

# La sostenibilidad del vídeo participativo como práctica comunitaria. El caso de InsightShare

*The sustainability of participatory video as a community practice. The case of InsightShare*

**José Manuel Moreno Domínguez**

Universidad de Sevilla  
Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla, España  
0000-0003-4553-560X · jmoreno7@us.es

**David Montero Sánchez**

Universidad de Sevilla  
Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla, España  
0000-0003-2937-0438 · davidmontero@us.es

Recepción 23/10/2023 · Aceptación 24/11/2023 · Publicación 15/01/2024

## Resumen

La discusión académica en torno a la sostenibilidad en los medios de comunicación ha evolucionado mucho recientemente, sobre todo en torno a los medios alternativos, comunitarios y del Tercer Sector. Frente al enfoque economicista de los análisis de la sostenibilidad de los medios comerciales y de la evaluación de los medios públicos en relación con la influencia del poder político, los medios comunitarios han movilizad una concepción de la sostenibilidad que considera aspectos como la estructura organizativa, la diversidad de los equipos de trabajo o el equilibrio medioambiental. El presente artículo se acerca al vídeo participativo como práctica comunitaria para explorar los patrones de sostenibilidad que éste pone en juego. Se parte de una amplia revisión bibliográfica en torno a la sostenibilidad en los medios comunitarios, así como de un análisis crítico de la literatura disponible en torno al vídeo participativo. A nivel empírico, se examina el caso de estudio de InsightShare, una organización de origen británico que constituye una referencia en la práctica del vídeo participativo. El texto concluye que la sostenibilidad de InsightShare se articula en torno a la priorización de las relaciones comunitarias, tanto en lo que respecta al funcionamiento de la propia organización como en relación con los proyectos en los que la misma participa. La capacidad de InsightShare para desarrollar su misión en circunstancias distintas y el papel jugado en la articulación de experiencias autónomas representan un ejemplo de buenas prácticas en lo que respecta a la concepción de la sostenibilidad en sentido amplio.

**Palabras clave:** medios comunitarios, vídeo participativo, sostenibilidad, InsightShare.

## Abstract

*The academic discussion surrounding sustainability in the media has recently evolved significantly, particularly concerning alternative, community, and Third Sector media. In contrast to the economic approach of sustainability analyses applied to commercial media and the assessment of public media in relation to political power influence,*

*community media have mobilized a sustainability concept that encompasses aspects such as organizational structure, diversity within teams, and environmental balance. This article delves into participatory video as a community practice to explore the sustainability patterns it engages. It begins with an extensive literature review on sustainability in community media and a critical analysis of available literature on participatory video. On an empirical level, it examines the case study of InsightShare, a British organization that serves as a reference in participatory video practice. The text concludes that InsightShare's sustainability revolves around prioritizing community relationships, both in terms of the organization's internal functioning and its involvement in projects. InsightShare's ability to pursue its mission under diverse circumstances and its role in facilitating autonomous experiences serve as an exemplary model of best practices concerning the broader conception of sustainability.*

**Keywords:** *community media; participatory video; sustainability; InsightShare.*

---

## 1. Introducción

Poner el foco en prácticas comunicativas alternativas o comunitarias supone, además de un reto, comprometerse con un aspecto marginal o secundario de los estudios académicos en materia de comunicación. Hacerlo desde una mirada evaluativa sobre el concepto de sostenibilidad estrecha aún más el campo de estudio. No obstante, es ésta la principal aportación de este trabajo que trata de dar cuenta de manera detallada de cómo se ha utilizado, visto con una cierta perspectiva y con un marco de análisis determinado, el concepto de sostenibilidad tanto en los medios comunitarios como en las prácticas de vídeo participativo.

Con este objetivo el artículo traza una línea de continuidad que parte desde lo general, definiendo el ámbito de los medios comunitarios desde el sentido mismo que la sostenibilidad social, institucional y económica ha aportado en su caracterización. Pasando en segundo lugar por un campo más limitado (aunque muy heterogéneo) como el del vídeo participativo donde la sostenibilidad ha sido un elemento poco contemplado o muy limitado en su alcance. El texto termina con un estudio de caso que analiza en profundidad los patrones de sostenibilidad puestos en juego por InsightShare (<https://insightshare.org>), una organización que ha venido trabajando con el vídeo participativo como metodología central de su actividad a lo largo de más de dos décadas.

La hipótesis principal del trabajo apunta a la centralidad de la relación con las comunidades en ejemplos de buenas prácticas en torno a la sostenibilidad de organizaciones y proyectos de vídeo participativo, lo que vincula a este ejercicio con la esencia de los medios comunitarios y con un reto a desarrollar para mejorar en ambos casos la durabilidad y la relevancia de estas iniciativas.

## 2. Metodología

A nivel metodológico, para efectuar este análisis se parte de una amplia revisión bibliográfica (*research review*) (Randolph, 2009; Dziopa & Ahern, 2011; Nightingale, 2009), tanto en el terreno de los medios comunitarios como en relación con el vídeo participativo en el ámbito latinoamericano y anglosajón. Para esta revisión se han tenido igualmente en cuenta categorías que a menudo se encuentran relacionadas con estos dos términos como es el caso de “medios alternativos”, “medios radicales”, “medios ciudadanos”, “medios populares”, “medios libres” o “medios del Tercer Sector”. Durante

la selección de las fuentes bibliográficas se realizaron igualmente búsquedas en inglés y español en las bases de datos Dialnet, Scopus, ISI Web of Science (WoS) y en Google Books.

