto audiovisual concreto que puede deparar consecuencias en términos de visibilidad, de impacto público o de generación de cambios.

Sin duda que la tensión y la interacción entre procesos y resultados ha marcado en buena medida las experiencias del vídeo participativo, que siempre ha destacado la cantidad de aspectos intangibles que se desarrollan en términos de sensibilización, motivación, formas de relacionamiento, dinámicas de organización y discusión, autoestima y desarrollo de capacidades comunicativas y creativas, etc., pero que finalmente quiere mostrar un producto audiovisual que se encuentra en el centro de toda la experiencia y que servirá en muchos casos para convertirlo en una herramienta más (de documentación, incidencia, movilización...) dentro de un proceso más amplio.

En cualquier caso, esta discusión tiene mucho que ver con el tipo de proyectos en los que se han generado los vídeos y, en la mayoría de los casos, con los tiempos y los recursos de los que se ha dispuesto. Evidentemente formaciones de uno, dos o tres días sobre esta materia difícilmente aspiran a generar grandes piezas documentales, sino más bien a motivar el uso de las mismas y a romper estereotipos generados en las formas de entender el discurso audiovisual y las dificultades de aplicarlo de manera autónoma. También sirven para generar dinámicas de trabajo participativas dentro de proyectos más amplios de desarrollo comunitario o integración social que encuentran en el vídeo una forma atractiva y nueva de incorporar ciertas metodologías.

En este aspecto, nos parecen relevantes las palabras de Alberto Bogleux cuando plantea que, en experiencias como la de la Escola Popular de Cinema, además del proceso "se considera también

central el producto final (normalmente un cortometraje documental). Porque un proceso que termine sin producto final puede dejar (ojalá) buenas sensaciones por la experiencia vivida, pero le privará al grupo de su espejo final y, sobre todo, de la herramienta principal para compartir de verdad con el entorno y fuera del grupo mismo. Sin perder la libertad ni la espontaneidad expresiva de quien por primera vez se aproxima a un lenguaje complejo y de manejo no siempre fácil, mantener alta la atención del grupo hacia la finalización de sus esfuerzos en una forma comprensible y comunicable, es una de las claves para el éxito de todo proceso de vídeo participativo”.

Las experiencias dotadas de mayores recursos han permitido procesos más complejos y sostenibles en el tiempo, que consiguen cerrar un itinerario de trabajo que no se termina en la realización de un taller ni tampoco en la elaboración de una pieza audiovisual, sino que pretende trabajar en la difusión de esta obra en la medida en la que puede conectar con las demandas del colectivo que la ha realizado, con un proceso de trabajo más amplio que se esté desarrollando o con otros colectivos o comunidades que puedan tener interés por involucrarse o participar de alguna forma en el proceso. Así, experiencias que desde el inicio han abarcado el trabajo con distintos colectivos o en países diferentes, ya contemplaban entre sus objetivos generar espacios de encuentro, así como abrir a través del vídeo participativo una vía de comunicación para el colectivo o comunidad implicada, con colectivos de otros lugares y con instituciones nacionales e internacionales.

Podemos citar algunas experiencias interesantes como el proyecto europeo VISTA (Vídeo Participativo y Habilidades Sociales para la Capacitación de Adultos Desfavorecidos), que se trabajó en seis países europeos; el Noticiero InterCultural de Acsur-Las Segovias, o la iniciativa “Sumando Voces” de Participate, una red global de organizaciones sociales y académicas, que utilizan metodologías participativas para la incidencia social.

Este ciclo se cierra con uno de los aspectos más complejos y también más difíciles dentro de los procesos del vídeo

participativo: la difusión. En la medida en que esta difusión ha querido llevarse más allá del grupo realizador-participante, se ha visto como un gran reto y también como una de las mayores dificultades a la hora de tener capacidad de ampliar su campo de acción y acceder a otras vías o canales de comunicación. ¿Son los circuitos del cine, los festivales de cortometrajes una de esas vías de difusión? ¿Son los ciclos/concursos organizados por fundaciones, organizaciones o instituciones sociales? ¿Son canales de televisión locales, alternativos o comunitarios? ¿Son las plataformas de vídeo *on-line* o nuestras propias páginas webs las herramientas más adecuadas?

Evidentemente el alcance de esta difusión estará ligado a los objetivos de cada proyecto, pero sin duda llegar a más gente, difundir y compartir la experiencia con otros, obtener una repercusión pública, etc., amplía la dimensión de esta práctica y suma elementos de identidad, visibilidad e incidencia política que pueden ser estratégicos en procesos de transformación social. Como señala Raquel García, del Colectivo Circes, es "necesario que los grupos no solo hagan sino que se reapropien del material audiovisual para darle continuidad a los proyectos a través de la difusión". El hecho de poder subirlo a Internet fácilmente por un lado abre una vía de difusión muy rápida y amplia, pero al mismo tiempo nos puede hacer creer erróneamente que ya está todo hecho, que las personas lo verán sin más, sin exigirnos un proceso de pensar estrategias para darlo a conocer, sin pensar otros usos posibles o sin buscar otros canales o vías de comunicación.

Aunque resulte sumamente fácil subir un vídeo a Internet, también es muy alto el riesgo de alcanzar una audiencia y difusión muy marginales. Los documentales en Internet siempre corren el riesgo de ser una gota de agua más en un océano de información. En este sentido, hay que explorar nuevas vías para difundir los resultados audiovisuales de los procesos participativos, por ejemplo, a través de la creación de portales especializados que

permitan aunar esfuerzos de difusión o participando en festivales de documentales (Giorgio Mosangini).

Pese a la amplia gama de medios alternativos y plataformas de Internet que intentan dar cabida a contenidos y propuestas que nacen de la mano de movimientos sociales, han sido muy pocas hasta el momento las propuestas pensadas exclusivamente para los vídeos participativos. Casi no existen espacios que, de alguna forma, intenten maximizar de forma sistematizada los trabajos realizados, multiplicando su difusión y su capacidad de alcance. Podemos recoger aquí la iniciativa Video for Change (<https://www.v4c.org>), una red creada por un conjunto de organizaciones del ámbito anglosajón que usan el vídeo como herramienta de cambio social y, especialmente, la propuesta de Zalab TV (<http://www.zalab.org/>) que se presenta como “la primera televisión internacional por Internet exclusivamente dedicada al vídeo participativo”. Esta plataforma con sede central en Italia surgió para difundir los resultados de una serie de talleres de vídeo participativo, realizados en Italia, Palestina, España y Túnez entre 2005 y 2007 con colectivos de ciudadanos/as en situación de conflicto y marginalidad geográfica y social.

Otro aspecto a tener en cuenta desde el punto de vista de la difusión consiste en definir los derechos de utilización de las obras que emergen de los procesos de vídeo participativo. La emergencia del *copyleft* y las licencias *creative commons*, en combinación con la posibilidad de reutilización de las imágenes que circulan por Internet, ha puesto sobre la mesa la importancia de eliminar las barreras que permitan compartir adecuadamente los contenidos audiovisuales *on-line*.

¿QUÉ ES EL 'COPYLEFT'?

Copyleft es el término que se utiliza en el ámbito informático (y se aplica de manera análoga a la creación literaria y artística) para designar el tipo de protección jurídica que confieren determinadas licencias que garantizan el derecho

de cualquier usuario a utilizar, modificar y redistribuir un programa o sus derivados, siempre que se mantengan estas mismas condiciones de utilización y difusión. El término comenzó a utilizarse en los años setenta por oposición a *copyright* para señalar la libertad de difusión de determinados programas informáticos que les otorgaban sus creadores.

El objetivo principal de esta licencia es impedir que el material que se acoge a ella pueda quedar jurídicamente sujeto a derechos de autor. El *copyleft* sería de este modo la reivindicación de la libertad, frente a los derechos de autor que la coartan. Al mismo tiempo, el componente *-left* también se asocia con el significado que posee como participio de *to leave*: toda creación que se difunda con esta filosofía “se deja” a disposición de usuarios posteriores, para que se pueda utilizar libremente de manera indefinida.

FUENTE: ADAPTADO DE FUNDACIÓN COPYLEFT (DISPONIBLE EN [HTTP://FUNDACIONCOPYLEFT.ORG/ES/9/QUE-ES-COPYLEFT](http://FUNDACIONCOPYLEFT.ORG/ES/9/QUE-ES-COPYLEFT)).

Para leer más

Preguntas frecuentes sobre el *copyleft* y las licencias “Creative-Commons” (disponible en <http://es.creativecommons.org/blog/pmf/>).

PRINCIPIOS METODOLÓGICOS

El vídeo participativo se enmarca dentro de los principios de trabajo de la Investigación-Acción Participativa (IAP), que aquí podríamos denominar Concienciación-Videocreación-Participativa (CVP). Se trata de que los grupos de población o colectivos involucrados en el proceso pasen de ser “objetos” observados y filmados a “sujetos” protagonistas del proceso de realización de una pieza audiovisual, bajo la idea de que el mejor aprendizaje es siempre aquel que se realiza a través de la experiencia.

El vídeo participativo trabaja la dimensión grupal y colaborativa de un proceso de trabajo en equipo que se caracteriza por desarrollar competencias de argumentación, selección, negociación, reflexión

y comprensión donde a pesar de surgir divergencias y conflictos se persigue la capacidad de establecer espacios de diálogo, puntos de acuerdo y objetivos a alcanzar que no son individuales, sino colectivos.

El vídeo participativo propone una nueva forma de trabajar y entender la creación audiovisual, rompiendo con las cadenas tradicionales de trabajo y con la idea de autoría y estableciendo nuevos modos de toma de decisiones y de creación colectiva.

¿HASTA CUÁNTO DE PARTICIPATIVO?

Más allá de las características comentadas y de estos principios metodológicos, es verdad que nos vamos a encontrar una gama muy amplia de experiencias consideradas o autodenominadas como "vídeo participativo", ya que no todas las experiencias siguen un mismo itinerario y no todas plantean un mismo grado de participación, dependiendo donde cada una ponga el foco o si la participación está más ligada a una de las fases del proceso.

En este punto nos parece relevante traer aquí la tabla que plantea Renuka Bery (tabla 1).

TABLA 1
MODOS Y GRADOS DE PARTICIPACIÓN AUDIOVISUAL

MODO DE PARTICIPACIÓN	GRADO DE PARTICIPACIÓN	MECÁNICA DE TRABAJO
Co-opción	Se eligen representantes testimoniales entre los miembros de la comunidad, pero estos no tienen influencia ni poder real.	Los productores de vídeo ajenos a la comunidad se reúnen con la misma, pero son ellos los que toman las decisiones importantes y realizan su propio programa. No existe compromiso de proyección local.
Conformidad	Se asignan tareas con incentivos. Los productores ajenos a la comunidad deciden la agenda y dirigen el proceso.	Los miembros de la comunidad lideran la fase de investigación. Los productores externos toman las decisiones importantes y realizan su propio programa. No existe compromiso de proyección local.

TABLA 1

MODOS Y GRADOS DE PARTICIPACIÓN AUDIOVISUAL (CONT.)

MODO DE PARTICIPACIÓN	GRADO DE PARTICIPACIÓN	MECÁNICA DE TRABAJO
Consulta	Se pregunta a la comunidad su opinión y los productores externos analizan y deciden un curso de acción.	Los miembros de la comunidad comparten sus puntos de vista y opiniones acerca de los aspectos más importantes relacionados con la misma. Estas opiniones son tenidas en cuenta a la hora de realizar el vídeo. No existe compromiso de proyección local.
Cooperación	La comunidad trabaja junto a los productores externos para determinar las prioridades temáticas. La responsabilidad de tomar decisiones recae en los productores externos.	Los miembros de la comunidad y los productores externos desarrollan un guión de forma conjunta. Los productores desarrollan el vídeo. Existen provisiones para la proyección local, pero no se constituye la comunidad como la audiencia primaria.
Co-aprendizaje	La comunidad y los productores externos comparten sus conocimientos de cara a generar patrones de comprensión y trabajar codo a codo de cara a generar acción mediante el trabajo de facilitadores/as externos.	Los miembros de la comunidad y los productores ajenos a la misma llegan a un consenso y elaboran un guión. La producción se realiza de forma conjunta aunque uno de los productores externos se encargue de dirigir el proceso. La comunidad es la audiencia primaria, tiene acceso al vídeo y puede compartirlo con otras comunidades.
Acción colectiva	Los miembros de la comunidad establecen su propia agenda y se movilizan para llevarla a cabo en ausencia de iniciadores y/o facilitadores externos.	La comunidad determina los temas sobre los que hay que hablar, desarrolla las historias y realizan el o los vídeos de forma autónoma. El propósito del vídeo es el de ser utilizado en la comunidad para lidiar con un problema concreto y generar patrones de cambio.

FUENTE: R. BERY (2012): *PARTICIPATORY VIDEO THAT EMPOWERS*.

Sin querer entrar a discutir si experiencias con un menor grado de participación las deberíamos considerar como vídeo participativo, lo que sí nos parece relevante señalar es que los contextos y el alcance que quiera darse a la experiencia puede marcar en gran medida este gradiente, sin tener por qué perder valor o ser consideradas "menos auténticas". Desde la concepción colectiva de los proyectos de la TV Serrana (Cuba) a los visionados colectivos de la TV Bateyes (República Dominicana) hay múltiples propuestas de colocar la dimensión participativa en proyectos de capacitación audiovisual comunitaria, lo que nos habla de la flexibilidad en la concepción de esta metodología.

En la TV Serrana no es el director el que decide qué se hace, qué tema se debe tratar, sino que se presenta un proyecto que se lleva a un espacio que nosotros llamamos "Grupo de Creación Artística". Ahí se encuentran todos: sonidistas, camarógrafos, directores, editores, productores, ante quienes se presenta y discute el proyecto. Hasta que no está garantizado que la investigación es profunda no se entregan los equipos para filmar. Eso conlleva una discusión alrededor de la obra que se va a hacer, por qué se va a realizar y si es necesaria para la comunidad o no (Daniel Diez, periodista y fundador de TV Serrana).

En este sentido, más allá de usar una tecnología y hacer una obra conjunta, para nosotros es muy importante el proceso de reflexión colectiva que de alguna forma cuestiona el uso de esa tecnología y hace pensar (y tal vez provocar) cuestiones y/o acciones (en el seno de una comunidad o de un grupo determinado) más allá del vídeo final.

Nos distanciamos de la práctica frecuentemente asociada a la idea de que la participación consiste en entregar cámaras a ciertas personas de una comunidad para que ellos/ellas produzcan un vídeo [...] Sabemos por experiencia, que en la mayoría de los casos los resultados de esta práctica son imágenes estigmatizantes de la comunidad que imitan los estereotipos de la industria cinematográfica o de la televisión de masas (Maruja Salas y Maya Tilmann).

Por este motivo, nos parece esencial en las experiencias de vídeo participativo la labor de la persona que facilita el proceso que, además de ofrecer capacitación técnica, debe abrir este proceso de reflexión crítica e incorporarlo a todas las fases del proyecto que se quiera realizar. Para ello la principal herramienta de la que dispone el facilitador/a es promover un diálogo sincero, basado en la capacidad de escuchar, en el apoyo y en el respeto a las opiniones diferentes.

No queremos dar una impresión equivocada: el vídeo participativo es un espacio de conflicto. Los grupos y las comunidades en las que se insertan estas experiencias suelen ser bastante heterogéneas y los conflictos que albergan aparecen con frecuencia en las dinámicas de trabajo. Lo importante es trabajar de cara a convertir estos conflictos en una fuerza creativa. Para ello no es necesario poner de acuerdo a todos los miembros de un grupo, pero sí asegurar que la experiencia se desarrolla en un ambiente en el que se pueden exponer opiniones diferentes sin ofender a nadie y sin imponer jerarquías que pueden estar presentes en la propia comunidad.

HABILIDADES PARA EL PROCESO DE FACILITACIÓN

En su reflexión sobre el papel de las/los facilitadores, Shirley White habla de una serie de "habilidades" que estos deben desarrollar para maximizar las posibilidades de éxito de una experiencia de vídeo participativo. Son un total de ocho:

- Promover encuentros interpersonales.
- Fomentar el diálogo.
- Desarrollar la capacidad para la escucha reflexiva.
- Aprender a conciliar las diferencias.
- Facilitar los consensos.
- Tratar adecuadamente con los prejuicios.
- Manejar los conflictos.
- Incentivar la cooperación.