En lo que respecta a la evaluación crítica de la sostenibilidad en los entornos del vídeo participativo, la presente investigación se asienta sobre una aproximación determinada por la experiencia y el propio trabajo de campo de los autores en publicaciones anteriores (Montero & Moreno, 2014; Montero Sánchez & Moreno Domínguez, 2020; Montero Sánchez, 2021; Barranquero & Montero, 2015). De forma más concreta, se instrumentaliza para esta investigación una amplia encuesta realizada entre facilitadores de experiencia de vídeo participativo en diferentes países. El objetivo principal de esta encuesta era el de profundizar en la comprensión de los distintos usos de la tecnología digital en el seno de este tipo de proyectos.<sup>1</sup> Además, dicha encuesta incluía una pregunta específica sobre aspectos de sostenibilidad que se ha usado como punto de partida de esta investigación y que nos han ayudado en gran medida a diseñar el apartado 4 del presente artículo. En este apartado, la utilización de la encuesta se complementa con un amplio análisis documental (Bowen, 2009; Morgan, 2022) de distintas iniciativas prácticas, haciendo hincapié en aquellas que se han prolongado en el tiempo.

De cara a profundizar en la evaluación crítica de las estrategias de sostenibilidad en InsightShare, la presente investigación se ha valido de una metodología de estudio de caso (Johansson, 2007; Brennen, 2021) aplicada a una organización social que trabaja con medios de comunicación. Entre los métodos concretos utilizados para el estudio de caso de InsightShare, se parte de un proceso de análisis documental específico del material relevante publicado por la organización a lo largo de sus más de 20 años de trabajo en el ámbito del vídeo participativo. Otra de las fuentes principales para desarrollar el estudio de caso ha sido la realización de una entrevista semi-estructurada en profundidad (Adams, 2015) con Soledad Muñiz, Directora de Programas en InsightShare, quien ha estado involucrada en la organización desde hace 14 años, diseñando y ejecutando proyectos con vocación de permanencia en el tiempo. La utilización de una metodología de caso de estudio nos permite dar a la investigación una orientación crítica, que aborda la definición de políticas de sostenibilidad en InsightShare en relación directa con las orientaciones sobre este tema observadas en los ámbitos del vídeo participativo y de los medios comunitarios mediante las revisiones bibliográficas mencionadas, y a través también de la comparación con las opiniones recogidas en nuestras investigaciones anteriores. Todo ello nos habilita para evaluar InsightShare como un caso de buenas prácticas en lo que respecta a la puesta en juego de estrategias de sostenibilidad.

### **3. Más allá de lo económico. Claves para entender la sostenibilidad de los medios comunitarios**

La cuestión de la sostenibilidad en el terreno de los medios comunitarios va más allá de la capacidad de durar o de superar dificultades, económicas o de cualquier otro tipo. No es posible de hecho entender el alcance de este concepto si no tenemos en cuenta la misión y la propia naturaleza de estos medios y de qué forma se diferencian de los medios públicos y privados. Los medios comunitarios sólo son sostenibles si logran establecer de forma duradera las condiciones que les permiten llevar a cabo su misión social, es decir, no se trata únicamente de permanecer o sobrevivir, sino de hacerlo en

<sup>1</sup> Los resultados de este estudio ya han sido publicados y están disponibles en Montero y Moreno, 2020; y Montero, 2020.

torno a una serie de parámetros que les definen como medios comunitarios frente a las lógicas que determinan el mercado o los mecanismos de representación política.

A menudo la referencia a los medios comunitarios suele aparecer en relación directa con otras categorías, generalmente más difusas como son “medios alternativos” (Atton, 2001), “medios participativos” (Servaes, 1999; Gumucio Dagron, 2001), “medios ciudadanos” (Rodríguez, 2001), del “tercer sector” (Barranquero, 2015; García García, 2015) o “medios radicales” (Downing, 2001). Como indica Mowbray, frente a estas categorías, los medios comunitarios se caracterizan por la presencia de una “lógica de participación” intensiva que implica el establecimiento de relaciones “directas, recíprocas y dialógicas (...) entre quienes toman parte en los procesos de producción mediática” (Mowbray, 2015, p. 23-24, Nuestra traducción). A partir de esta lógica participativa cabe hablar de la relación de un medio con una comunidad concreta, bien sea una comunidad geográfica (a menudo bien definida) o una comunidad de interés algo más dispersa.

Definir un medio comunitario no es tarea fácil. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) de hecho deja en manos de sus asociados definir el sentido del término “comunitario” (<http://www.amarc.org>), aunque en general, como explica J. Fairbairn (2009, p. 7), hay cuatro dimensiones que se deben tener en cuenta cuando hablamos de medios comunitarios: (1) que el medio sea de la comunidad y esté bajo la supervisión de la misma; (2) que preste un servicio a dicha comunidad; (3) que permita la participación y (4) que se asiente sobre un modelo de negocio sin ánimo de lucro y con un claro objetivo social. “No se trata de hacer algo por las comunidades, sino de una comunidad que hace algo por ella misma, que tiene la propiedad y el control de sus propios medios de comunicación” (Mtimde et al., 1998). En este sentido, los medios comunitarios tienen más que ver con la estructura de la organización, con los procesos que la misma pone en marcha o con las relaciones sociales que con el contenido que finalmente se emite a través del medio.

Teniendo en cuenta estas características, no resulta sorprendente que un aspecto como la sostenibilidad, a menudo vinculado únicamente con una dimensión económica, haya requerido de un recorrido de varias décadas para superar una visión restrictiva de la cuestión. A pesar de que la falta de ánimo de lucro no haya impedido políticas activas de recaudación de fondos, lo cierto es que parece haber existido entre los medios comunitarios “una sensación de que centrarse en las finanzas no era éticamente lo más apropiado para un medio de este tipo” (Gordon, 2015, p. 255, Nuestra traducción). O, como explica Daniel Mutibwa, un anatema que relaciona el dinero y la generación de beneficio “con los excesos del capitalismo” (Mutibwa, 2015, p. 279).

En realidad, uno de los resultados más positivos de esta reticencia ha sido la necesidad de discutir cualquier acción económica desde una perspectiva social más amplia, manteniendo un punto de vista crítico que va más allá de posiciones exclusivamente pragmáticas. Así, por ejemplo, temas como la utilización de publicidad o la prestación de servicios comerciales por parte de los medios comunitarios han concitado respuestas que van desde la renuncia a estas vías de ingreso por razones éticas (Buckley, 2011, p. 37), hasta el rechazo de publicidad que pueda entrar en conflicto con la misión social del medio (Fairbairn, 2009, p. 12; Haye, 2016, p. 163) pasando por limitaciones que restringen la publicidad a negocios locales (Cadavid, 2008, p. 17), o establecen un máximo publicitario por hora de emisión (Pavarala et al., 2014, p. 25).

Lo mismo ocurre en los casos en los que se recibe dinero en forma de becas o acciones de financiación directa por parte de donantes o procedente de las administraciones públicas. Si bien son varios los autores que han señalado la dificultad que tendrían los medios comunitarios para sobrevivir sin este tipo de ingresos (Fisher, 2019, p. 91; Gumucio Dagrón, 2005, p. 7), también es importante señalar que los mismos pueden provocar problemas de dependencia que afecten de forma severa a la sostenibilidad económica de estas iniciativas (Diverse, 2013, p. 11) y/o pongan en riesgo su independencia (ver Gumucio Dagrón, 2005, p. 16; Binder et al., 2017, p. 167).

Una referencia clave a la hora de situar las cuestiones de sostenibilidad económica en un marco más amplio es la aportación temprana de Alfonso Gumucio Dagrón. En el artículo “Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios”, Gumucio Dagrón define un modelo de análisis de la sostenibilidad en el que la dimensión económica convive con el estudio de aspectos sociales e institucionales. El propio Gumucio establece como punto de partida de su estudio que es en la relación que el medio establece con su audiencia, y en el proceso de participación por parte de la propia comunidad, donde el medio encuentra su razón de ser como experiencia de comunicación comunitaria (Gumucio Dagrón, 2005, p. 8). Desde este punto de vista, la sostenibilidad social aparece como el eje clave desde el que hay que evaluar la capacidad de un medio comunitario para sostenerse en el tiempo, mientras que la dimensión institucional y la dimensión económica determinan si se dan los marcos contextuales para que dicha capacidad sea efectiva.

Esta visión de la sostenibilidad en el entorno de los medios comunitarios se ha trasladado de formas diferentes a los modos de trabajo de los propios medios sobre el terreno y en la interacción con las comunidades. Por un lado, las discusiones sobre la dimensión económica han ido evolucionando desde una visión casi exclusivamente centrada en la obtención de fondos hacia el análisis de aspectos como el rol del voluntariado en las organizaciones (Kaplún, 2019a, p. 43; Gordon, 2015, p. 250-255; Fairbairn, 2009, p. 16-18), las dificultades para motivar a los trabajadores (Fairbairn, 2009, p. 16; Fraser and Restrepo, 2001, p. 79) o la necesidad de medidas de transparencia económica (Pavarala et al., 2014, p. 25). Por otro, el análisis de la legislación ha dado lugar a una creciente consciencia de la situación de marginación institucional que históricamente han sufrido los medios comunitarios en relación con los medios públicos y privados. En este sentido, el panorama resulta tremendamente desigual, con países como Australia, Canadá o Argentina (ver Van Vuuren, 2009 para el caso australiano; King y Rahemtullah, 2019 para el caso canadiense y Binder et al., 2017 para Argentina) en los que se han puesto en marcha entornos reguladores que buscan reconocer la importancia adquirida por los medios comunitarios y favorecer su desarrollo. Y otros, donde aún existe un importante vacío legal en torno a este tipo de medios, como ocurre en gran medida en España donde, a pesar del reconocimiento explícito de los medios comunitarios en las leyes generales de comunicación audiovisual del 2010 y del 2022, aún no se ha desarrollado un marco institucional estable (Barranquero & Cándón-Mena, 2020, p. 5).

Sin embargo, es la dimensión social de la sostenibilidad la que más claramente vincula a los medios comunitarios con su entorno, y también la que pone en juego la propia esencia de estos medios y su compromiso con un beneficio social palpable. Dagrón apunta más allá del concepto de audiencia y alude directamente hacia la participación como eje de la misión social de estos medios. En este sentido, la sostenibilidad social depende de la capacidad de los medios para ser apropiados en el sentido más amplio del término: la comunidad debe hacerlos suyos para que puedan durar. Es un punto, por ejemplo, sobre el que inciden Fraser y Restrepo al apuntar la necesidad de priorizar la misión de un

medio comunitario sobre cualquier demanda realizada por donantes externos para impedir que la comunidad se aleje del proyecto (Fraser & Restrepo, 2001, p. 52-53). Y son muchos más, los autores que señalan que de cara a preservar la sostenibilidad social de un medio comunitario es necesario al menos asegurarse de que todos los ingresos proceden de fuentes que no contradicen la misión social del medio (Fairbairn, 2009, p. 12; Haye, 2016, p. 163). En general, podríamos afirmar que la discusión en torno a la sostenibilidad de los medios comunitarios aparece crecientemente “enmarcada por un compromiso social y por una postura ética que da prioridad a los seres humanos (...) cualquier acción debe contribuir a la construcción de una sociedad democrática, justa y equitativa” (Escobar *et al.*, 2008, p. 10-11).