ALGUNOS EJEMPLOS DE ORGANIZACIÓN

No es el objetivo de esta guía establecer un modelo a la hora de realizar vídeos participativos, pero sí que nos gustaría acercarnos a algunas metodologías que han establecido una serie de pasos para hacerlo. De nuevo, la gama de posibilidades y de opciones son amplias, desde los que plantean la formación más técnica pensando

exclusivamente en la realización del vídeo y organizando el trabajo en fases de pre-producción, producción y posproducción hasta las propuestas más complejas que incluyen en su recorrido contenidos y técnicas que van mucho más allá de la capacitación técnica.

Recomendamos aquí algunos manuales de utilización del vídeo participativo como el de InsightShare con versión en español (*Una mirada al VP. Manual para actividades de campo*) y la guía para facilitadores/as y formadores/as del proyecto VISTA denominada *Vídeo participativo para grupos marginados, desfavorecidos y vulnerables*.

LA PRÁCTICA DEL VÍDEO PARTICIPATIVO SEGÚN INSIGHTSHARE

- Los participantes (hombres, mujeres y jóvenes) rápidamente aprenden cómo usar el equipo de vídeo a través de juegos y ejercicios.
- Los facilitadores ayudan a los grupos a identificar y analizar los asuntos importantes para su comunidad, adaptando diversas herramientas similares a las utilizadas en la Evaluación Rural Participativa.
- Los participantes dirigen y filman vídeos cortos y mensajes.
- El metraje rodado se muestra a la comunidad en proyecciones diarias.
- Se pone en marcha un proceso de aprendizaje, información compartida e intercambio dinámico con la comunidad.
- Se pueden utilizar las películas terminadas para promover la concienciación y el intercambio entre varios grupos objetivo.
- Los vídeos participativos o los mensajes de los vídeos pueden ser usados para fortalecer tanto la comunicación horizontal (por ejemplo, la comunicación con otras comunidades) como vertical (por ejemplo, la comunicación con quienes toman las decisiones).

En el caso siguiente (tabla 2), nos parece relevante la adaptación del proceso a una investigación más amplia desarrollada con metodologías de Investigación-Acción-Participativa y al contexto sociocultural de unas determinadas comunidades que tienen su

propia cosmovisión. Se trata del Programa Andino de Soberanía Alimentaria coordinado por el International Institute for Environment and Development (IIED), que trata de trabajar junto a las comunidades “nuevas formas en que la ciencia y la política agroalimentarias armonicen con los saberes y el derecho de los pueblos a decidir sobre la calidad de la comida, sana y local”.

TABLA 2

VÍDEO PARTICIPATIVO Y ADECUACIÓN METODOLÓGICA

PREPRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	POSPRODUCCIÓN
Contacto previo, información, consentimiento de la comunidad.	Registros del proceso de la IAP y de los temas del saber local.	Ética de la edición, pauteo. Edición (aprendiendo, valorar la supervisión con cariño).
Coordinación con el conjunto de actividades de la IAP.	Temas, sonidos, música, imágenes “desde adentro”.	Finalización del vídeo con retroalimentación de la comunidad.
Formación de un equipo de videastas comunitarios en base a un plan y responsabilidades (semejante al sistema de cargos).	Tratamiento estético desde la tradición artesanal.	Distribución-difusión. Distribución en el ámbito del proyecto. Distribución fuera del ámbito del proyecto.
El <i>script</i> participativo (en base al proceso de la IAP, conversando con los sabios y los miembros de la comunidad).	Voces testimoniales desde la tradición oral. Sin narrativa desde “la voz de dios”.	Intercambio entre comunidades. Decodificación grupal de las presentaciones. Documentación de los procesos de reflexión. Cine comunal.

FUENTE: M. SALAS Y M. TILMANN (2008): “EL ROL DEL VÍDEO PARTICIPATIVO O COMUNAL EN EL PROYECTO DEL IIED”.

Por último, traemos aquí —reorganizadas en cuatro bloques— las fases que contenía la propuesta de formación en vídeo participativo que la Asociación Cultural La Bretxa preparó para trabajar en el IES Nou Badalona. Es esta una propuesta mucho más reflexiva y que intenta, además de llevar a cabo los vídeos, reflexionar sobre cada una de las tomas de decisiones en relación con las problemáticas que se quieren abordar.

FASE I (de aproximación)

1. *Toma de conciencia*: concienciar a los/las participantes sobre la importancia de conocer y reconocer el papel que jugamos en la sociedad, de que somos responsables de nuestra propia realidad y de nuestra propia transformación.

2. *Exploración sobre las problemáticas de la comunidad:* construcción endógena de las temáticas a abordar, visibilizar y tratar desde la perspectiva de la comunidad participante.
3. *Audiovisual como herramienta de intervención y transformación social:* dejar que las personas que participan descubran el poder del audiovisual como dispositivo que contiene la memoria en formato imagen. Esta sirve como soporte de opiniones, propuestas e ideas; permite construir un relato propio y transmitirlo en otros escenarios sin ser desvirtuado o descontextualizado por las dinámicas mediáticas.

FASE II (de organización)

4. *La organización para la producción audiovisual:* exploración de la organización clásica de los equipos audiovisuales (por departamentos de producción) y construcción de un equipo de trabajo acorde con las dinámicas organizativas de la propia comunidad.
5. *Formatos y géneros audiovisuales:* deconstrucción de los formatos clásicos de la producción audiovisual para construir formatos que respondan a las necesidades narrativas de la comunidad participante.
6. *Fases de producción:* exploración de las tres grandes fases de producción audiovisual (preproducción, producción y posproducción) y análisis de posibles coincidencias en nuestro propio proceso, reflexión acerca de cómo podemos aprovecharnos de dicho conocimiento.

FASE III (de realización)

7. *De la idea al guión:* talleres prácticos para convertir en audiovisual las ideas que queremos expresar. El guión como metáfora de la convivencia de distintas ideas y sensibilidades.
8. *Escaleta y plan de rodaje:* procesos de negociación entre los miembros del equipo para seleccionar los planos y el modo en que serán contados. Reflexiones sobre el uso de la imagen y su dimensión de representación, de construcción de identidades.
9. *Rodaje:* respeto por los acuerdos pactados. Negociaciones y toma de decisiones de acuerdo con los problemas surgidos durante este proceso.

10. *Edición*: selección de escenas, también de manera negociada. Argumentación sobre la selección y aprendizaje del proceso de construcción de un discurso.

FASE IV (de difusión)

11. *Diseño de difusión*: planteamiento de estrategias para convocar a la comunidad participante para que asista el lanzamiento del producto terminado. Desarrollo de estrategias de difusión, relación y comunicación de los aprendizajes logrados durante el proceso.
12. *Premier*: presentación del producto terminado y socialización del proceso con todos los miembros de la comunidad.
13. *Recorrido de la obra*: un momento no siempre contemplado que trata de pensar sobre la difusión después de la presentación, la inserción en canales, espacios o redes de distribución, la presencia en redes sociales y la difusión a través de nuestras redes de contactos.

FUENTE: ADAPTADO DE ESPINOSA, JULIÁN A. (2011).

Estas fases se cumplirán en la medida en que los proyectos estén concebidos para unos fines u otros (como veremos en el siguiente capítulo) o que se inserten dentro de proyectos más amplios que, según los temas, marcan itinerarios diferenciados. Si intentamos dar cuenta de esta variedad temática dentro del vídeo participativo, nos aparecen proyectos de desarrollo local, medioambientales, de seguridad alimentaria, de prevención de enfermedades, de condiciones de vida de colectivos poblacionales o zonas rurales, de sensibilización sobre violencia de género, sobre convivencia e interculturalidad, de integración social, de planificación urbana y utilización de los espacios públicos, sobre los medios de comunicación y el uso de las tecnologías, sobre determinadas identidades culturales y sobre migración, de formación de jóvenes, etc.

Una larga lista de temas que seguro que no agota todos los que ya se han tratado con esta metodología, y que tampoco termina si pensamos en el futuro, ya que cualquier vídeo participativo,

enmarcado en un buen trabajo de diagnóstico y preparación, puede aproximarse a cualquier tema y aportar elementos que seguro serán interesantes para la reflexión y, también, para la acción.

Los documentales realizados se muestran en la *Cruzada Audiovisual*. Nos trasladamos por cada pueblo, comunidad o bohíos de campesinos que viven aisladamente en la montaña, con el equipamiento llevado por mulos, y recorreremos determinadas zonas mostrando la obra. En la medida en que se muestra y se debate con los campesinos surgen las nuevas ideas para futuros trabajos, lo que garantiza que lo realizado responde a las necesidades de la comunidad: de hecho, se convierte en un proceso de democratización de las comunicaciones (Daniel Díez, TV Serrana).

¿PARA QUÉ SIRVE EL VÍDEO PARTICIPATIVO? PATRONES DE EMPODERAMIENTO Y CAMBIO SOCIAL

La cuestión de para qué sirve el vídeo participativo no resulta fácil de responder. Si bien las personas y organizaciones que han utilizado esta metodología sobre el terreno parecen estar de acuerdo en los beneficios básicos que se derivan de su uso, aspectos como la variedad de los métodos utilizados (vistos en el capítulo anterior), los constantes cambios en el ecosistema comunicativo, las confusiones terminológicas o los dispares resultados obtenidos hacen necesario profundizar en la discusión sobre el tema de cara a entender correctamente qué aporta el vídeo participativo y en qué casos conviene plantearse utilizarlo. Ya en 2003, en su libro *Participatory Video. Images that Transform and Empower*, Shirley White se quejaba de "la ausencia de conceptos bien formulados con los que afianzar las prácticas de vídeo participativo". Desde entonces, las contribuciones en este sentido han sido bastante escasas tanto desde el ámbito académico como en lo que respecta a quienes trabajan sobre el terreno.

En nuestra opinión, esta discusión resulta aún más pertinente en relación con términos asociados con frecuencia al vídeo participativo como "empoderamiento" o "cambio social", cuyo

valor de uso ha ido extendiéndose hasta el punto de desvirtuar su sentido original. De igual forma, este ejercicio es especialmente necesario en el ámbito hispanohablante, en el que abundan las experiencias prácticas (sobre todo en América Latina), pero donde el marco desde el que interpretarlas está aún menos desarrollado que en el entorno anglosajón. Desde luego, no vamos a conseguir llenar este vacío con las breves páginas siguientes, pero sí al menos queremos plantear los términos principales de un debate que permita a quienes quieren utilizar el vídeo participativo reflexionar de forma crítica sobre cuándo, de qué modo y con qué fines hacerlo.

Para ello, hemos buscado combinar la reflexión conceptual implícita en términos como "empoderamiento" o "cambio social" con la formulación de criterios concretos que permitan entender las aportaciones del vídeo participativo sobre el terreno. Dichas aportaciones, un total de seis, están ilustradas mediante referencias a experiencias distintas que privilegian la presencia de cada uno de ellos, de modo que los lectores/as puedan relacionar estos principios conceptuales con prácticas concretas que se hayan realizado o que se quieran realizar.

EMPODERAMIENTO

Como hemos advertido, la palabra "empoderamiento" aparece con frecuencia a la hora de discutir la finalidad del vídeo participativo. Entre otras acepciones, empoderarse implica cambiar, ganar en confianza y colocarse en una situación desde la que sea posible llevar a cabo cambios significativos, lo cual hace converger en torno a este término muchos de los beneficios concretos asociados con las experiencias de vídeo participativo. Además, "empoderamiento" enfoca estas prácticas hacia el horizonte del cambio social. Sin embargo, el término también conlleva una serie de inconvenientes o dificultades conceptuales que hacen necesario matizar qué entendemos por empoderarse y a qué tipo de empoderamiento podemos aspirar.

En primer lugar, hay que tener en cuenta que el valor de uso de este término se ha devaluado profundamente. En su sentido original, implicaba necesariamente un cambio en las estructuras de poder. Esta acepción radical es la que parece haberse diluido hasta hacer necesaria su repolitización como elemento ligado al cambio social.

A medida que la palabra empoderamiento se convierte en el término de moda y en un objetivo claro de cualquier proyecto de desarrollo, su filo radical, intrigante y transformador va perdiéndose. El concepto de acción se individualiza, el empoderamiento se despolitiza (F. Cleaver).

Un acercamiento repolitizado al término "empoderamiento" está, pues, directamente relacionado con el espacio de lo colectivo y, en último término, con la posibilidad de acción común. Situar el concepto en relación con estructuras de poder implica, entre otras cosas, analizar los intereses de cada uno de los actores que toman parte en la experiencia de vídeo participativo y preguntarse acerca de las posibilidades reales de cambio que implican. La ritualización de la participación, su vaciamiento de cualquier posibilidad de cambio social real, ha sido una de las problemáticas habituales en espacios de desarrollo en los que el empoderamiento parece limitarse a la libre expresión de ideas, sin que estas se transformen en discurso colectivo.

Cabe matizar que cuando hablamos de "poder" y de "repolitización" no nos referimos tanto a cambios en el sistema político en sí mismo como a la posibilidad de desarrollar una voz y capacidad de acción común. Se trata de un espacio político porque coloca a los participantes en una situación desde la que es posible plantearse la acción para el cambio.

Tengo un recuerdo muy fuerte de una experiencia que realizamos fuera de la ciudad en una comunidad rural. Un chico verdaderamente tímido, al cual me lo habían señalado sus

docentes como muy poco activo y participativo, logró tomar el micrófono y lanzarse a entrevistar vecinos sin ningún pudor. Logró transformar su manera de participar entrevistando, preguntando y repreguntando al adulto, soltándose y ganando una visible autoestima (Pablo Stéfano, Proyecto Pereyra).

Entre los aspectos poderosos del vídeo participativo destacaría el sentimiento de pertenencia respecto al proyecto, la articulación de nuevas relaciones entre personas muy diferentes y el acercamiento de colectivos. Si hablamos de proyectos interculturales, hay que mencionar la puesta en valor de personas que o no son reconocidas o sienten rechazo social por parte de otras personas. El proceso les ayuda a acercarse a otros colectivos a los que, de otra manera, les resultaría muy difícil acercarse. Los procesos les ayudan a ser más personas, más ciudadanas y favorecen su integración (José Luis Roncero, Úbiqua).

Las experiencias de vídeo participativo enfocadas al cambio social se plantean por lo tanto desde el horizonte de un empoderamiento politizado (valga la redundancia), es decir, facilitan las herramientas para que los participantes puedan descubrir un compromiso político amplio en el ámbito colectivo. Se trata de ayudarles a visualizar los problemas inmediatos que les rodean desde una perspectiva crítica, facilitar a través del vídeo que puedan ponerse de acuerdo con otros/as en distintos caminos de acción, fomentar el desarrollo de las habilidades que les permitan recorrer estos caminos con confianza y, por último, plantearse estrategias que puedan mejorar el contexto en el que están actuando.

La comunicación participativa parte de la premisa de que todas las personas tienen un derecho a expresar sus opiniones y transformarse en socios activos de los procesos de desarrollo que tienen un impacto sobre sus vidas. Como en cualquier otro proceso de interacción humana, se trata de un proceso y

de un producto. Es al mismo tiempo medio y fin, un derecho y una necesidad (K. S. Nair).

Quienes no tienen poder sobre las historias que dominan su vida, poder para contarlas de forma diferente, volverlas a pensar, deconstruirlas, bromear sobre ellas y cambiarlas a medida que cambian los tiempos... estas personas no tienen poder alguno porque sencillamente no pueden tener ideas nuevas (Salman Rushdie).

Para leer más

Nuestra reflexión sobre el concepto de empoderamiento se apoya en los siguientes trabajos:

Anna Colom (2009): "The role of Participatory Video in enhancing the political capability of grass-roots communities in participatory development", Universidad de Londres.

Renuka Bery (2003): "Participatory video that empowers", en S. White (ed.), *Participatory Video. Images that Transform and Empower*, SAGE.

CAMBIO SOCIAL

Si bien podemos identificar el fin primario del vídeo participativo como el empoderamiento de las personas que participan en la experiencia, el objetivo último que se deriva de este término es propiciar procesos de cambio social liderados de abajo arriba y que respondan a las necesidades colectivas de una comunidad. En este sentido, entendemos que el vídeo participativo puede contribuir significativamente a facilitar que cualquier colectivo se implique en estos procesos de cambio, aunque sería injusto medir el éxito de una experiencia de este tipo desde la perspectiva de si ha obtenido o no un cambio social significativo.