En línea con esta tendencia, una definición más reciente es la que aportan Alejandro Barranquero y Jose Candón-Mena cuando identifican la sostenibilidad de los medios del tercer sector con “todos aquellos procedimientos que favorecen la continuidad, competitividad y fortalecimiento de los medios ciudadanos con el objetivo de preservar su carácter autosuficiente y autónomo, su misión social y su compromiso con la ciudadanía y las comunidades del entorno” (Barranquero & Candón-Mena, 2020, p. 4). Barranquero y Candón-Mena traducen dicho enfoque en una receta analítica que, a las dimensiones ya mencionadas (institucional, social y económica), añaden nuevas categorías (sostenibilidad organizativa y sostenibilidad infotecnológica) y temáticas como el respeto al medioambiente y la diversidad cultural. Hablar de sostenibilidad organizativa implica reconocer que las dinámicas de poder que impregnan los procesos internos y de estructuración del trabajo en los medios comunitarios determinan en gran medida la posibilidad de extender su acción en el tiempo.

A grandes rasgos, podríamos decir que de la estructura organizativa de estos medios depende que estos se presten a ser realmente apropiados por parte de la comunidad o que puedan encallar en problemáticas como las condiciones de trabajo, las diferencias entre personas asalariadas y voluntarias, las condiciones laborales, los conflictos internos, etc. (Barranquero, 2015). Por otro lado, la dimensión infotecnológica ha ido ganando en importancia desde comienzos de siglo debido a la transformación digital y a la llegada de nuevas posibilidades y amenazas que se derivan de cambios profundos en la base material de producción de los medios. En este ámbito, cuestiones relativas a la utilización de tecnología digital comercial (frente a opciones más sostenibles asociadas al software libre) o la gestión de los derechos de autor aparecen como nuevos elementos que tienen una clara incidencia sobre los patrones de sostenibilidad puestos en juego por este tipo de medios.

#### **4. Entre lo puntual y lo transformador. Claves para entender la sostenibilidad de las prácticas de vídeo participativo**

Si la cuestión de la sostenibilidad ha constituido un ámbito crucial, poco trabajado y conflictivo en lo que respecta al funcionamiento de los medios de comunicación alternativos, comunitarios o del Tercer Sector, la ecuación se complica aún más si nos focalizamos en el ámbito del vídeo participativo, donde esta cuestión únicamente ha comenzado a ser sometida a un mayor escrutinio crítico de forma reciente (Shaw, 2012; Mitchell *et al.*, 2016; Walsh, 2016; Milne, 2016). El término vídeo participativo hace referencia a una denominación que engloba un conjunto de prácticas, experiencias e iniciativas que han incorporado el audiovisual y la participación colectiva como elementos centrales de su propuesta. El vídeo aparece así en el ámbito del Tercer Sector y de las políticas sociales como una herramienta útil de cara a promover la reflexión crítica a nivel grupal mediante un proceso de toma de conciencia

social orientado hacia la acción (Braden & Nelson, 1999; High *et al.*, 2012; Lunch & Lunch, 2006; PV-NET, 2008). A través de distintas dinámicas y de una metodología necesariamente participativa, se busca generar sinergias colectivas que permitan a los participantes identificarse como grupo a partir de la autorrepresentación que facilita la producción audiovisual (Shaw & Robertson, 1997). Si bien hay una raíz común con el campo de los medios comunitarios y su oposición a las fórmulas de comunicación tradicionales, el vídeo participativo tiene una serie de particularidades que nos obligan a tener que hacer adaptaciones específicas a la hora de abordar el tema de la sostenibilidad.

En primer lugar, debemos tener en cuenta que el vídeo participativo tiene una doble dimensión que engloba por un lado a instituciones que han trabajado con esta propuesta de manera preferencial y, por otro, a los propios proyectos puestos en marcha por dichas instituciones. Evaluar ambas dimensiones en términos de sostenibilidad implica pues plantearnos tanto el funcionamiento de estas organizaciones como las estrategias puestas en juego para fortalecer y hacer durar proyectos e iniciativas que, surgidas desde distintos ámbitos, han puesto en marcha o han utilizado procesos de vídeo participativo.

El segundo elemento apunta a que, en la mayoría de los casos, el vídeo participativo no se ha constituido como un medio de comunicación con vocación de estructura permanente, sino más bien como una práctica o herramienta puntual, ligada a cada proyecto, para cumplir entre otros con objetivos pedagógicos, de denuncia o de debate social. Esto hace que quepa situar al vídeo participativo más en el ámbito de las prácticas de comunicación alternativas (o, en algunos casos más específicos, en el de las *alternatividades mediáticas*) que en el de los medios de comunicación como tal. Parafraseando a Kaplún (2019b, p. 74), sería necesaria “una denominación más amplia, capaz de abarcar una diversidad de iniciativas que incluyen tanto medios como productores de contenidos que no cuentan con medios propios y usan -o dependen de- otros para difundirlos”.