Los mecanismos de cambio social son complejos, multidimensionales e implican a menudo la confluencia de factores muy

distintos que contribuyen a la dirección de las transformaciones. Influir en estos procesos de cambio desde abajo requiere vínculos sociales e identificativos muy definidos, compromiso político, determinación y espacios colectivos sólidos mediante los que la comunidad pueda expresar sus opiniones y articular puntos de vista representativos. Este es el caldo de cultivo del vídeo participativo.

Ningún proyecto de ninguna ONGD, por ambicioso que sea, consigue por sí mismo resultados significativos en la reducción de la brecha digital. Tampoco consigue democratizar el acceso a los medios de comunicación o garantizar el pleno ejercicio del derecho a la comunicación. Si estas acciones no van acompañadas de sólidas políticas públicas a nivel local, nacional e internacional en materia de comunicación, los proyectos por sí solos no pueden cambiar las condiciones estructurales que generan las brechas, ni afectar la ofensiva de las corporaciones mediáticas hacia los movimientos sociales o la simplificación de las causas de las injusticias propia de su discurso (Laura Cabezas, Acsur-Las Segovias).

Más allá de cambios sociales palpables, tratar de evaluar el desarrollo de una experiencia de vídeo participativo implica definir unos criterios que se acerquen a las posibilidades reales de transformación que se puedan dar en su desarrollo, aunque estas estén limitadas a elementos muy concretos. Porque las expectativas, tanto de los participantes como de las instituciones que financian o apoyan estos ejercicios, pueden jugar una mala pasada en este sentido. Conceptos hoy popularizados como el del "vídeo viral" distorsionan la comprensión de lo que se pretende con el vídeo participativo y pueden dar la falsa impresión de que un vídeo tiene por sí mismo la capacidad de configurarse como agente del cambio social.

En los propios grupos participantes los impactos por lo general son positivos e importantes. Es una experiencia

enriquecedora que mezcla muchas cosas diferentes: formación técnica, lenguaje y técnica audiovisual, aprendizaje de técnicas de participación, trabajo en grupo y por consenso, análisis de problemáticas sociales y de alternativas, movilización, etc. En cuanto al impacto público, es muy desigual y depende sobremanera de la capacidad de difusión del video por parte de los colectivos implicados y eventuales organizaciones que los respaldan. La difusión suele ser una gran limitación. Es difícil "competir" desde proyectos de base en la difusión de contenidos audiovisuales en un mundo saturado de información e imágenes (José Luis Roncero, Úbiqua).

La obsesión por un resultado casa mal con el proceso, a menudo experimental, de un taller de creación, que es el contexto en donde habitualmente tienen lugar experiencias de creación colectiva o video participativo. Hay que aprender a valorar que las derivas inacabadas e imperfectas de los procesos de creación colectivos pueden ser unos muy loables resultados (Ian Ingelmo).

Resulta, por lo tanto, mucho más realista atender a los beneficios concretos del video participativo entre los grupos y en su relación con la comunidad como principio general para evaluar las ventajas e inconvenientes. Empoderarse implica también ganar habilidades e iniciativa y justamente el video participativo puede ayudar a sus practicantes a descubrir (y descubrirse en) estos espacios de transformación.

A continuación trataremos de discutir estos aportes y las dificultades que pueden presentarse asociadas a los mismos.

MOVILIZACIÓN, ACTIVISMO Y CONCIENCIA SOCIAL

Las ventajas del video participativo en relación con el activismo, la movilización social y la defensa de los derechos humanos derivan de la potencia del medio audiovisual en sí mismo y de su idoneidad

para transmitir mensajes que muevan a la acción. En este caso, las dinámicas de creación participativa pueden añadir una dosis de representatividad, por ejemplo mediante la toma de decisiones colectiva, pero es la utilización de la imagen en movimiento la que da como resultado que muchas experiencias de vídeo participativo acaben articulando una llamada al cambio social de formas distintas.

Las virtudes del vídeo en este sentido resultan evidentes: fácil distribución, fuerza discursiva o capacidad de empatizar con los espectadores son algunas de ellas. Probablemente la característica de movilización más importante radica en la capacidad del medio para mostrar más que decir. En nuestra sociedad de las pantallas, esta necesidad de mostrar (la imagen que vale más que mil palabras) se ha convertido en una premisa irrenunciable si queremos que un mensaje obtenga cierta resonancia social.

WITNESS

Witness (<http://www.witness.org>) es una organización sin ánimo de lucro fundada por Peter Gabriel que ha venido trabajando en la defensa de los derechos humanos mediante el uso del vídeo desde hace ya más de 20 años. Su trabajo se realiza en colaboración con otras organizaciones y, hasta la fecha, han almacenado un material audiovisual que supera los 2.000 vídeos.

La razón de ser de Witness es facilitar a personas que quieren denunciar violaciones de derechos humanos los medios para que puedan utilizar la fuerza del vídeo. Si a mediados de los noventa esto implicaba la distribución de cámaras y equipos de edición, en la actualidad Witness trabaja con un enfoque más centrado en la protección, archivo y difusión de material audiovisual relacionado con los derechos humanos.

Las posibilidades del vídeo como medio de movilización y denuncia han aumentado exponencialmente en la última década gracias a la preeminencia de los contenidos audiovisuales en Internet y a la popularización de plataformas de distribución como YouTube o

Vimeo. Sin embargo, lejos de simplemente facilitar la labor de los activistas o multiplicar los canales de difusión, el vídeo *on-line* parece haber alterado profundamente la reglas del juego. La abundancia de contenidos audiovisuales en red, profesionales y *amateurs*, ha convertido en todo un reto obtener la atención de los usuarios en Internet.

POLITICAL REMIX VIDEO Y ZEMOS'98

"Political Remix Video es un género audiovisual que utiliza la transformación DIY ('Do It Yourself' o 'hazlo tú mismo') de los medios en donde los artistas critican las estructuras de poder, deconstruyen mitos sociales y desafían a los medios dominantes con técnicas de *re-cutting* (re-montaje) y *re-framing* (re-encuadre) de fragmentos de los grandes medios y de la cultura popular."

Esta definición de Jonathan McIntosh recoge bastante bien la carga transformadora del llamado "*political remix video*" o vídeos de remezcla política, que han alcanzado una relevancia importante en los entornos *on-line*. Se trata de vídeos políticos en tanto que se enfocan a la transformación de estructuras políticas, sociales y culturales.

En España, el colectivo audiovisual Zemos'98 (<http://www.zemos98.org/>) ha destacado por su utilización de este tipo de vídeo de remezcla dentro del ámbito de la cultura contemporánea y el trabajo en red. Desde una dinámica experimental, la actividad de Zemos'98 se centra en la deconstrucción de los mensajes de los medios masivos, así como en la construcción de redes, relaciones y comunidades tanto en su entorno cercano como en Internet.

Para ver más

Everyone can be a remixer, Zemos'98 para *Metropolis* (disponible en <http://www.rtve.es/television/20131205/zemos98-everyone-can-be-remixer/811444.shtml>).

Es conveniente tener en cuenta que plataformas como YouTube o Vimeo no están pensadas para la acción política (aunque puedan utilizarse con ese fin), lo que puede dar lugar a consecuencias

indeseadas si se comparten vídeos de movilización o de defensa de los derechos humanos a través de ellas. En sus espacios web resulta difícil contextualizar adecuadamente los vídeos y proteger a las personas que pueden estar arriesgando su integridad física para, por ejemplo, grabar abusos de poder. Además, las dinámicas culturales que regulan estas plataformas dejan el espacio abierto a la descontextualización e incluso al hecho de que se puedan ridiculizar ciertas situaciones desde la incompreensión.

LA ESTRATEGIA 'ON-LINE' DE WITNESS

El primer vídeo de defensa de los derechos humanos difundido por Witness a través de Internet data de 1998. El recorrido de la organización en la Red ilustra bien las ventajas y dificultades del medio.

En 2007, a pesar de que la pujanza de YouTube ya era evidente, Witness creó The Hub, un portal de intercambio de vídeo centrado en las necesidades de activistas y defensores de los derechos humanos. Las razones para ponerlo en marcha aludían a la necesidad de contextualizar los vídeos en un entorno virtual ideado por y para activistas, sin atisbo de censura. La estrategia *on-line* de Witness cambió en 2010, año en el que se produjo el cierre de The Hub, dando paso a la creación de un canal en YouTube (disponible en <https://www.youtube.com/user/humanrights>) en 2012. En este canal se recogen, verifican, contextualizan y archivan vídeos de defensa de los derechos humanos.

"Los vídeos de activismo político y derechos humanos los realizan de forma creciente personas que no son profesionales. Nuestra estrategia es ir allí donde están estas personas. A nivel práctico esto implica destacar buenas prácticas, ofrecer información *on-line* y también presionar a plataformas como YouTube o empresas tecnológicas para que adopten medidas que mejoren la seguridad y efectividad de quienes utilizan el vídeo como herramienta de cambio social" (Yvette Alberdingk Thijm, directora ejecutiva de Witness).

Movimientos sociales recientes como el 15-M en España, Occupy en Estados Unidos o Yosoy132 en México también han

encontrado en el vídeo una poderosa herramienta de movilización y una forma de llegar a las audiencias que los medios tradicionales les niegan. Si bien, en un primer momento, estos movimientos han utilizado el vídeo como medio de expresión emocional para transmitir sus mensajes, a medida que el tiempo permite una mayor cohesión entre sus miembros también se ha comenzado a explorar nuevos formatos y maneras más elaboradas de entender el vídeo como herramienta de transformación social.

LA EXPERIENCIA DE 15M.CC

Nacido en el seno del movimiento 15-M, el proyecto transmedia 15M.cc (disponible en <http://www.15m.cc>) puso en marcha la creación de una web, un documental y un libro (finalmente una wiki) para contar el 15-M de forma colectiva.

El documental, coordinado por el cineasta Stephane Grueso, puso en marcha estrategias de participación principalmente a través de la Red para asegurar que el trabajo final reflejase un punto de vista colectivo sobre el 15-M. Para ello se utilizó un modelo participativo tomado del ámbito del *software libre* que animaba a quien quisiese a colaborar y desarrollar partes del documental bajo la supervisión de un coordinador con capacidad de decisión, en este caso el propio Grueso. Se habilitaron los siguientes mecanismos de participación: herramientas para compartir el material en bruto, foros de discusión sobre el documental, creación colectiva de la estructura de la película, reuniones presenciales y visionado abierto de las distintas partes del documental.

La base participativa de creación del documental no llegó nunca a despegar realmente y el propio Grueso asumió en último término la realización del mismo. Sin embargo, la experiencia de 15M.cc habla de la necesidad creciente que existe entre los nuevos movimientos sociales de generar mecanismos de relación *on-line* que articulen dinámicas colectivas y que recojan la complejidad y diversidad de la que están compuestos.

Además, 15M.cc plantea la pregunta de si Internet genera principalmente modos de acción basados en la individualización frente al componente colectivo de iniciativas como las experiencias de vídeo participativo. La necesidad de lazos sociales fuertes frente a la mediación de la pantalla, las motivaciones que mueven a las

personas a participar junto a otras o la falta de compromiso característica de la mayoría de interacciones *on-line* son algunos de los aspectos que articulan este debate.

Actualmente, y tras un largo recorrido, la iniciativa 15M.cc se configura como un paraguas de proyectos audiovisuales siempre que cumplan con las condiciones de ser proyectos elaborados, versar sobre el 15-M y tener licencia *creative commons*.

AUTOCONFIANZA E IDENTIDAD

Otro de los aspectos que confieren al vídeo participativo su capacidad de empoderamiento reside en la relación directa entre la representación audiovisual y la construcción de una identidad individual y colectiva. Este tipo de vídeos actúan como una forma de expresión que nos pone en relación con los demás a varios niveles, tanto durante su realización como posteriormente a la hora de ser difundido. Crear un vídeo implica necesariamente tomar la palabra, desarrollar una voz propia y aportar algo que creemos que merece la pena compartir. Las decisiones necesarias para desarrollar un vídeo hablan de quiénes somos, de lo que pensamos que es importante decir y de cómo entendemos que hay que decirlo.

El vídeo participativo coloca a los participantes en un entorno en el que es posible reflexionar acerca de ellos mismos y sobre sus formas de vida. Les da una voz y les anima a compartirla con otras comunidades y con las personas encargadas de la toma de decisiones. Les ayuda a crecer, a comunicar más alto, con más fuerza (Fernanda Baumhardt, ProPlaneta).

El vídeo funciona como un espejo. Ver el material que se ha grabado anima a la reflexión y ayuda a desarrollar un sentido de identidad. Grabar a alguien puede tener un valor intrínseco. La cámara les ayuda a reconocerse como individuos [...]. Esto desarrolla la confianza en que se tiene algo importante

que decir y ayuda a formar pensamientos y opiniones propios (Jackie Shaw y Clive Robertson).

Este sentido de identidad es especialmente poderoso en el caso de colectivos minoritarios o marginados que se ven ignorados o rechazados por la comunidad. En estos casos, el vídeo participativo les permite reconocerse como colectivo, ganar fuerza y tratar de romper el círculo de marginación que les aísla.

FLORECIENDO Y TRANSFORMANDO EN MIRAFLOR

Realizado por las mujeres campesinas de la reserva natural de Miraflor (Nicaragua) en colaboración con la asociación La Lupa, el vídeo *Floreciendo y transformando en Miraflor* (disponible en <http://vimeo.com/24782475>) es un buen ejemplo de cómo el vídeo participativo puede ayudar a colectivos marginados a desarrollar un fuerte sentido de identidad a nivel personal y colectivo.

Gracias a la asimilación de esta identidad compartida y a una sensación de confianza que emerge del colectivo, el grupo colabora para sensibilizar a la comunidad sobre temas que no se tratan abiertamente, en este caso la violencia intrafamiliar. La poderosa historia que se cuenta actúa como catalizador que permite tanto al colectivo realizador como a la comunidad identificarse con la protagonista.

Para ver más

Este vídeo (disponible en <http://vimeo.com/36619791>) es el resultado de la experiencia de trabajo en el taller "Vídeo Social Participativo y Memoria Histórica con la comunidad Teenek", en la Huasteca Potosina (México), que se llevó a cabo entre diciembre de 2011 y enero de 2012. Consistió en el trabajo con mujeres y hombres jóvenes a quienes se les planteó la importancia de retomar la categoría de memoria histórica, desde la cual se pudiera reflexionar sobre el valor de su cultura, lengua y tradiciones. De esta forma, se documentó el trabajo artesanal de las mujeres Teenek mediante un proceso de investigación, reflexión y acción utilizando las herramientas audiovisuales.

Esta fuerza identitaria del vídeo participativo está también fuertemente relacionada con el hecho de que el discurso audiovisual representa en sí mismo una fórmula de expresión profundamente emocional. Quienes hablan son personas que cuentan historias o que buscan representar aspectos que son importantes en sus vidas y de los que se quiere dejar constancia. A diferencia de los medios convencionales, en estas experiencias no existe un ánimo de lucro o interés comercial: lo principal es el mensaje y, en un entorno dominado por las apariencias, esto dota al vídeo participativo de una fuerza narrativa diferenciada e importante.

Ante tanta imagen prefabricada, las imágenes espontáneas de personas anónimas, o no, tienen un gran impacto visual, se han consolidado como un lenguaje cercano a la mayoría de los usuarios. No es nada nuevo, retratamos y damos valor a unos comportamientos humanos, que pueden llegar a ser considerados como modelos de artistas y expuestos en centros de arte. Supone una pequeña revolución cultural, repetida en los tiempos e igualmente necesaria (Inmaculada Parra).

DESARROLLO COMUNITARIO

El concepto de desarrollo comunitario pone en conexión directa a los participantes en experiencias de vídeo participativo con su entorno más inmediato. Muchas de estas experiencias nacen con la idea de fomentar cambios en una comunidad concreta o solucionar conflictos en el seno de la misma mostrando problemas y formas de resolverlos. A través del vídeo, como ya demostró la experiencia pionera de Fogo, también es posible identificar y aprovechar recursos ignorados, ya sean económicos, sociales, culturales, institucionales e incluso paisajísticos. Para los participantes en este tipo de prácticas el mero hecho de salir a la calle con las cámaras les anima a relacionarse entre ellos/as y con los demás, así como a explorar los

temas que más preocupan en las comunidades en las que se integran.