Esta condición, que venía de la mano de un cuestionamiento de los medios tradicionales de comunicación y de la dificultad histórica que habían tenido organizaciones y colectivos sociales para acceder a los mismos, ya nos señala de hecho algunos elementos ligados a la cuestión de la sostenibilidad que están en la raíz de las experiencias del vídeo participativo: la necesidad de articular alternativas contextuales (adaptadas a cada situación particular) que cuestionen el sentido de los medios de comunicación tradicionales-verticales; la utilización de un modelo menos jerárquico, más participativo e inclusivo y, por último, las limitaciones en relación con los costes o inversiones económicas, aprovechando recursos y dando mayor acceso a la comunidad, tanto desde el punto de vista de la producción como de la difusión de contenidos propios. Es decir, la misión, el modelo y el dinero se encontrarían en la esencia misma del nacimiento de muchas de estas iniciativas. Confirmándose así la “regla de las tres emes” que señala el Consejo Nacional de Organizaciones Voluntarias (NCVO) del Reino Unido que debe mantener en equilibrio toda organización comunitaria: *mission, model and money* (citado por Fairbairn, 2009)

En tercer lugar, el vídeo participativo como herramienta de comunicación no ha sido en muchos casos más que un instrumento dentro de un proceso más amplio de intervención social, pedagógica, medioambiental, etc. En este sentido, hablamos de una práctica que no suele ocupar el foco principal ni en cuanto a los objetivos ni en cuanto a la sostenibilidad del proceso en su conjunto, sino que más bien depende en gran medida de éstos. Por tanto, el apoyo social, el formato de trabajo o los recursos, estaban de alguna manera predeterminados o condicionados por un proyecto que incluía al vídeo

participativo como un elemento más y que no podía salir de su rol para buscar, por ejemplo, tiempos o recursos distintos a los planificados.

Si bien algunas organizaciones que han trabajado el vídeo participativo sí han identificado como centrales objetivos de sostenibilidad a través de procesos que querían perdurar en el tiempo, esto no siempre esto se ha trasladado a sus intervenciones a menudo puntuales, limitadas, escasas de recursos o centradas en un aspecto específico (High *et al.*, 2012). Igualmente, aunque esto también ha ocurrido con muchos medios comunitarios, la necesidad de contar, el esfuerzo por poner en práctica una iniciativa y la necesidad de verla materializada en un resultado concreto (ya fuese una formación, un vídeo, una proyección, etc.), ha hecho que muchas iniciativas de vídeo participativo hayan privilegiado objetivos a corto plazo. Cuando hace años preguntamos a distintos productores de vídeo participativo sobre su práctica, Miguel Ángel Rodríguez, del proyecto ¿Hacemos una peli? nos respondía de manera muy ilustrativa: “Nosotros no somos nada buenos en eso de capitalizar nuestro esfuerzo y ante las barreras o desinterés de la industria audiovisual decidimos lanzarnos al hacer sin pensar mucho en cómo sustentarlo y hacerlo duradero, simplemente hacemos mientras podemos” (Montero & Moreno, 2014, p. 108).

A pesar de estas particularidades, la aplicación del modelo de sostenibilidad de los medios comunitarios popularizado por Gumucio a comienzos de siglo en el ámbito del vídeo participativo (ver Gumucio Dagon & Hezekiel, 2005), nos lleva a tener en cuenta distintas consideraciones. Por ejemplo, en lo que respecta a la sostenibilidad social, el reto de los proyectos de vídeo participativo ha sido en gran medida involucrar al conjunto de una comunidad, es decir, hacerla partícipe, que no se quede en una experiencia de unos pocos y que el uso del vídeo se vea como una propuesta colectiva que atiende a la diversidad y tiene sentido para esta comunidad y no sólo para la organización que preparó el proyecto o para los facilitadores que están ayudando. Aparece aquí el sentido de apropiación colectiva no sólo de la tecnología sino de un proceso que intenta poner de relieve de forma crítica cómo funciona la construcción de los relatos en forma de imágenes.

La apropiación sólo 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. (Montero & Moreno, 2014, p. 26-27)

Si bien es cierto que esta idea subyace en muchas de las experiencias de vídeo participativo no siempre se ha alcanzado. El peligro de abordar el proceso como una práctica externa o ajena al grupo, la dificultad en incorporar una tecnología o un formato que no era de uso habitual, la dificultad en términos de aprendizajes y metodologías o la lentitud en materializar resultados, ha hecho que en no pocos casos el proceso no haya sobrepasado el valor de una actividad (evaluada como interesante y valiosa), pero no asumible a largo plazo ni incorporada desde ese momento como práctica de comunicación habitual.

En otros casos, es difícil que se dé una identificación comunitaria cuando la propia comunidad está por definirse. A veces, como señala Gabriel Kaplún (2019b), “la comunidad no es algo que existe y está detrás de esta práctica comunicativa, sino que, en todo caso, está delante, en un horizonte utópico”,

como algo a construir y que precisa de un largo camino que necesita distintas formas de forjarse y de contarse a sí misma. También es cierto que podemos igualmente enumerar otras experiencias donde este sentido de apropiación y representación de la comunidad resulta uno de los factores clave que asegura la sostenibilidad del vídeo participativo como práctica. Es el caso, por ejemplo, de algunos de los trabajos sobre el proyecto brasileño Video Nas Aldeias (Carelli, 2013), del Centro boliviano de Educación Popular Qhana (Aimaretti, 2018), del colectivo indígena La Marabunta Filmadora en México (Morales *et al.* 2021) o de la cooperativa india SEWA (Stuart & Bery, 1996). Todos ellos convertidos en centros de producción y con un alto nivel de apoyo comunitario que respondía también a intereses comunes de reivindicación de identidades (étnicas, sociales, etc.) y problemáticas compartidas.