El grupo desarrolla una identidad y se fortalece a través de los lazos que crea el proceso. Esto da lugar a un deseo aún mayor de comunicarse con la comunidad. Mediante el trabajo colectivo se desarrolla el núcleo de una nueva comunidad, una comunidad de intereses compartidos (Shirley White).

Conviene recordar que una comunidad no consiste en un grupo homogéneo de personas. Las comunidades están habitualmente atravesadas por conflictos de naturaleza diversa. Es en este aspecto en el que el vídeo participativo puede generar mecanismos que relacionen distintas visiones, que pongan a dialogar ideas o personas que antes no lo hacían y que, de algún modo, puedan cohesionar a las comunidades.

PESCADO POR GASOLINA: EL RETO DE PESCAR EN BLANCHISSEUSE

El vídeo participativo titulado "Pescado por gasolina: el reto de pescar en Blanchisseuse" (disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=8SFnazhiu9Y>) fue realizado por un total de 11 pescadores del pueblo de Blanchisseuse, situado en la costa de Trinidad, con la intención de resolver un conflicto que les afectaba no solo a ellos, sino a toda la comunidad pesquera de la zona. Entre los problemas que querían solucionar estaba la escasez de combustible para los barcos de pesca, la falta de cámaras frigoríficas para almacenar el pescado que se capturaba en condiciones óptimas o el alto precio de la gasolina, que los mayoristas solían cambiar por pescado a un precio elevado.

El vídeo fue realizado bajo la supervisión de CANARI (Instituto de Recursos Naturales del Caribe) y, una vez completado, los pescadores decidieron organizar una reunión con la administración y otros actores involucrados. El resultado fue un fortalecimiento del tejido asociativo, con nuevas asociaciones pesqueras, y el compromiso del Gobierno de Trinidad y Tobago de proporcionar una bomba de gasolina que garantizase el suministro.

La importancia de los medios como elementos cohesionadores de una comunidad ha dado lugar al concepto de medios comunitarios, que subraya la intención de intervenir en el espacio local de estas iniciativas. El grado en el que los medios comunitarios devienen participativos es difícil de definir, dado que siempre existe un afán de involucrar a la comunidad. Siguiendo a Keyan Tomaselli y Jeanne Prinsloo, lo ideal es que en los medios comunitarios se den dinámicas que permitan a la comunidad "hablarse a sí misma" incluso cuando exista mediación por parte de agentes externos. "El éxito de estas experiencias se da cuando los productores de vídeo externos entran en relaciones de camaradería con la comunidad, cuando empatizan con su ideología y su lucha" y, podríamos añadir, comienzan a trabajar conjuntamente.

PEDAGOGÍA AUDIOVISUAL

La mayor parte de las experiencias de vídeo participativo implican algún contacto del grupo participante con la tecnología de creación del discurso audiovisual: aprender a utilizar la cámara, seleccionar el plano, interpretar o realizar entrevistas, editar escenas o preparar unos títulos de crédito. Estas tareas prácticas conllevan en sí mismas la adquisición de habilidades imprescindibles para la expresión a través del vídeo.

Sin embargo, más allá de esta formación práctica, tomar parte en una experiencia de vídeo participativo también mueve a sus participantes a reflexionar necesariamente sobre la relación entre el discurso audiovisual y la realidad. Se produce un aprendizaje por contacto que da lugar a una reflexión sobre el propio vídeo mediante la experiencia de su realización, enriqueciendo su lectura y capacitando a los participantes para descodificar los modos de relación que generan una pieza audiovisual y sus distintos formatos (noticias, reportajes, entrevistas, películas, etc.).

REFLEXIÓN CRÍTICA

Cabe notar que las dinámicas de trabajo que se dan en la mayoría de experiencias de vídeo participativo contribuyen a que se desarrolle un proceso de pedagogía audiovisual muy relacionado con lo que Paulo Freire denomina "reflexión crítica". Según este concepto, es el propio ciclo de "acción-reflexión-acción" el que hace posible que se desarrolle la concienciación y la adopción de una praxis emancipadora orientada hacia el cambio social. Mediante este proceso los participantes en una experiencia de vídeo participativo pueden descubrir no solo cómo funcionan los medios o las fórmulas que utilizan para crear sus mensajes a partir de una realidad concreta. La concienciación puede incluir una reflexión de más calado acerca de su propio papel en este entramado mediático y las actitudes pasivas que lastran su interacción con los medios y con su entorno comunitario.

Se trata de uno de los beneficios más importantes del vídeo participativo, dado que apenas existen mecanismos en la enseñanza reglada que nos permitan enfrentarnos de forma crítica al aluvión de imágenes con el que negociamos a diario en nuestros aparatos de televisión o en las pantallas de ordenadores, *tablets*, móviles, etc. Saber interpretar la realidad pasa hoy necesariamente por saber decodificar los discursos mediáticos y evaluar críticamente la función que los medios cumplen en nuestras sociedades.

La comunicación audiovisual se ha expandido tanto en el ámbito de la vida cotidiana que en los últimos veinte años se ha convertido en el lenguaje propio de la cultura dominante. En este sentido, consideramos imprescindible desarrollar herramientas que permitan una crítica cultural a la comunicación audiovisual *mainstream*. Reivindicamos la necesidad de que se abran siempre más espacios de educación crítica a la comunicación y a la creación audiovisual (Raquel García, Colectivo Circes).

De cara a entender los medios audiovisuales resulta imprescindible reconocer lo que se esconde detrás de la información y de las propias imágenes. ¿Quién está en control? ¿Quién comunica? ¿Por qué? En los medios masivos los autores de las historias con frecuencia se esconden y esconden sus motivos. Si estos responsables no tienen relación alguna con la comunidad, ¿la historia de quién se está contando? (Renuka Bery).

Además, más allá de esta educación crítica, el vídeo participativo facilita mecanismos de producción que permiten responder a los relatos de los medios convencionales. Este afán de contestar puede suponer una importante motivación para generar un contenido alternativo o un medio de expresión diferenciado. Por sus dinámicas de trabajo e intenciones comerciales, a menudo los medios recurren a perspectivas estereotipadas que no tienen en cuenta una complejidad vital que resulta evidente para las personas que viven una realidad concreta. El vídeo participativo aparece aquí desde la necesidad de reafirmar una identidad desde la producción propia frente al afán espectacularizador y comercial que impone la representación masiva.

'CALLEJEROS' Y LOS PAJARITOS

El programa *Callejeros* dedicó su programa 103 al barrio sevillano de Los Pajaritos. Pobreza, excentricidad, delincuencia y vagancia fueron los ingredientes principales de la representación. El programa movió a un grupo de estudiantes del colegio Blanca Paloma a reivindicar los espacios y características de su barrio que habían sido ignorados en el programa. Frente al afán de espectacularización, los estudiantes buscaban demostrar que las apariencias engañan.

FUENTE: PROGRAMA *CALLEJEROS*, TEMPORADA 3, PROGRAMA 103 (DISPONIBLE EN [HTTP://WWW.MITELE.ES/PROGRAMAS-TV/CALLEJEROS/TEMPORADA-3/PROGRAMA-103/#](http://www.mitele.es/PROGRAMAS-TV/CALLEJEROS/TEMPORADA-3/PROGRAMA-103/#)). VÍDEO *LAS APARIENCIAS ENGAÑAN*, ESTUDIANTES COLEGIO SAFA, BLANCA PALOMA (DISPONIBLE EN [HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=V0C08Z3E0_0](http://www.youtube.com/watch?v=V0C08Z3E0_0)).

Por último, es importante recordar que, como hemos mencionado al inicio de este capítulo, es conveniente (e inevitable) que el desarrollo crítico de los participantes se extienda a la evaluación de los intereses puestos en juego en las propias experiencias de vídeo participativo. Como cualquier otro espacio de transformación, estos procesos están atravesados por diversos tipos de intereses que pueden incluir desde el afán de ciertos participantes por mantener sus privilegios hasta el interés del facilitador/a por crear un vídeo de cierta calidad estética o el deseo de alguna de las entidades financiadoras de presentar visiones de la comunidad carentes de conflicto real. Este cruce de intereses forma parte de la experiencia y puede comprometerla seriamente si no se discute de forma abierta con los participantes.

PARTICIPACIÓN Y COOPERACIÓN

La configuración del espacio de creación audiovisual implícito en el vídeo participativo coloca en primer plano un proceso de negociación a tres bandas: entre el individuo que participa, el grupo que trabaja en el vídeo y la comunidad a la que el mismo se dirige. En estas experiencias, el análisis y la respuesta frente a las distintas realidades sociales se plantea siempre desde el espacio de la colectividad, que es el que dota al ejercicio de su orientación hacia el cambio social. La interacción con el grupo, la resolución de diferencias, el diálogo y la reflexión colectiva constituyen elementos centrales dentro de la metodología del vídeo participativo.

Para funcionar como herramienta de cooperación, estos vídeos requieren que se generen puntos de articulación grupales, sin los cuales cualquier experiencia acabará habitualmente en frustración. El diálogo abierto y respetuoso debe encontrarse en la base de cualquier interacción. Como ya hemos mencionado, la mecánica de toma de decisiones requiere cultivar el consenso no como acuerdo unánime, sino como espacio en el que es posible expresar opiniones libremente y establecer vías de decisión grupales.

Más que el hecho de que se adopten unas u otras decisiones, los sentimientos positivos de confianza, desarrollo personal y compromiso asociados con las prácticas de vídeo participativo emergen de la generación de un espacio colectivo que, sin renunciar al conflicto, establece horizontes de acción común.

El propósito primario de las prácticas de vídeo participativo es el desarrollo individual y grupal. A través de los puntos fuertes del proceso se desarrollan patrones de confianza y cooperación, así como un importante sentido de cohesión (Shirley White).

La principal ventaja de la creación colectiva frente a la individual es precisamente el *feedback* constante entre los miembros del grupo. En el mismo momento que tenemos una idea, la podemos exponer y someter al juicio del grupo instantáneamente. Este intercambio de ideas y su correspondiente *feedback* ha de ser debidamente moderado en quienes no tienen el hábito de creación colectiva (Ian Ingelmo).

A lo largo de un proyecto de vídeo participativo los participantes hablan, escuchan e intercambian puntos de vista. Explorar experiencias compartidas y establecer un terreno común ayuda a desarrollar un grupo cohesionado. Se desarrolla un sentido de pertenencia a través de los intereses compartidos. El vínculo común fortalece (Jackie Shaw y Clive Robertson).

Como apuntábamos en el capítulo anterior, este tipo de mecanismos de decisión, basados en el diálogo y en el consenso, requieren de un tiempo indefinido que en muchas ocasiones no cuadra bien con marcos temporales estrictos o con la necesidad de producir resultados concretos. Como proceso abierto y participativo, el desarrollo de la experiencia está plenamente determinado

por las necesidades del grupo. Sin embargo, los proyectos suelen articularse en marcos institucionales sujetos a una serie de condicionamientos temporales o de financiación, así como a objetivos concretos que se pretenden cumplir.

CINE SIN AUTOR

El colectivo audiovisual Cine sin Autor (disponible en <http://www.cinesinautor.es>) trabaja desde 2007 en Madrid y en otras ciudades realizando cine sobre bases participativas.

En la metodología que pone en práctica el grupo realizador, la gente que participa en la experiencia de rodar una película de Cine sin Autor es la responsable absoluta de la toma de decisiones que comprende desde el tema de la película, los planos que deben filmarse o la música que debe acompañar al filme, entre muchas otras. En realidad es el grupo quien decide hasta la forma en la que se va a aplicar la propia metodología. Esto tampoco significa la desaparición total de los profesionales, sino que estos dan sus opiniones en igualdad de condiciones con los participantes. Las experiencias no acaban, sino que van dando resultados en el tiempo.

En muchas ocasiones, los trabajos de Cine sin Autor se documentan grabando todo el proceso, material que a menudo acaba en las propias producciones. Esto permite comprobar cómo funcionan las decisiones de grupo.

“ Cuando la gente entiende que vamos a respetar a rajatabla el contrato por el cual el grupo es soberano se abre completamente. Ellos deciden qué se muestra y qué no. Si no quieren, no va a la película. Es así de simple. Para nosotros hay un principio sagrado: lo que diga la asamblea va a misa. Esto genera un clima de confianza en el que el grupo puede decir lo que sea tranquilamente. Nosotros decimos lo que opinamos, pero decidimos entre todos y todas” (Gerardo Tudurí, Cine sin Autor).

El desarrollo de un enfoque centrado en el proceso implica una mayor necesidad de recursos de todo tipo y plantea también de forma directa el problema de la sostenibilidad de estas prácticas.

Además, también suele ocurrir que las entidades que ponen en marcha procesos de participación no son plenamente conscientes del tipo de compromiso que requieren los mismos. Piensan que la realización de un vídeo puede llevarse a cabo en un plazo muy corto, mientras que estas experiencias suelen alargarse en el tiempo y no deparan siempre los resultados que tenían en mente.

Sobre el terreno, una de las problemáticas que hemos encontrado con mayor frecuencia ha sido la posibilidad de garantizar el acceso de las organizaciones sociales a los equipos de producción audiovisual una vez finalizados los proyectos (Laura Cabezas, Noticieros Interculturales).

Nosotros no somos nada buenos en eso de capitalizar nuestro esfuerzo y ante las barreras o desinterés del modelo cinematográfico industrial decidimos lanzarnos al hacer sin pensar mucho en cómo sustentarlo y hacerlo duradero, simplemente hacemos mientras podemos (Miguel Ángel Rodríguez, Proyecto ¿Hacemos una peli?).

La previsión de estructuras sostenibles debería considerarse una condición *sine qua non* de este tipo de proyectos, dado que compromete seriamente los objetivos de una estrategia participativa. El criterio de sostenibilidad debe tenerse en cuenta igualmente a la hora de decidir aspectos (cómo se utilizará la infraestructura tecnológica: ordenadores, cámaras, equipos de edición, etc.) con la idea de garantizar que la comunidad tenga acceso a la misma una vez finalizada la experiencia. A veces, puede resultar más efectivo utilizar una tecnología menos avanzada, pero asegurarnos de que quienes participan en la elaboración de un vídeo participativo tendrán los recursos necesarios si deciden continuar realizando este tipo de prácticas. En general, sostenibilidad y autogestión deben ir de la mano. Solo promoviendo patrones de autonomía real entre los participantes es

posible garantizar el sentido transformador del vídeo participativo a largo plazo.

DIFICULTADES

A continuación resumimos algunas de las dificultades y obstáculos que hay que tener en cuenta en el desarrollo de dinámicas de vídeo participativo:

- Falta de facilitadores adecuadamente formados.
- Abierto al riesgo de manipulación por parte de grupos dentro de la comunidad.
- Dificultades de sostenibilidad de la práctica en el tiempo y de ampliar vías de financiación.
- Es necesario adoptar medidas de seguridad en vídeos de activismo político.
- Abierto a posible conflicto de intereses dentro de la comunidad.
- Puede provocar frustración si no se cumplen las expectativas de los y las participantes.
- Muchas organizaciones son reticentes a abandonar el control de las herramientas de comunicación que utilizan: se ponen en marcha metodologías participativas, pero se quieren controlar los resultados de las mismas.

MEDIACIÓN

El vídeo participativo también puede jugar un papel importante en la resolución de conflictos a través de la mediación, empoderando a los y las participantes y ayudándoles a resolver sus diferencias. Se trata de una de las líneas de trabajo menos exploradas entre las posibilidades del vídeo participativo, aunque también es una de las que tiene un mayor potencial de desarrollo.

La realización de una experiencia de mediación requiere de un facilitador/a experimentado que, además de dominar la metodología, pueda tratar con situaciones espinosas y complejas. Bien utilizada, la mecánica del vídeo participativo pone en juego herramientas poderosas que pueden cambiar la perspectiva de

personas o colectivos enfrentados y ayudarles a generar una narrativa compartida del conflicto. No solo hablamos del proceso de colaboración en sí mismo y de la necesidad de utilizar patrones de consenso, sino que estrategias como la reconstrucción de eventos traumáticos o la utilización de testimonios de víctimas de la violencia pueden generar cambios de actitud significativos.