En lo que se refiere a la sostenibilidad institucional u organizativa nos centraremos en las formas de distribución del trabajo, dado que la regulación legislativa afecta al vídeo participativo únicamente de forma marginal. En este sentido, las experiencias de uso del vídeo participativo se han constituido como asociaciones algunas, medios comunitarios otras, centros de producción audiovisual, organizaciones no gubernamentales de desarrollo o empresas autónomas, lo que dificulta un análisis estructural y casi nos obliga a evaluarlas de forma individualizada.

Sin embargo, algunas características se repiten cuando hablamos de proyectos exitosos como son: la participación comunitaria, una toma de decisiones flexibles, un equipo coordinador o responsable comprometido y con liderazgo, una lógica de trabajo en red y de aprovechamiento de capacidades y, finalmente, la adaptación de la tecnología y de las formas de trabajo a los contextos tanto temporales como geográficos. Podemos citar en este ámbito experiencias que han trascendido su influencia en la medida en que sumaron y convergieron con otras experiencias y supieron adaptarse a las características de cada momento como Zalab (<https://www.zalab.org/>), Communication for Change (<http://www.communicationforchange.org/>), Video Volunteers (<https://www.videovolunteers.org/>) o RåFILM (<https://rafilm.se/>). Se trata de iniciativas ubicadas en distintos lugares del mundo como Italia, Estados Unidos, India o Suecia, que nacieron hace más de dos décadas, pero que han sabido adaptar el uso del vídeo participativo a las tecnologías de cada momento y a los contextos sociales diversos con los que han trabajado.

Igualmente, la sostenibilidad financiera ha sido una de las dificultades recurrentes para referirse a la fragilidad de muchas experiencias de vídeo participativo que encontraron enormes obstáculos para encontrar recursos económicos duraderos y alineados con los objetivos que se querían cumplir. Estos recursos han procedido en su mayor parte de subvenciones gubernamentales, de organizaciones filantrópicas o fundaciones privadas que han apoyado especialmente proyectos, más que procesos o instituciones de este ámbito. A diferencia de muchos medios comunitarios que han contado con un apoyo de donantes o fieles seguidores que destinaban recursos a la supervivencia del medio, el vídeo participativo no ha podido contar con recursos de “libre disposición” sino más bien de un apoyo económico enmarcado en proyectos o subvenciones que limitaban su uso para actividades puntuales y predeterminadas y que difícilmente podían sumarse al funcionamiento institucional de las organizaciones que lo utilizaban. En este sentido, la autonomía aparece ligada a la independencia en la toma de decisiones, sin los condicionantes de resultados o tiempos que imponen muchas subvenciones y que pueden condicionar de forma activa el tipo de acciones a abordar.

Otros recursos de los que han dispuesto los medios comunitarios como la publicidad o los patrocinios tampoco han sido una opción evidente para el vídeo participativo, que sí ha virado en algunas

ocasiones hacia la prestación de servicios generales de producción audiovisual o de formación en el ámbito de las metodologías participativas. Es también importante reivindicar la necesidad de plantear modelos de financiación que puedan ser duraderos y diversificados y que puedan apoyar la sostenibilidad institucional y procesos socioeducativos que se alarguen en el tiempo porque si no, difícilmente, el vídeo participativo, puede abordar muchos de los procesos de transformación social que persigue. Como señala Fairbairn (2009), la participación comunitaria tiene un coste, no podemos dejarla sólo en manos del voluntarismo. Movilizar, organizar y gestionar la participación comunitaria tiene un coste en términos de esfuerzo y trabajo de personas, pero también un coste de tiempo y de dinero.

Más recientemente, la ampliación conceptual del marco de evaluación de la sostenibilidad en los medios comunitarios propuesto por Gumucio ha puesto de relieve aspectos centrales que son de particular interés en el caso del vídeo participativo. Mientras que las consideraciones medioambientales aún no parecen haberse incorporado de forma clara a la bibliografía disponible, la dimensión tecnológica que mencionan Barranquero y Candón-Mena (2020) sí resulta clave para entender cómo las organizaciones y los proyectos que lo han utilizado y lo utilizan, gestionan la sostenibilidad.

Se trata de una cuestión que hace hincapié en el aspecto de producción de contenido mediático, lo que, en el caso del vídeo participativo, implica una transformación radical de las bases materiales de creación audiovisual; de un entorno plenamente analógico a los profundos cambios que han implicado el desarrollo del vídeo digital, la incorporación de videocámaras en los teléfonos inteligentes y la popularización de plataformas de difusión de vídeo *on-line* como YouTube (Montero Sánchez, 2021). Dichas transformaciones afectan a los patrones de sostenibilidad mucho más allá de los aspectos más obvios como podrían ser la reducción de los costes materiales de la producción audiovisual. Cuestiones como la individualización de las prácticas de creación audiovisual a partir de la digitalización o las consecuencias negativas que pueden tener la distribución global de vídeos locales, que a menudo llevan a lecturas descontextualizadas, tienen un efecto directo en las formas en las que la comunidad interactúa con los proyectos de vídeo participativo y, en último término, afecta igualmente a su capacidad para apropiarse de los mismos y hacerlos suyos.