UN DÍA TERRIBLE EN MI VIDA

Las elecciones de diciembre de 2007 en Kenia desembocaron en un brote de violencia étnica que dejó como resultado más de un millar de muertos y cientos de personas desplazadas. En el valle del Rift, una de las zonas afectadas por la violencia, InsightShare, puso en marcha la realización de varias experiencias de vídeo participativo de cara a cerrar las heridas entre varios grupos y etnias que conviven en esta área. *A terrible day in my life* (disponible en http://www.insights-hare.org/watch/video/terrible-day_Kenya) es uno de estos vídeos. Utilizando su propio testimonio frente a la cámara y reconstrucciones dramáticas, una de las víctimas, Peter Gatama, cuenta el asesinato de sus familiares a manos de un grupo violento y su lucha posterior para no albergar odio y seguir adelante con su vida.

“El proceso de reflexionar sobre lo que ocurrió de cara a contar sus historias para estos vídeos representa un ejercicio doloroso para los jóvenes que tomaron parte en aquellos hechos. Sin embargo, todos enfatizaron cómo su experiencia con la cámara les ayudó a ver las cosas de forma más clara y reconocer los errores cometidos. La experiencia trajo igualmente a la superficie aspectos del conflicto que no deberían ignorarse” (Valentina Baú).

En otras ocasiones, el vídeo puede ser útil en cuanto permite poner en contacto a colectivos o personas enfrentadas sin necesidad de que estos se reúnan físicamente. En casos de violencia, por ejemplo, la mediación a través del vídeo puede aportar un distanciamiento necesario, que permita mantener líneas de diálogos sin reabrir heridas. En cualquier caso, es conveniente negociar las

reglas de la mediación de antemano con los colectivos implicados y dejar claro cómo se va a gestionar el control editorial del proceso.

La escasa utilización del vídeo participativo en procesos de mediación también pone de relieve uno de los problemas más claramente asociados con esta metodología: la dificultad de encontrar facilitadores/as suficientemente preparados que garanticen la puesta en marcha de este tipo de iniciativas con las garantías adecuadas. Si bien el número de profesionales con formación superior en comunicación audiovisual ha aumentado exponencialmente en los últimos años, las fórmulas de trabajo participativas en el entorno de la comunicación representan aún un espacio minoritario, lo que hace difícil encontrar a personas con las características adecuadas para liderar este tipo de procesos.

Para leer más

Valentina Baú (2014): "Building peace through social change communication: participatory video in conflict affected communities", *Community Development Journal*, Oxford University Press.

RECURSOS PRÁCTICOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE EXPERIENCIAS DE VÍDEO PARTICIPATIVO

Como ya advertimos en las páginas introductorias, esta guía no pretende ser ni un volumen académico ni un manual práctico para la preparación de talleres de vídeo participativo. Nuestro objetivo principal ha sido explorar los conceptos que nos permitan concebir la producción y exhibición de vídeo como prácticas que incorporan la participación social. Por lo tanto, más que en fórmulas de trabajo concretas, nos hemos centrado en dibujar una estructura conceptual que ayude a transformar la manera en la que entendemos el vídeo. Incluso a la hora de abordar aspectos metodológicos, no hemos buscado proporcionar a los lectores una ruta de trabajo específica, sino más bien señalar las claves para abrir las diferentes etapas de realización de un vídeo a dinámicas de participación grupal.

A pesar de ello, entendemos que es posible adivinar formas y rutinas de trabajo en casi cada una de las páginas de esta guía. Los principios que hemos venido discutiendo están irremisiblemente unidos al trabajo con personas y a la aplicación de técnicas de participación que materialicen sobre el terreno los principios de un audiovisual transformador.

En este capítulo queremos acercar a los lectores a la especificidad de estas técnicas con la intención de dar una idea más sólida

acerca de cómo funciona el vídeo participativo a nivel práctico. Para ello hemos listado juegos, consejos y dinámicas utilizados por las organizaciones y profesionales que trabajan a diario con esta metodología.

En el criterio de selección que hemos aplicado prima sobre todo la efectividad a la hora de fomentar la participación. De igual forma, hemos buscado mantener un cierto equilibrio entre las distintas etapas básicas de un proyecto de vídeo participativo (interacción con la cámara, elección de tema, filmación, edición y proyección), de forma que los lectores puedan acceder a estrategias concretas en cada una de ellas.

ROMPER EL HIELO: MANEJAR LA CÁMARA

Sin duda, la primera toma de contacto con el grupo en una experiencia de vídeo participativo suele ser un momento cargado de significado que puede determinar la relación de las personas participantes con los facilitadores/as, entre ellas mismas y con la propia cámara en los casos en los que la experiencia contemple su manejo.

A continuación ofrecemos una serie de juegos que pueden servir para romper el hielo y facilitar una primera toma de contacto general. Se trata de recursos obtenidos tanto de la guía *Insights into Participatory Video. A Hand book for the Field*, publicada por la ONG británica InsightShare (disponible en <http://www.insights-hare.org>), como del excelente manual práctico editado por Jackie Shaw y Clive Robertson con el título de *Participatory Video. A practical guide to using video creatively in group development work*.

EL JUEGO DE LOS NOMBRES

Para comenzar el juego es necesario sentarse en círculo, rompiendo la distancia entre participantes y facilitadores/as.

El facilitador/a comienza enseñando a la persona que se sienta a su derecha las funciones más básicas (sujetar la cámara, mecanismo de encendido/apagado, botón de inicio de la grabación y botón de pausa, funciones básicas de zoom, botón de reproducción). En el caso de utilizar micrófonos, es necesario conectarlos y explicar también su funcionamiento. Incluso en el caso de participantes acostumbrados a utilizar cámaras, conviene realizar una explicación somera que les familiarice con el equipo concreto que se va a utilizar.

Tras apagar de nuevo la cámara, quien facilite pedirá entonces a la persona que está a su derecha que se prepare para filmar a quien se sienta directamente frente a él o ella en el círculo, de forma que practique el encendido, prepare el plano, compruebe el sonido y se disponga a grabar. La persona grabada deberá presentarse con su nombre y una frase o dos sobre ellos mismos: puede ser de dónde viene, alguna afición e incluso algo banal como su comida favorita.

Una vez filmada la presentación, la persona que tiene la cámara debe comprobar, brevemente, que la grabación se ha realizado correctamente. Posteriormente, hay que apagar la cámara y pasarla al compañero o compañera de su derecha, explicándole lo que acaba de aprender sobre el funcionamiento del equipo. Esta otra persona repetirá toda la operación. Todos los participantes, incluidos los facilitadores/as, realizarán este ejercicio. Finalmente, se proyectan al grupo todas las presentaciones y se comentan.

¿Para qué sirve?

- Ayuda a establecer un tono activo y de participación entre todos los miembros del grupo.
- Familiariza a las personas que participan con el funcionamiento del equipo que van a manejar.
- Permite conocerse tanto a los miembros del grupo como a las y los facilitadores.

PAREJA DE OPUESTOS

Este juego requiere dividir al grupo en parejas. Cada pareja participante debe elegir dos características opuestas, por ejemplo, "importante-superficial" o "cómico-serio". Cuando todas las parejas hayan escogido sus características, una de ellas se encargará en primer lugar de la cámara y del equipo de sonido. Como en el ejercicio anterior, la cámara irá pasando por las manos de todas las parejas por turnos.

La pareja a la que le toque ser filmada explicará a quienes manejan la cámara de qué forma va a representar cada una de las características que ha elegido. Normalmente, un *sketch* cómico breve o un ejercicio de mímica son suficientes. Es importante que cada pareja que representa especifique por turnos el ángulo de cámara que quiere y el tipo de plano que estime más adecuado de acuerdo a lo que se va a representar (medio, general o un primer plano, por ejemplo). En ocasiones será necesario explicar brevemente al grupo de forma previa las características de cada tipo de plano y las connotaciones expresivas de los ángulos de cámara.

Una vez se hayan grabado las dos características de la pareja, la cámara y el micrófono pasarán a la siguiente pareja para que puedan rodar dos nuevas características y así hasta que todo el mundo haya podido manejar la cámara y representar su pareja de opuestos. Es importante también dejar unos cinco segundos de fondo negro antes de iniciar la grabación de la siguiente pareja. Finalmente, se proyectan al grupo todas las presentaciones y se comparten impresiones.

¿Para qué sirve?

- Permite al grupo explorar el valor de ángulos de cámara y tipos de plano.
- Fomenta del desarrollo del grupo y el buen ambiente del taller.
- Proporciona formación práctica en el manejo de la cámara.

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

En el vídeo participativo la autoría recae sobre el grupo que toma parte en la experiencia. Son los y las participantes quienes deciden sobre qué quieren hablar y qué tipo de vídeo desean realizar. En ocasiones el grupo puede sentirse atraído por las historias de ficción o por reproducir alguno de los géneros o formatos más convencionales (por ejemplo, un *thriller* o un cortometraje de misterio). Incluso en estos casos, el vídeo participativo puede ayudar al colectivo a entender sus preferencias. Es necesario recordar que el vídeo participativo tiende a buscar un equilibrio entre el proceso de creación y el resultado final.

Sin embargo, existen actividades y ejercicios que ayudan a definir qué tipo de vídeo se va a filmar, respetando las opiniones de cada persona y enfocando las ideas hacia la práctica audiovisual.

ENCONTRAR UNA HISTORIA COMÚN

El trabajo de la persona que facilita en esta fase consiste en asegurarse de que la historia que se cuenta o el problema que se aborda mediante la experiencia de vídeo participativo incluyen las opiniones de todos los miembros del grupo y reflejan un principio de consenso colectivo. Esta persona debe tener también en cuenta la viabilidad de la propuesta y discutirla abiertamente con todos los y las participantes, sobre todo cuando observe dificultades en este sentido y siempre con cuidado de no desalentar la creatividad del grupo.

Existen varias fórmulas y estrategias prácticas para ayudar a que se respeten estos principios. Por ejemplo, el facilitador/a puede proponer directamente un debate abierto (vigilando turnos para que nadie se “apropie” del contenido del vídeo) o también es posible que cada participante anote su idea en papelitos anónimos para que el grupo pueda posteriormente discutir y elegir entre las distintas opciones propuestas.

En el caso de grupos que buscan abordar problemas concretos relacionados con su entorno, se pueden utilizar técnicas de “lluvia de ideas” o *brainstorming* con cartulinas para identificar, por ejemplo, los temas que deben aparecer en el vídeo. Conviene recordar que en esta fase se elige el tema a tratar y no necesariamente el enfoque que se va a dar al mismo. En el caso de discrepancias entre los miembros del grupo acerca de cómo representar un tema, una solución es permitir la coexistencia de varias perspectivas en el vídeo.

CREACIÓN DEL ‘STORYBOARD’

Una buena forma de avanzar en la elección de temas y las formas de abordarlos es la realización del *storyboard*. Este lo conforman una serie de dibujos en secuencia que permiten previsualizar las distintas escenas de un vídeo antes de su realización, facilitando tanto la planificación como la división de la historia en bloques narrativos. Para comenzar, tan solo es necesario que exista un consenso básico acerca del tema a tratar (por ejemplo, el consumo de alcohol entre los jóvenes): poco a poco, el propio *storyboard* ayudará a profundizar en el tratamiento del tema de forma colectiva.

Para realizar el *storyboard* es necesario contar con una cartulina o un pliego de papel grande dividido en seis u ocho viñetas, como en un cómic. El facilitador/a comenzará preguntando al grupo de qué forma desean empezar a hablar de su historia. Cuando el grupo se ponga de acuerdo en un comienzo es necesario dibujar de forma esquemática la escena en la primera viñeta, continuando con la misma dinámica hasta completar el *storyboard*.

Una vez terminados los dibujos, quien esté a cargo de facilitar el proceso debe regresar a cada viñeta y realizar las siguientes preguntas:

- ¿Quién hablará/actuará aquí?
- ¿Quién filmará esta escena?
- ¿Dónde va a filmarse la escena?

El papel de facilitación es esencial en esta parte de la experiencia. Es importante no solo que la persona no imponga sus propias ideas (especialmente sus prejuicios acerca de lo que es un buen o un mal vídeo), sino que también debe asegurarse de que nadie del grupo impone las suyas. Debe procurar mostrarse positivo con el grupo y recordarles que un buen *storyboard* es aquel que refleja las opiniones e ideas de cada participante. Conviene recordar también que, a diferencia del guión, el *storyboard* es una herramienta flexible que debe utilizarse solo como guía, pero que puede cambiarse si aparecen buenas ideas tras su finalización o dependiendo de lo que el grupo encuentre durante la grabación. El consenso es el elemento clave y hay que tener en cuenta que determinados grupos tardarán más que otros en alcanzar un punto de partida o completar su *storyboard*.

Una sugerencia útil es finalizar la realización del *storyboard* con el ejercicio de explicar la historia o el vídeo a alguien ajeno al grupo para que los participantes puedan comprobar hasta qué punto lo que cuentan es comprensible.

¿Para qué sirve?

- Permite al grupo desarrollar mecanismos de decisión inclusivos.
- Facilita el desarrollo narrativo de la historia o documental.
- Permite la comunicación de ideas de forma visual.

PLANO A PLANO

Si el grupo encuentra dificultades para realizar el *storyboard*, una alternativa puede ser preparar la planificación plano a plano. En lugar de requerir un acuerdo grupal previo acerca del contenido del vídeo, este enfoque utiliza tantas viñetas como participantes haya, pidiendo a cada uno que defina la escena que querría filmar como director/a. El diseño plano a plano puede resultar especialmente útil en el caso de documentales, cuya estructura

narrativa no es tan cerrada como, por ejemplo, en un cortometraje de ficción al uso.

Esta técnica es especialmente recomendable en el caso de grupos con dificultades para alcanzar consensos o en los que las diferencias entre los participantes son importantes. También puede ser una solución en el caso de grupos con poca cultura audiovisual y a los que les resulte difícil discutir el vídeo como un conjunto coherente de planos y escenas.

Jackie Shaw y Clive Robertson explican que esta técnica también puede desarrollarse directamente sobre el terreno: en lugar de realizar un *storyboard*, el grupo puede salir directamente a la calle con las cámaras y, de forma sucesiva, cada participante dirigirá una escena relacionada con el tema sobre el que se ha acordado trabajar. Sobre el terreno, cada director/a explica al grupo qué va a rodar y dónde. Según la experiencia de estos autores, esta forma de trabajar ofrece muchas ventajas: desarrolla la toma de decisiones en el caso de los participantes menos asertivos, simplifica el proceso de creación del vídeo, evita los planes irrealizables y permite realizar un vídeo decente en un corto periodo de tiempo.

Para leer más

Manifiesto del Cine sin Autor, realismo social extremo en el siglo XXI (disponible en <http://www.cinesinautor.es/images/uploads/documents/371a86bba8d99bbeb290afc3dfdb266ac2840140.pdf>).

Guía para la elaboración de documentales sociales participativos, ACSUR-Las Segovias (disponible en <http://www.acsur.org/Guia-Documentales-para-la>).

Insights into Participatory Video. A Handbook for the Field, InsightShare (disponible en <http://insightshare.org/resources/pv-handbook>).

Jackie Shaw y Clive Robertson (1997): *Participatory Video. A practical guide to using video creatively in group development work*, pp. 131-135.

LUCES, CÁMARA... ¡ACCIÓN!

Salir a la calle y rodar en la localización adecuada para una escena requiere que quien facilita la formación haya instruido previamente a los participantes sobre temas como el uso de la batería, la protección de la lente, el balance de blancos, la utilización del trípode o, sencillamente, cómo guardar y transportar el equipo de forma segura. Para ello, lo mejor es utilizar dinámicas participativas como las que hemos especificado en el primer apartado de este capítulo.

La realización de un vídeo es una tarea colectiva, por lo que es importante que cada miembro del grupo sepa de antemano cuál es su función en cada una de las escenas que se han acordado en el *storyboard*. Esta información puede consignarse en el mismo *storyboard*, ayudando de esta forma a la planificación general del rodaje.