## 5. En busca de buenas prácticas: el caso de InsightShare

InsightShare es una organización radicada en Reino Unido que ha venido trabajando con el vídeo participativo como metodología central de su actividad a lo largo de más de dos décadas. Su acción es global y, hasta la fecha, ha gestionado más de 500 proyectos en unos 70 países diferentes. Cuenta con una plantilla de más de 35 personas, la mayor parte de ellos asociados, en países como México, Myanmar, Tanzania, India, Francia o España, aunque la mayor parte del equipo directivo se encuentra en Reino Unido.

**Figura 1**  
Sostenibilidad en InsightShare



Fuente. InsightShare.

A nivel organizacional, InsightShare se estructura como una empresa social sin ánimo de lucro que se divide en dos ramas: InsightShare Ltd., centrada en la asesoría y la prestación de servicios, e InsightShare Network, en la que se concentra la acción y el trabajo con las comunidades a través de proyectos, tal y como se muestra en la Figura 1. Ambas partes son centrales para la acción global de la organización, ya que se retroalimentan mutuamente de forma que los ingresos que genera InsightShare Ltd. se reinvierten en proyectos con un claro sentido comunitario a través de InsightShare Network, vinculando la estructura organizacional con la sostenibilidad financiera. En su análisis de este modelo de financiación, Anaisabel Galindo explica que esta propuesta doble, más que en la generación de ingresos se basa en la creación de círculos de confianza y en maximizar la independencia de la organización en lo que respecta a la relación con los donantes. La idea clave es la de generar una comunidad en torno a InsightShare que entienda y comparte las dinámicas de trabajo de la organización, sobre todo, en lo que respecta a la existencia de un trasvase de poder real que permita a quienes toman parte en un proyecto apropiarse en último término de su experiencia y continuarla garantizando un horizonte sostenible (Galindo Flores, 2022).

Por otro lado, en relación con el tema de la independencia, aunque InsightShare ha contado en ocasiones con donaciones y ayudas destinadas a financiar el trabajo diario de la organización (*core funding*), hoy día es la prestación de servicios de asesoría y formación a través de InsightShare Ltd. la que evita una excesiva dependencia de vías de financiación externa para garantizar la sostenibilidad

económica de la organización. Es un patrón que queda reflejado en variedad de “partners” con los que colabora de cara a la puesta en marcha de los proyectos. Esta lista, disponible en la página web de la organización, incluye instituciones y organizaciones como UNDP, Oxfam, The British Council, The Christensen Fund, Transparency International, Comic Relief y UNICEF, entre otras. En el listado es posible encontrar desde empresas como Nike (que a través de su fondo de responsabilidad social corporativa financió proyectos de vídeo participativo en Namibia, Marruecos, Ruanda y Reino Unido) a instituciones universitarias (University of Coventry, University of East Anglia, Open University) u organizaciones religiosas (The Church of Sweden, Christian AID), además, por supuesto de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) de distinto ámbito. InsightShare también contempla la posibilidad de donaciones de particulares y su página web contiene una sección abierta a este tipo de contribuciones mediante PayPal.

Resulta importante destacar que el sentido de trabajo orientado hacia la comunidad como principio de la sostenibilidad social constituye una de las ideas fuerza que impregna las diferentes áreas de la organización, incluso en su vertiente más enfocada a la prestación de servicios. Por un lado, los donantes y *partners* sólo son considerados para colaborar una vez que se establece un vínculo de confianza que asegura la independencia de la comunidad para decidir en cualquiera de los proyectos que emprenda la organización. «Sólo nos acercamos a organizaciones que entiendan que en el centro de nuestro trabajo está la orientación hacia la comunidad. Incluso cuando se trata de servicios de asesoría o de trabajos de formación, InsightShare es muy estricta y sólo colabora con organizaciones que entiendan y compartan nuestro enfoque comunitario (...) Si viene una gran empresa con dos millones de dólares y no comparte esta filosofía, diremos que no” (Entrevista personal Muñiz, S. 2023). De esta forma, el sentido de InsightShare como medio de la comunidad impregna tanto su tarea en los proyectos como el modelo de empresa social que sustenta la organización, siendo una de las principales tareas de esta la de consolidar una comunidad de agentes de intervención que compartan las premisas de funcionamiento de la propia organización.

El abordaje de los proyectos se encuentra igualmente enfocado de forma definida hacia las comunidades que participan en los mismos: “entendemos que la ciudadanía y las comunidades son los dueños de sus propias historias” (InsightShare, 2021, p.3). El acercamiento de InsightShare implica por lo tanto que los patrones de acción y de toma de decisiones deben estar dirigidos por las comunidades a través del uso de mecanismos participativos. De hecho, toda la literatura analizada incide tanto en la utilización de mecanismos participativos (mediante el ciclo “acción-reflexión-acción”) como en la necesidad de que sean las propias comunidades quienes guíen el proceso, apuntando que “cualquier participante (en el mismo) es considerado como representante de una comunidad más amplia” (InsightShare, 2021, p. 11. Nuestra traducción). De igual forma, se hace hincapié en los procesos de producción audiovisual colectiva y en la agencia de las propias comunidades para decidir el tipo de proyectos que quieren llevar a cabo o cómo deben difundirse los vídeos asociados a cada proyecto.