A la hora de acordar los roles hay que tener en cuenta que todos las personas del grupo deben intercambiar sus papeles constantemente. Si es posible, dependiendo del tamaño del mismo, cada participante debe asumir la responsabilidad de dirigir al menos una escena. Otras tareas como la interpretación, realización de entrevistas, control del sonido, operación de la cámara o la iluminación deben recaer de forma alternativa en cada una de las personas que están participando. A pesar de que alguna pueda sentirse especialmente capacitada para una tarea concreta, el objetivo principal de una experiencia de vídeo participativo no es realizar el mejor vídeo posible, sino facilitar la expresión colectiva a todos los niveles. En cualquier caso, el grupo mediante consenso puede adoptar una decisión diferente si es necesario.

PREPARACIÓN DE LA ESCENA

Una vez que el grupo llegue a la localización elegida conviene en primer lugar colocar el trípode y la cámara en el lugar adecuado para la grabación. Antes de comenzar a grabar, las personas responsables deben realizar las pruebas necesarias para comprobar

el correcto funcionamiento del equipo y preparar tanto el plano como la captura de sonido. No hay que olvidarse del balance de blancos.

ALGUNOS CONSEJOS PRÁCTICOS

- Hay que revisar lo grabado y, en caso de duda, repetir la escena.
- Activa el código de tiempo en las funciones de la cámara.
- Conviene grabar planos recurso en la localización y tomas largas para capturar el sonido ambiente. Se puede utilizar una claqueta o un folio para identificar cada toma.
- En caso de grupos no experimentados, lo mejor es activar las funciones automáticas de la cámara. En cualquier caso, siempre conviene revisar: si cambian las condiciones de luz bruscamente, por ejemplo, los ajustes automáticos de la cámara pueden estropear un plano.
- Empieza a grabar varios segundos antes de que comience la acción y aprieta el botón de pausa varios segundos después de que finalice.
- Si la escena requiere actuación, es posible prepararla de antemano e incluso programar ensayos si el grupo lo estima conveniente. La falta de preparación de este tipo de escenas puede ser muy costosa en términos de tiempo.

FUENTE: ADAPTADO DE LA GUÍA DOCUMENTALES PARA LA TRANSFORMACIÓN.

Durante el rodaje pueden aparecer conflictos en el grupo, dependiendo, por ejemplo, de la actitud de los directores/as de cada escena y de los patrones de relación existentes entre los propios participantes e incluso de las capacidades de los mismos. Lo ideal es que, antes de salir a grabar, el grupo haya alcanzado un grado de cohesión que le permita negociar estas dificultades. Sin embargo, en último término, es la persona facilitadora quien debe decidir si el grupo está o no preparado.

En el caso de vídeos de tipo documental, puede ser una buena idea reservar algún tiempo extra para tareas de documentación y para concertar entrevistas de antemano. La realización de entrevistas también requiere en sí misma un proceso de preparación que el grupo debe tener en cuenta.

DIEZ CONSEJOS PARA REALIZAR ENTREVISTAS

- Preguntar a las personas protagonistas si se sienten preparadas antes de comenzar.
- Asegurarse de que no se necesita un permiso especial para filmar en el lugar de la entrevista.
- Considerar posibles diferencias idiomáticas y culturales a la hora de preparar las preguntas.
- Es conveniente situarse al mismo nivel físico que la persona entrevistada (sentados frente a frente, por ejemplo), ya que facilita la comunicación franca e igualitaria.
- Redactar las preguntas de forma clara y breve, manteniendo siempre una actitud de respeto hacia quien se entrevista.
- Tratar de equilibrar las preguntas. No deben ser preguntas cerradas. Tampoco es conveniente que las preguntas dirijan hacia una respuesta concreta.
- Anotar posibles repreguntas e identificar los aspectos que deben tratarse con mayor profundidad.
- Permitir que el entrevistado/a responda en sus propios términos y que se tome el tiempo necesario para hacerlo.
- Mostrar interés por las respuestas, de otra forma la persona entrevistada empezará a abreviar sus respuestas.
- Comprobar el equipo de sonido antes de comenzar la entrevista y, si es necesario, realizar una prueba de sonido previa que nos confirme su buen funcionamiento.

FUENTE: ADAPTADO DE LA GUÍA *INSIGHTS INTO PARTICIPATORY VIDEO*.

EL MONTAJE

El proceso de edición o montaje implica dar forma a un discurso audiovisual a partir del material rodado. Dentro de una experiencia de vídeo participativo, el montaje es el proceso que requiere una mayor capacitación técnica en lo que se refiere a la utilización de *software* especializado, así como en el trabajo con imágenes en general. Por ello, el montaje es la fase más resistente a la introducción de dinámicas participativas. ¿Cómo pueden participantes sin formación

previa en este tipo de tareas apropiarse del montaje? ¿Cómo pueden asegurarse de que el discurso es colectivo y refleja sus ideas? ¿Cuánto tiempo lleva dominar al menos las habilidades básicas necesarias?

Acerca de que la misma comunidad participe de la edición tenemos que decir que no es una cuestión menor, sino que es toda una experiencia entender la intención del editor en cuanto al mensaje que quiere transmitir (intencionalidad). El vídeo participativo debe trabajar esta visión crítica de los medios, ayudar a mirar de otra manera (Pablo Stéfano, Proyecto Pereyra).

Son preguntas esenciales porque el montaje define en buena medida la autoría del vídeo. Tareas como la elección de las escenas, imágenes y entrevistas que formarán parte de la versión final deben ser decididas por el grupo mediante consenso, así como aspectos editoriales clave como el uso de la música o la utilización de una *voz en off*. Nuevamente, el papel de las personas que faciliten será fundamental en este sentido: explicar los mecanismos de edición y facilitar la comprensión (preparando, por ejemplo, diferentes versiones editadas de una misma escena) puede ayudar al grupo a tomar decisiones con más facilidad.

MONTAJE INTERVENIDO Y MONTAJE ABIERTO

Para su práctica sinautoral, los miembros de Cine sin Autor trabajan habitualmente con dos conceptos que ofrecen fórmulas de trabajo que permiten abrir el proceso del montaje audiovisual a la participación de personas sin conocimientos previos sobre este tema.

Montaje intervenido

Es aquel montaje que realizan los profesionales en privado para luego ofrecerlo al común. Aunque tome el carácter de una obra de calidad autoral, se ofrece al colectivo para ser deconstruido y debatido. La obra autoral es un "material estético de uso social y transitorio", sometido a la decisión colectiva y para que

posibilite una nueva creación. Necesariamente, un documento fílmico lleva a la construcción de otro que recogerá las intervenciones del debate sobre él, de modo que la subjetividad individual es recreada por la subjetividad grupal.

Montaje abierto

Sucede cuando los profesionales hacen el montaje en público, proyectando en una pantalla su actividad y abriendo a la opinión y al debate colectivo su trabajo en el mismo proceso de la escritura cinematográfica, explicando las razones de sus operaciones y permitiendo la intervención directa. Se amplía la exhibición de cine extendiéndola también al mismo momento en que se crea su narrativa. Cualquiera puede ver cómo se monta una película, cualquiera tiene derecho a saber cómo se manipulan las imágenes haya o no participado.

FUENTE: OBTENIDO DEL MANIFIESTO DE CINE SIN AUTOR 2.0. CINE XXI. LA POLÍTICA DE LA COLECTIVIDAD.

Sustituir la implicación directa de los participantes frente a la pantalla del ordenador durante el proceso de montaje puede ahorrar mucho tiempo sin comprometer el control editorial. Sin embargo, aun así, esta fórmula todavía requiere para su desarrollo varios días para que quien facilite el proceso prepare el material y efectúe los cambios solicitados por el grupo. Algunas cámaras ya incorporan *software* de edición muy básico que pueden permitir a un facilitador/a una edición sencilla en poco tiempo.

LA FÓRMULA NER ('NO EDITING REQUIRED'/SIN MONTAJE)

¿Es posible plantear una experiencia de vídeo participativo sin pasar por la fase de montaje? En su libro *Doing Visual Research* (2011), Claudia Mitchell plantea una fórmula que elimina el proceso de montaje y que se presenta como una solución en los casos de talleres cortos, de un día o menos, en los que el montaje ocuparía la mayor parte del tiempo disponible. La solución consiste en que los participantes realicen el montaje de su vídeo directamente sobre la cámara, grabando los planos de forma sucesiva. Mitchell especifica que para que esta estrategia surta efecto es necesario limitar tanto la duración del vídeo como el tiempo que se dedica al rodaje. El *storyboard* debe pensarse

teniendo en cuenta estas limitaciones. Una vez rodado el vídeo, el grupo puede verlo en la misma cámara o en un monitor, antes de proyectarlo para todos los participantes en una proyección más formal y discutir acerca sus intenciones, objetivos y realización.

PROYECCIÓN Y DIFUSIÓN

Incluso en los casos de experiencias que siguen una metodología estrictamente procesual, la práctica del vídeo participativo no termina con la realización de un vídeo en sí mismo. Los vídeos necesitan una audiencia que les dé sentido, aunque esta quede reducida exclusivamente a los propios participantes en los casos en los que estos así lo decidan. De igual forma, la proyección y la difusión de los resultados de una experiencia de vídeo participativo están profundamente relacionadas con los fines de la misma y con los resultados que el grupo participante espera alcanzar. Para decidir los canales de difusión más adecuados, conviene volver a plantearse los objetivos de la experiencia a través de una reunión final en la que se decida el recorrido de la obra, así como otros aspectos relacionados con la utilización de la misma.

El primer aspecto a determinar es el público al que queremos que llegue el vídeo. Este puede estar compuesto por una comunidad o colectivo concreto, en los casos de experiencias firmemente ancladas en problemáticas locales, o buscar audiencias más amplias si hablamos por ejemplo de prácticas centradas en la concienciación o el activismo político. En los casos en los que los vídeos se enfocan al logro de objetivos y cambios sociales en entornos concretos, es también importante considerar la posibilidad de organizar un acto que incluya el intercambio de opiniones entre los asistentes sobre el vídeo. Estas discusiones pueden ser muy beneficiosas, pero requieren de mucha planificación y de ciertas habilidades de mediación para asegurar que la experiencia se desarrolle de la mejor forma posible.

La proyección de una película participativa resulta un momento catártico y, al mismo tiempo, muy vulnerable para los participantes. La

recepción positiva o negativa del vídeo por parte de una audiencia concreta puede alterar por completo las formas en la que los y las participantes evalúan la experiencia en sí. Por ello, es necesario que el grupo tome cualquier decisión relativa a la difusión y la proyección de vídeos por consenso, considerando los pros y los contras.

El vídeo se proyectó en un ordenador portátil colocado de forma que todas las personas de la comunidad pudiesen verlo bien. Cuando la audiencia vio a sus vecinos hablando y dejando constancia de sus experiencias frente a la cámara, la sala se llenó de una atención respetuosa y curiosa (Fernanda Baumhardt, ProPlaneta).

Lo más importante para nosotros es cómo el espacio de proyección en las comunidades se ha convertido en un lugar de compartir y de fiesta comunitaria en torno a la proyección audiovisual que realizamos. Gente llevando sus asientos, compartiendo sus golosinas y bebidas mientras disfrutaban del cine comunitario (Cooperativa Cultural Valle Vivo Producciones).

La presencia de nuevas plataformas de distribución digital masiva en Internet, entre las que YouTube, Vimeo o Blip.tv representan solo algunas de las más conocidas, ha añadido nuevas potencialidades y también dificultades a la hora de difundir vídeos de vídeo participativo. Como vimos en el capítulo anterior, temas como la protección de la intimidad de los participantes, los derechos de autor de las obras o la necesidad de espacios especializados en la difusión de vídeos para el cambio social son algunos de los aspectos que han ganado una importancia capital en los últimos años.

Además, hablamos de temas con los que los participantes pueden o no estar familiarizados, por lo que puede resultar necesario que los facilitadores/as les informen de cara a que puedan tomar decisiones sobre las diferentes fórmulas de difusión a su

disposición, así como sobre las ventajas e inconvenientes asociadas a cada una de ellas. Dependiendo del tipo de vídeo que se trate, los participantes pueden optar, por ejemplo, por distribuirlo a través del circuito de festivales especializados o intentar emitirlo mediante canales de televisión, redes comunitarias o plataformas de Internet. En los casos en los que el ejercicio de vídeo participativo tenga como objetivo concienciar a los tomadores de decisiones de una realidad concreta, también existe la posibilidad de dar un recorrido institucional al vídeo o tratar de conectar de forma más directa con estos a través de las redes sociales.

Por otro lado, las proyecciones en plazas o distintos lugares de la comunidad tienden a acercar la problemática desde una perspectiva horizontal, en la que los pares dentro de la comunidad adquieren protagonismo. En cualquier caso, como decíamos, estas opciones deben evaluarse teniendo en mente los objetivos de cada experiencia.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA DE CARA A LA DIFUSIÓN DE VÍDEOS PARTICIPATIVOS

- En el caso de vídeos dirigidos a una comunidad o colectivo concreto, el grupo debe evaluar si los vídeos serán comprensibles fuera de la misma.
- Hay que tener en cuenta la posibilidad de añadir subtítulos para que los vídeos puedan entenderse en varios idiomas. Las principales plataformas de difusión *on-line* ya contemplan esta posibilidad.
- Es necesario decidir cómo gestionar los derechos de autor de estas obras. Frente a una concepción más restrictiva, las licencias *copyleft* (como, por ejemplo, *creative commons*) permiten la utilización de los vídeos por terceras partes siempre que estos se referencien adecuadamente.
- En el caso de vídeos de activismo político, defensa de los derechos humanos o vídeos realizados por colectivos marginalizados, hay que asegurar adecuadamente la privacidad de las personas que aparecen frente a la cámara.

Para leer más

Fernanda Baumhardt, Ralph Lasage, Pablo Suárez y Charles Chadza (2009): "Farmers become filmmakers: climate change adaptation in Malawi", *Participatory Learning and Action*, International Institute for Environment and Development.

CONCLUSIÓN

EL VÍDEO PARTICIPATIVO HOY: RETOS Y OPORTUNIDADES DE FUTURO

A modo de cierre, queremos reflexionar en este apartado sobre las claves desde las que analizar el vídeo participativo en el contexto actual. Algunos de estos elementos ya han sido ampliamente desarrollados en los capítulos de esta guía, pero creemos necesario recuperarlos aquí para ofrecer a los lectores una reflexión general sobre esta práctica. Otras de estas claves tienen más que ver con los retos y oportunidades que el vídeo participativo tendrá que afrontar en los próximos años.

A día de hoy no podemos entender el vídeo participativo como una práctica tentativa o experimental, sino como una fórmula de trabajo suficientemente asentada. El propio recorrido histórico trazado al principio de esta guía pone de relieve cómo los principios del vídeo participativo han ido madurando a través del tiempo, refinando formas de hacer que se han consolidado en una diversidad de experiencias (alguna de ellas muy fructíferas y de amplio alcance social). Las sociedades contemporáneas demandan cada vez más mecanismos de fortalecimiento democrático, una mejor vertebración de colectivos sociales, fórmulas educativas más inclusivas, un mayor conocimiento crítico y utilización de los medios de comunicación, así como

dinámicas de creación e innovación que favorezcan la construcción de identidades culturales. Justamente, estos son los ámbitos en los que el vídeo participativo se desenvuelve y en los que podemos identificar experiencias concretas que han obtenido resultados medibles y de relevancia que actúan como referencia.

Sin negar los obstáculos que aún quedan por superar, entre ellos el hecho de que el vídeo participativo aún sea una práctica minoritaria, en los últimos años se han dado las condiciones necesarias para mitigar algunas de las dificultades asociadas con este tipo de procesos cada vez más extendidos. La marginalidad y el escepticismo de hace unas décadas ha dado paso a un mayor reconocimiento en todos los niveles. Las organizaciones sociales son cada vez más conscientes de la importancia de la utilización del vídeo en general y, especialmente, de su impacto en procesos de incidencia política. Además, los costes de la tecnología audiovisual se han reducido de forma significativa, al tiempo que se ha simplificado el uso de la misma. Igualmente, lo que antes era un espacio de iniciativas aisladas y restringidas en su ámbito de actuación, ha dado paso a un campo que demanda compartir experiencias, intercambiar resultados y difundir su utilización de manera más articulada.

Aquí es precisamente donde radica una de las necesidades más acuciantes de estas prácticas: establecer espacios de diálogo que impliquen tanto a practicantes, profesionales, académicos, colectivos sociales y tomadores de decisiones. Esto ayudaría a prestigiar y legitimar el vídeo participativo, generar bancos de conocimiento, sistematizar experiencias, identificar buenas prácticas y desarrollar materiales pedagógicos sobre su utilización. De hecho, ya se están dando algunas iniciativas en este sentido como la serie de *webinars* "Better Participatory Video Practice" (disponible en <http://betterpvpractice.wordpress.com/>), puesta en marcha por InsightShare y The Open University, en la que practicantes de vídeo participativo de todo el mundo intercambian opiniones a través de reuniones virtuales abiertas. Y también en diferentes espacios académicos comienzan a aparecer seminarios y talleres dedicados a estas prácticas como, por ejemplo, el encuentro

“Community Filmmaking and Cultural Diversity” (<http://www.communityfilmmaking.com/>), celebrado en Londres a principios de 2014, o la mesa de debate específica que la Glocal Conference on Communication for Development (<http://voiceandmatter.net/>) dedicó al tema en septiembre de este mismo año.

Los colectivos que trabajamos en este ámbito estamos creando redes de intercambio de metodologías y experiencias. Estamos hablando también de formar un archivo con el material producido por los actores participantes. Ahora es un momento clave de poner en común, compartir y generar sinergias de creación y producción entre colectivos y personas que trabajamos desde esta visión (Raquel García, Colectivo Circes).

Este tipo de iniciativas forman parte de un proceso más amplio de reivindicación de una comunicación más participativa, que desarrolle el derecho a la comunicación entendido no solo como la posibilidad de acceder a la información, sino como la capacidad de generarla y difundirla desde cualquier contexto. En este sentido, el vídeo participativo no sería más que una estrategia para dar voz a la ciudadanía mediante estructuras más horizontales que se opongan a las prácticas jerárquicas y verticales que dominan el ecosistema comunicativo.

Este desarrollo nos plantea retos que deben impulsar al vídeo participativo a recorrer nuevos caminos. Además de profundizar en los campos en los que ya se viene trabajando, es posible identificar áreas en las que puede resultar útil y que todavía no han sido lo suficientemente exploradas como, por ejemplo, el ámbito educativo (en el que se puede aprovechar la carga de pedagogía visual de estas prácticas) o en el de la psicología (trabajando terapia colectiva, dinámicas de grupo o resolución de conflictos).

En segundo lugar, aparece el tema de la sostenibilidad, uno de los déficits históricos del vídeo participativo que siempre ha encontrado dificultades para hallar los apoyos necesarios que garanticen

las mejores condiciones para obtener buenos resultados. Por un lado, el reto de la sostenibilidad implica que surjan y puedan perdurar en el tiempo organizaciones que trabajen de manera sistemática con esta metodología. Y también que cuando se utilice el vídeo participativo se haga con los recursos y el tiempo necesarios para completar un proceso enriquecedor, que no se limite a la realización de un vídeo, sino que revierta en el desarrollo de la comunidad y permita difundir y replicar la experiencia en otros contextos. Por este motivo, es necesario concienciar a las instituciones y organizaciones implicadas en que el vídeo participativo es una metodología que puede deparar resultados y ser eficiente en la consecución de determinados objetivos.

Además, queda el reto de acceder a espacios y medios de difusión que puedan acoger este tipo de prácticas y darlas a conocer a un público más amplio. Esto puede traducirse en la articulación de un circuito de distribución y difusión de las obras realizadas a partir de experiencias de vídeo participativo dentro de los llamados medios alternativos (por ejemplo, a través de portales especializados, televisiones comunitarias o festivales enfocados al cambio social). O también intentando que determinados espacios dentro de los medios masivos (canales temáticos, portales de vídeo *on-line*, programas especializados, etc.) reconozcan el valor de estas obras y comiencen a difundirlas. Debido a los intereses comerciales y la limitación temática de los medios masivos, es quizás en el ámbito de las redes e Internet donde existen mayores posibilidades y potencialidades para trabajar esta difusión.

Las posibilidades de Internet y de la distribución horizontal de vídeo *on-line* es, sin duda, el tema que determinará el futuro del vídeo participativo. Esto no quiere decir la eliminación de las formas de actuar y de los objetivos que han caracterizado las prácticas tradicionales en este ámbito, sino más bien la aparición de nuevas posibilidades y dificultades que demandan un análisis que no se deje llevar por el entusiasmo tecnológico. Si acaso el desarrollo de la tecnología se ha ido alejando de los contenidos sociales y de

transformación en favor del entretenimiento. De hecho, la visibilidad de este tipo de vídeos en plataformas digitales de distribución masiva es bastante reducida, lo que indica que los públicos del vídeo participativo aún están restringidos a espacios muy concretos en la Red. Subir un vídeo a Internet no es sinónimo de conseguir automáticamente miles de espectadores para el mismo, lo que nos indica que no es conveniente generar demasiadas expectativas en este sentido, haciendo necesaria una estrategia de divulgación de cara a llamar la atención sobre el mismo.

Algunas de las ventajas reconocidas de la digitalización y del uso de Internet en relación con el vídeo participativo incluyen el abaratamiento de la tecnología necesaria, la posibilidad de publicar sin restricciones (licencias, control previo, etc.) y la nueva dimensión que toma el trabajo en red (convocar a diferentes colectivos, editar en la nube, difundir en contextos distintos y con un amplio alcance). Ahora bien, con esto no podemos olvidar que aún sigue existiendo una preeminencia de los medios tradicionales tanto en su capacidad de producción como en su capacidad de convocatoria y difusión.

Además, a día de hoy, Internet no se puede considerar como un espacio plenamente democrático o equitativo: no todo el mundo tiene la misma importancia dentro de la Red ni puede acceder en igualdad de condiciones a la producción de contenidos. De hecho, que predominen contenidos comerciales y orientados al entretenimiento tiene mucho que ver con los intereses de las grandes corporaciones (Facebook, Google, Twitter...), dedicadas a generar "redes sociales" restringidas al ámbito privado y de la diversión superficial. Como nos recuerda Jorge Riechmann, "la socialidad es a Facebook lo que la felicidad a la Coca-Cola".

Justamente, el marcado carácter colectivo de las prácticas de vídeo participativo choca de manera frontal con los patrones de uso individual y hedonista que promueven las nuevas tecnologías en general e Internet en particular. Cuando grabamos un vídeo y lo compartimos en YouTube, la herramienta exige una utilización individual. Cualquier interacción está limitada por las características de la

plataforma que no favorece el trabajo colectivo ni la apropiación por parte de organizaciones sociales que tendrán muchas más dificultades en hacer visibles (más populares, más visitados, más comentados...) sus contenidos. Frente a los vídeos de entretenimiento y diversión que generan publicidad y reutilización continua, otro tipo de contenidos más complejos, tienen mucha más dificultad para ganar su espacio.

Asimismo, no podemos olvidar que no todo el mundo dispone de las mismas posibilidades de conectarse a la Red y que aún existe una importante brecha digital entre regiones, países y determinados colectivos sociales.

En la medida en que se consigan aumentar la presencia de los vídeos participativos, estaremos aumentando la diversidad de miradas entre los espectadores, sin la cual no es posible comprender el alcance de este tipo de obras. En este sentido, los vídeos participativos nos parecen que son una herramienta especialmente oportuna para educar no solo nuestra forma de mirar las imágenes, sino también de entender la producción de las mismas, así como el funcionamiento de los medios que las difunden. Esto, hoy día, en nuestra sociedad de la información se convierte en una tarea más que necesaria si queremos generar una ciudadanía crítica y activa en la construcción de nuevas formas de organización más democráticas.

Por último, consideramos que el vídeo participativo es una herramienta que fomenta la diversidad cultural y que, de alguna forma, complejiza las miradas estereotipadas de los grandes medios de comunicación. Paradójicamente, unas experiencias ligadas a contextos muy locales nos ofrecen la oportunidad de obtener puntos de vista más amplios, enfoques y aportaciones que diversifican nuestra mirada y que nos ayudan a mantener una perspectiva crítica sobre los discursos dirigidos y simplificadores de la globalización.

Junta a un grupo de personas, reflexionar sobre su realidad y sobre la comunicación, transformar sus inquietudes y demandas en imágenes, trabajar en equipo y buscar vías y redes de difusión colectivas, tan sencillo y tan complejo como queramos abordarlo, tan limitado o tan ambicioso como queramos soñarlo.

'QUIEN LO PROBÓ LO SABE...' APORTACIONES DE PRACTICANTES Y ESPECIALISTAS EN VÍDEO PARTICIPATIVO

Dentro del proceso de investigación y documentación para la elaboración de esta guía, identificamos un conjunto de personas y experiencias vinculadas al vídeo participativo que considerábamos relevantes y que podrían aportar de primera mano valoraciones y vivencias concretas sobre la puesta en marcha y el resultado de este tipo de prácticas. Con esta intención elaboramos una serie de cuestionarios muy sencillos que contenían cinco preguntas abiertas para que se respondiesen vía correo electrónico sin ninguna limitación de espacio o de contenido. A pesar de que nos hubiese gustado obtener más respuestas, creemos que las recibidas dan suficiente cuenta de la diversidad de enfoques, así como de la complejidad y riqueza del área de trabajo del vídeo participativo.

Pese a haber utilizado algunos extractos en los capítulos anteriores, las limitaciones de espacio no nos han permitido recoger en el texto muchas respuestas que considerábamos interesantes. Por este motivo, hemos habilitado un espacio web (disponible en www.videoparticipativo.es) donde se recogen las respuestas completas para que los lectores/as puedan contextualizar la experiencia de

cada uno de los entrevistados/as y para ampliar la gama de valoraciones de una práctica sobre la que todavía existen pocas evaluaciones sistematizadas.

Queremos volver a mostrar nuestro agradecimiento a las personas y organizaciones que se han tomado el tiempo y han hecho un esfuerzo por contestar estos cuestionarios y apoyar la realización de esta guía. Recogemos aquí sus nombres y perfiles.

ALBERTO BOUGLEUX

Es fundador y coordinador de los talleres de vídeo participativo de la Escola Popular de Cinema de Barcelona (disponible en <http://www.escolapopulardecine.wordpress.com>). La Escuela es un proyecto de formación no formal al medio audiovisual y al vídeo participativo dirigido a las redes sociales y a los barrios populares de la ciudad con el objetivo de utilizar el cine como herramienta artística para la transformación y la inclusión social.

CENTRO CARIBEÑO DE CULTURA Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Se crea en el año 2007 a partir de un grupo de profesionales de la comunicación ligados con más de 20 años de experiencia en cooperación al desarrollo y trabajo comunitario. Su labor en medios audiovisuales, radiofónicos y periodísticos ha estado unida a procesos educativos, culturales y de movilización social de las comunidades y colectivos excluidos del Caribe y Brasil.

COLECTIVO CIRCES (RAQUEL GARCÍA MUÑOZ)

Es artista con una trayectoria internacional. Ha desarrollado su carrera audiovisual con la realización de los documentales Voces Gitanas, 50+1, Los Hilos de Penélope y Sombras Xinas y con la coordinación e impartición de talleres de vídeo con colectivos socialmente frágiles (mujeres inmigrantes, jóvenes inmigrantes, jóvenes tuteladas, jóvenes gitanas). Es miembro fundadora del Colectivo Circes, colectivo que entiende el audiovisual como una herramienta de búsqueda y a la vez intervención sobre la(s) realidad(es) que nos envuelven.

COOPERATIVA CULTURAL VALLE VIVO PRODUCCIONES

Nacida en 2003, trabaja en Venezuela con el objetivo de que los familiares y vecinos de la comunidad de Cañicito en Caracas puedan reflejar en la pantalla sus propias historias, desde cortometrajes de ficción a obras que reflejan con crudeza la realidad que les rodea. Poniendo en práctica los principios de la comunicación popular, el proyecto incluye en la actualidad a unas 20 personas.

FUNDACIÓN PROYECTO PEREYRA (PABLO STÉFANO)

Es profesor de enseñanza primaria egresado del Profesorado Superior Mariano Acosta. Está especializado en educación ambiental para el desarrollo sustentable y en

ecodocumentación por la Escuela Nórdica Popular de Biskops Arno, Suecia. Colabora con la Fundación Proyecto Pereyra, que ha venido utilizando el vídeo participativo desde principios de la década de los noventa.

GIORGIO MOSANGINI

Es licenciado en Ciencias Políticas y máster en Estudios para el Desarrollo. Desde el año 1999 trabaja en asociaciones de cooperación internacional. Su trabajo analiza, entre otras cosas, los vínculos entre decrecimiento y relaciones Norte-Sur. Es autor de la guía Documentales para la transformación. Guía para la elaboración de documentales sociales participativos, editada por ACSUR-Las Segovias en 2010.

IAN INGELMO

Es licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense y Southern Illinois University). Especializado en montaje, ha impartido diversos talleres de vídeo participativo dirigidos a personas sin ninguna experiencia previa. Ha tomado parte en la iniciativa Noticiero Intercultural y ha supervisado la realización del cortometraje participativo El Tanque (premio al mejor corto documental en el Festival Ícaro).

INMACULADA PARRA

Es licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Sevilla. Ha desarrollado su carrera en los ámbitos del arte visual y la gestión cultural. Ha coordinado, junto con Javier Vicente, varios talleres de vídeo participativo en el barrio jerezano de Torresoto.

INSIGHTSHARE (SOLEDAD MUÑIZ)

Dirige el área de monitoreo y evaluación en InsightShare. Licenciada en Comunicación para la Innovación y el Desarrollo por la Universidad de Reading, su especialidad es la de comunicación participativa y tiene más de cinco años de experiencia en la investigación, planificación e implementación de proyectos de vídeo participativo. Ha trabajado en proyectos de vídeo participativo en Europa, América Latina, África y Asia.

LA LUPA (MERCEDES FIGUEROA)

Licenciada en Pedagogía (2006), activista feminista, investigadora social, formadora, pedagoga teatral y videotallerista, ha trabajado en diversos proyectos sociales y educativos en Andalucía y Centroamérica con una diversidad de colectivos. En 2009 formó parte de la asociación "La Lupa. Comunicación Social para el Desarrollo", con quien llevó a cabo durante dos años proyectos de comunicación social, habiendo implementado una línea de vídeo participativo y comunitario en Centroamérica.

NOTICIERO INTERCULTURAL, NIC (LAURA CABEZAS)

Es feminista, "quincemayista" y profesora de medios fotográficos y audiovisuales. Durante cinco años trabajó en el Área de Comunicación de la ONGD ACSUR-Las Segovias, dedicándose a proyectos de vídeo participativo y comunicación solidaria desde su delegación en Bolivia. Actualmente trabaja como profesora de fotografía y vídeo en Formación Profesional y continúa vinculada a experiencias de vídeo participativo y televisión por Internet.

PROPLANETA (FERNANDA BAUMHARDT)

Es licenciada en Comunicación Social y especializada en Periodismo por UNISINOS (Brasil). Es máster por la Universidad de Vrije en Holanda, donde realizó su tesis disertación sobre el uso del vídeo participativo. Fundadora de ProPlaneta, organización que trabaja con el vídeo participativo con el objetivo de empoderar a personas y comunidades en diferentes partes del mundo.

PROYECTO ¿HACEMOS UNA PELI? (MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ)

Es cineasta. Estudió comunicación audiovisual y ha realizado numerosas piezas cortas tanto de ficción como documental. Junto a Helena de Llanos, Elsa Barreras, Inma Benavente y Luz Cano formaron parte del equipo técnico base que participó en la filmación de NegraBlanca, película de cine colectivo que se rodó en la localidad murciana de Blanca. La película forma parte de un proyecto más amplio bajo el nombre ¿Hacemos una peli?, en el que colaboran la realizadora Helena de Llanos y la productora Films Made On Earth.

ÚBIQA. TECNOLOGÍA, IDEAS Y COMUNICACIÓN (JOSÉ LUIS RONCERO)

Es director de Úbiqa, organización que investiga y analiza las novedades tecnológicas, los nuevos usos sociales y el impacto que tienen en la ciudadanía para diseñar y realizar proyectos participativos de comunicación social mediante procesos de alfabetización mediática y digital.

ANEXO 2

RECURSOS PARA LA PRÁCTICA Y LA REFLEXIÓN SOBRE EL VÍDEO PARTICIPATIVO

BIBLIOGRAFÍA SELECCIONADA

- BARRANQUERO, Alejandro (2006): "Comunicación y cambio social en España: balance, escenarios y perspectivas", Grupo de Trabajo: Comunicación Participativa y Desarrollo Social, Universidad de Málaga, IX Congreso IBERCOM, Sevilla-Cádiz.
- BAÚ, V. (2014): "Building peace through social change communication: participatory video in conflict affected communities", *Community Development Journal*, Oxford University Press.
- BELTRÁN, Luis Ramiro (1993): "Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años", Discurso de apertura en la inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, organizada por el Instituto para América Latina, Lima, Perú.
- BERY, R. (2003): "Participatory video that empowers", en White, S. (ed.), *Participatory Video. Images that Transform and Empower*, SAGE.
- BRADEN, Su y HUONG, Than Thi Thien (1998): *Video for Development: A Casebook from Vietnam*, Oxfam UK and Ireland.
- CANALS I VILAGELIU, Roger (2008): "Jean Rouch: UnAntropoleg de les Fronteres", (*Con Textos. Revista d'Antropologia i Investigació Social*, nº 1).
- CINQUINA, Paola (2010): *Narrativas en torno a la identidad en programas de video participativo*, Universita Ca' Foscari Venezia, Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universitat de Barcelona [tesis no publicada].
- CLEAVER, F. (2001): "Institutions, Agency, and the Limitations of Participatory Approaches to Development", en Cooke, B. y Kothari, U. (eds.), *Participation: the new tyranny?*, Zed Books.
- COLLIZZOLLI, Stefano (2009): "Desalojos Cero. Video participativo y dimensión urbana", *Rizomafreireano*, nº 5, Instituto Paulo Freire de España.
- COLOM, A. (2009): "The role of Participatory Video in enhancing the political capability of grass-roots communities in participatory development", Universidad de Londres [disertación para el título de MA (no publicada)].

- DE CERTEAU, M. (2000): *La invención de lo cotidiano*, Universidad Iberoamericana.
- DIEZ, Daniel (2013): "La experiencia de la TV Serrana en la construcción de un documental con sentido", *Revista Chilena de Antropología Visual*, n° 21, Ceavi.
- EQUIPO DE TEVÉ PARTICIPATIVA (2008): *Aportes para la realización y circulación de vídeos comunitarios*, Proyecto Árbol.
- ESPINOSA, Julián A. (2011): "El vídeo participativo: herramienta para la transformación social en procesos pedagógicos, sociales y políticos. Diseño de propuestas para dos casos en la Península Ibérica", *Nexus Comunicación*, Universidad del Valle, Colombia.
- FAO (1987): *Pioneering a new approach to communication in rural areas: the Peruvian experience with video for training at grassroots level*, Development Communication Case Study 3.
- (1996): *Communication for rural development in Mexico: In good times and in bad*, Development Communication Case Study 15.
- FARMESA (1996): *Engaging Participation. The use of video as a tool in rural development*, Farnesa/FAO, Harare.
- FILM QUARTERLY (1968-1969): "Newsreel", *Film Quarterly*, invierno, 1968-1969, vol. 22, n° 2, University of California Press, California, pp. 43-48.
- FREIRE, Paulo (1969): *La Educación como Práctica de la Libertad*, Siglo XXI de España Editores.
- (1970): *Pedagogía del Oprimido*, Siglo XXI de España Editores.
- GETINO, O. (1990): "Video popular en América Latina", *Chasqui*, n° 33, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
- GOMES, Marisa (2009): *A Comunicação no Desenvolvimento: Análise de Tendências no Uso da Comunicação em Projetos de Desenvolvimento*, Departamento de Sociologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e a Empresa [tesis no publicada].
- GÓMEZ-F. M. A. (2006): "Evaluation of the Uses and Benefits of Participatory Video" (disponible en www.insightshare.org).
- GUBRIUM, A. y HARPER, K. (2013): *Participatory Visual and Digital Methods*, Left Coast Press.
- GUMUCIO DAGRON, Alfonso (2001): *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*, Fundación Rockefeller.
- (coord.) (2012): *Cine comunitario en América Latina y el Caribe*, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano y Centro Nacional Autónomo de Cinematografía.
- HARDING, Thomas (1997): *The Video Activist Handbook*, Pluto Press.
- HUBER, B. (1998): "Communicative aspects of participatory video projects: an explanatory study" (disponible en www.zanzibar.org/maneno/New%20Pages/articles.htm).
- JOHANSSON, L. (1999): "Participatory Video and PRA: Acknowledging the politics of Empowerment", *Forests, Trees and People*, newsletter n° 40/41, diciembre, pp. 21-23.
- KAPLÚN, G. (2007): "La comunicación comunitaria", *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano*, Fundación Telefónica.
- LIPOVETSKY, G. y SERROY, J. (2009): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Anagrama.
- LÓPEZ DE CEBALLOS, Paloma (1994): *Un método para la investigación -Acción participativa*, Editorial Popular.
- LUNCH, Nick y LUNCH, Chris (2006): *Insights into Participatory Video. A Handbook for the Field* (disponible en <http://www.insightshare.org/resources/pv-handbook>).
- MARÍ SÁEZ, Víctor M. (2013): "Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo", *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, n° 2, vol. 2, Universidad de Cádiz.
- MARTÍN BARBERO, J. (2002): *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica.

- MEDIA DEVELOPMENT (1989): Special Issue "Video for the people", n° 36(4), World Association for Christian Communication.
- MILNE, E. J.; MITCHELL, C. y DE LANGE, N. (2012): *Handbook of participatory video*, Rowman & Littlefield.
- MITCHELL, C. (2011): *Doing Visual Research*, SAGE.
- MONTERO, D. y MORENO, J. M. (2013): "La comunicación en los procesos de desarrollo", en Bastante, M. et al. (coord.), *Metodologías participativas. Aportaciones de Sur a Sur*, IEPALA.
- MORENO DOMÍNGUEZ, J. M. (2004): "Comunicación, interculturalidad y desarrollo. Apuntes para una nueva estrategia de actuación desde lo local", *Global Media Journal*, 1(1), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- MOSANGINI, Giorgio (2010): *Documentales para la transformación. Guía para la elaboración de documentales sociales participativos*, Acsur-Las Segovias.
- MORROW, Raymond y TORRES, Carlos Alberto (2002): *Reading Freire and Habermas: Critical Pedagogy and Transformative Social Change*, Teacher College Press.
- MUEL, B. (2006): *Les Groupes Medvedkine*, Editions Montparnasse, Paris.
- NAIR, K. S. (1994): "Participatory Video for Rural Development: A Methodology for Dialogic Message Design", FAO DSC Information Division.
- ODUTOLA, K. (2003): "Participatory use of Video: A case study of community involvement in story construction", *Global Media Journal*, n° 2.
- OKAHASHI, P. (2000): "The potential of Participatory Video", *Rehabilitation Review*, 11(1), enero, pp. 1-4 (disponible en www.vrri.org/rhb0100.htm).
- ORTUÑO, Pedro (2013): "Antecedentes del video participativo como alternativa a la televisión comercial: nuevas propuestas online", *Doc On-line*, n° 14, agosto, pp. 113-138 (disponible en www.doc.ubi.pt).
- PROTZ, Maria (1991): *Seeing and showing ourselves. A guide to using small-format videotape as a participatory tool for development*, Centre for Development of Instructional Technology of New Delhi.
- PROYECTO VISTA: "Video Participativo para grupos marginados, desfavorecidos y vulnerables. Breve guía para facilitadores y formadores" (disponible en http://www.montesca.eu/VISTA/wp-content/uploads/2012/11/Annex17_VISTA_ES_PVTrainingMaterials.pdf).
- PROYECTO YOUTH AND MIGRATION IN EUROPE (2011): "Taller de Empoderamiento mediante el video participativo: definición, guía y programa de actividades", Fundación Pere Tarrés.
- RAMOS GRIFOL, Tania E. (2009): *La aplicación del audiovisual en procesos de transformación social*, La Lupa, Comunicación Social para el Desarrollo.
- RIANO, Pilar (ed.): *Women in grassroots communication: Furthering social change*, SAGE Publications, Thousand Oaks.
- ROBERTSON, C. y SHAW, J. (1997): *Participatory Video. A Practical Approach to Using Video Creatively in Group Development Work*, Routledge.
- RODRIGUES, Catarina (2009): "Jornalismo Participativo: um Conceito, diferentes Práticas. Análise de Casos em Portugal e Espanha", conferencia para el 6º Congresso SOPCOM, Lisboa, 14-18 de abril.
- SALAS, M. y THILMANN, M. (2008): "El rol del video participativo o comunal en el proyecto del IIED" (disponible en <http://pasandes.net/node/15>).
- SANJINÉS, J. y GRUPO UKAMAU (1979): *Teoría y práctica de un cine junto al pueblo*, Siglo XXI.
- SERVAES, Jan; JACOBSON, Thomas L. y WHITE, Shirley A. (eds.): *Participatory Communication for Social Change*, SAGE.
- SHAW, J. y ROBERTSON, C. (1997): *Participatory video: a practical approach to using video creatively in group development work*, Routledge.
- SIERRA, Francisco (2013): *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, Gedisa.

- SNOWDEN, Donald (1983): *Eyes see, ears hear*, Memorial University Newfoundland, Canada (disponible en www.fao.org/waicent/faoinfo/sustdev/cddirect/cdre0038.htm).
- SOLANAS, F. y GETINO, O. (1969): "Hacia un tercer cine" (disponible en http://www.cinefagos.net/index.php?option=com_content&view=article&id=437:hacia-un-tercer-cine-apuntes-y-experiencias-para-el-desarrollo-de-un-cine-de-liberacion-en-el-tercer-mundo&catid=30&Itemid=60).
- STUART, Sara (1989): "Access to media: placing video in the hands of the people", *Media Development*, Special Issue "Video for the people".
- TAYLOR, Geoff y JOHANSSON, Lars (1996): "Our voices, our words and our pictures: Plans truths and videotapes from Ngorongoro Conversation Area", *Forests, Trees and People*, newsletter nº 30.
- THEDE, Nancy y AMBROSI, Alain (eds.) (1991): *Video the Changing World*, Black Rose Books, Montreal.
- TOMASELLI, K. G. y PRINSLOO, J. (1990): "Video, realism and class struggle: theoretical lacunae and the problem of power" (Communication and Tradition: Essays after Eric Michaels), *The Australian Journal of Media & Culture* [online], 3(2) (disponible en <http://wwwmcc.murdoch.edu.au/ReadingRoom/3.2/Tomaselli.html>).
- TUDURÍ, Gerardo (2008): *Manifiesto del Cine sin Autor-Realismo Social Extremo del siglo XXI*, Centro de Documentación Crítico.
- VERDÚ, Vicente (2003): *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*, Anagrama.
- VIDAL-BENEYTO, J. (1981): *Alternativas populares a la comunicación de masas*, CIS.
- WHITE, S. (ed.) (2003): *Participatory Video. Images that Transform and Empower*, SAGE.
- WITNESS (2005): *Video for Change: A guide for Advocacy and Activism*, Pluto Press.

INSTITUCIONES QUE HAN TRABAJADO CON EL VÍDEO PARTICIPATIVO

- ACSUR-LAS SEGOVIAS: www.acsur.es
- ASOCIACIÓN SOLIDARIA ANDALUZA DE DESARROLLO (ASAD): <http://asad.es/>
- ASOCIACIÓN WANADI: www.wanadi.org
- CARE-INTERNATIONAL: <http://www.care-international.org/>
- CENTRO DE CREACIÓN DE IMAGEN POPULAR (CECIP): www.cecip.org.br/
- CENTRO LATINOAMERICANO PARA EL DESARROLLO Y LA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA: www.cedesco.org.ar
- CENTRO CARIBEÑO DE CULTURA Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO: www.ccc-comunicacion.blogspot.com.es/
- CENTRO DE INICIATIVAS PARA LA COOPERACIÓN BATÁ: <http://www.cicbata.org/>
- COLECTIVO CIRCES: <http://colectivocirces.blogspot.com.es/>
- COMMUNICATION FOR CHANGE (C4C): www.c4c.org
- CULTURAL VIDEO FOUNDATION (CVF): www.culturalvideo.org/
- ESCOLA POPULAR DE CINEMA: <http://escolapopulardecine.wordpress.com>
- FORMATO 19 K, COLECTIVO AUDIOVISUAL: <http://fundacionformato19k.blogspot.com.es/>
- FUNDACIÓN PROYECTO PEREYRA: www.grupopereyra.org/
- GINGKO, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: <http://somosgingko.com>
- INSIGHTSHARE: www.insightshare.org
- LA LUPA: <http://blogdelalupa.wordpress.com/>
- ORGANISATION FOR VISUAL PROGRESSION (OVP): <https://www.facebook.com/pages/Organisation-for-Visual-Progression/72115069841?sk=info>
- PANOS INSTITUTE: www.panos.org
- PROPLANETA: <http://www.proplaneta.com/>
- QUEPO VÍDEO SOCIAL: <http://quepoblog.blogspot.com.es>
- REFLECT-ACTION: www.reflect-action.org

TRAYECTOS: HERRAMIENTAS SOCIALES CON SOFTWARE LIBRE: www.trayectos.org

ÚBIQA, TECNOLOGÍA, IDEAS Y COMUNICACIÓN: <http://www.ubiqa.com/>

VIDEO VOLUNTEERS: <http://www.videovolunteers.org/>

WITNESS: www.witness.org

ZALAB - PARTICIPATORY VIDEO AND DOCUMENTARY: www.zalab.org

RAFILM: www.rafilm.se

ALGUNOS VÍDEOS Y EXPERIENCIAS PARA REFLEXIONAR

Informe Audiovisual del I Taller Intensivo de Capacitación Audiovisual (TICAV) en Abra Pampa, Jujuy, Argentina, 2001 (disponible en <http://cdesco.org.ar/?p=208>).

Ted Conference del fundador de InsightShare Chris Lunch (disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=5nVsI2nzzEs>).

Cinco experiencias internacionales de uso del vídeo participativo en procesos de educación popular y discusión de identidades a través de la generación de vías alternativas de comunicación:

TV Serrana (Cuba): <http://www.youtube.com/watch?v=EXHkzq8oatk>

TV Bateyes (República Dominicana): <http://tvbateyes.blogspot.com.es/>

Vídeo nas aldeias (Brasil): <http://www.youtube.com/user/VideoNasAldeias>

Árbol, TV Participativa (Uruguay): <http://www.arbol.org.uy/p/arbolorg.html>

The Chiapa Media Project (México): <http://www.chiapasmediaproject.org/home>

El Tanque, vídeo participativo realizado en el marco del Proyecto NIC (Noticiero Intercultural) que ganó el premio al Mejor Cortometraje Documental de Centroamérica en la edición 2009 del Festival Ícaro, de Guatemala (disponible en <http://vimeo.com/5600437>).

Proyecto "Nuestra mirada", grabado por la Fundación Entornos A.C. en 4 municipios del estado de Morelos en México (disponible en <http://vimeo.com/85452917>).

Vídeo participativo realizado en la Comunidad Teenek de Tamaletom, México, 2012 (disponible en <http://vimeo.com/36213177>).

Taller de vídeo participatiu "Sota el mateix cel", Colectivo Circes, Barcelona, 2011 (disponible en <http://vimeo.com/7850491>).

Vídeo participativo "Nuestros Reflejos". Este vídeo es parte del proyecto de investigación: "Vídeo participativo y empoderamiento comunitario: la experiencia de Sueños Films Colombia", 2010 (disponible en <http://vimeo.com/30584545>).

Tras el objetivo es un documental construido de forma participativa dentro del proyecto europeo YouthME, un proyecto educativo para la integración de jóvenes migrantes en riesgo de exclusión social (disponible en <http://vimeo.com/60658555>).

"Tejiendo Resistencias": un proceso de vídeo participativo con mujeres en defensa del agua en Cajamarca (disponible en <http://www.democraciaglobal.org/comunicacion-alternativa/video-participativo/809-tejiendo-resistencias-un-proceso-de-video-participativo-con-mujeres-en-defensa-del-agua-en-cajamarca>).

Videos y Sueños Comunitarios C4C: <http://www.comminit.com/democracy-governance/content/video-y-sue%C3%B1os-comunitarios-egipto>