La presencia de patrones de sostenibilidad en los proyectos en los que participa InsightShare resulta quizás más notable en su trabajo con comunidades indígenas, donde los proyectos, además de estar crecientemente centrados en cuestiones medioambientales, hacen particular hincapié en la formación de personas facilitadoras dentro de la comunidad que, posteriormente, puedan a su vez formar a otras, tomar parte en futuros proyectos de InsightShare o directamente convertirse en asociadas de la organización. “Se trata de una dinámica que ha estado siempre en nuestras líneas de trabajo, pero no cabe duda de que se ha intensificado este enfoque en los últimos años. La mejor manera de

enfrentarse a estos retos es generando capacidad: apoyar a los actores locales para que lo puedan hacer ellos mismos” nos señalaba Soledad Muñiz, responsable de programas de la organización, en la entrevista en profundidad realizada. Colectivos como La Marabunta Filmadora (<https://www.marabuntafilmadora.org>) en México o la PanAfrican Living Cultures Alliance (PALCA, <https://www.wtfwwf.org/palca/>) como asociación de intervención social abierta a la participación, representan algunos de los resultados más evidentes de este enfoque. Un enfoque que busca intencionadamente romper con una lógica, aún hegemónica en el ámbito de la cooperación, con proyectos que comienzan, acaban y dan resultados concretos y se orienta más bien hacia el establecimiento de un tejido de relaciones con organizaciones locales que comparten valores y formas de trabajo. De esta forma, InshighShare aspira a convertirse en socio de las comunidades más que en financiador o ejecutor de las propuestas.

Por último, la cuestión tecnológica ha sido también una cuestión clave en lo que respecta a la sostenibilidad de los proyectos de vídeo participativo. Durante mucho tiempo, la preocupación fue el acceso continuado de los colectivos a la tecnología audiovisual que les permitiese continuar creando imágenes después de la duración de los proyectos. De hecho, facilitar cámaras, equipos de edición, etc. fue una cuestión que estuvo muy presente durante años en el trabajo de InsightShare. Sin embargo, la consolidación de la tecnología audiovisual digital parece haber tenido un doble efecto sobre la sostenibilidad tecnológica en la práctica de la organización: por un lado, ha reducido costes; por otro, según explica Soledad Muñiz, ha hecho más difícil mantener un vínculo colectivo con la tecnología, en el sentido de creación colectiva, de trabajo y recurso compartido por la comunidad, hecho que se encuentra en el centro de la práctica de InsightShare. “De la cámara fuimos a la tablet, pero manteniendo un acceso grupal. Con el tiempo hemos transicionado al teléfono, pero siempre con accesorios, es decir, con un trípode y un micro para grabar sonido, lo que establece un patrón de relación grupal con el dispositivo. No es un teléfono individual. Esto ha recortado mucho los gastos tecnológicos asociados a los proyectos, facilitando la sostenibilidad financiera y social de los mismos” (Entrevista personal, Muñiz, 2023).

## 6. Conclusiones

La primera cuestión importante que hemos visto en este trabajo es que no podemos abordar el concepto de sostenibilidad únicamente desde el punto de vista de la duración de las iniciativas ni desde su viabilidad económica. La condición precaria de los medios comunitarios y de las prácticas de vídeo participativo ha hecho que esta necesidad de supervivencia haya centrado el debate en estos aspectos. No obstante, como hemos señalado durante el trabajo, la sostenibilidad debería ser más bien una característica diferenciadora que transmite la capacidad de una propuesta de estar construida a partir de unos valores y una forma de trabajo con los que una comunidad se siente partícipe y representada.

El reto de la sostenibilidad para los medios comunitarios es, por tanto, el reto de mantener un sentido en lo que hacen y poder tener colectivos que se sientan representados, que apoyen y que finalmente participen en estas propuestas. Incorporar, además de la dimensión económica, otras dimensiones que son sociales, tecnológicas o institucionales se hacen imprescindibles en este proceso.

Para el vídeo participativo, el desafío principal se orienta en incorporar la sostenibilidad en el sentido amplio que hemos planteado, para alcanzar mayor relevancia y para transitar desde una metodología

puntual hacia propuestas de mayor recorrido y con mayor implantación en los contextos en los que se utiliza. Esto implica metas de medio y largo plazo, recursos no sólo para proyectos sino para procesos institucionales, trabajo en red, flexibilidad y autonomía en la toma de decisiones e incorporación de las comunidades en la construcción de sentido de los procesos.

Son estos aspectos los que consideramos relevantes para seguir abriendo líneas de investigación para el campo de las prácticas audiovisuales comunitarias, así como para construir indicadores que las organizaciones puedan utilizar para evaluar en un sentido integral la implementación de estrategias de sostenibilidad.

En este contexto, el trabajo de InsightShare aparece como un ejemplo de buenas prácticas que sirve para visibilizar algunos de los caminos que pueden tomar organizaciones que busquen configurarse no sólo como iniciativas voluntaristas y temporales que asumen, -casi desde su nacimiento- que tendrán una vida muy corta, sino como entidades donde la construcción colectiva de procesos audiovisuales pueda convertirse en el ADN de un proyecto con vocación transformadora y de largo plazo.

## Declaración de la contribución específica de cada uno de los autores

- Diseño y conceptualización: Autor 1, Autor 2.
- Administración y gestión: Autor 2.
- Búsqueda bibliográfica: Autor 1, Autor 2.
- Resumen: Autor 2.
- Introducción: Autor 1.
- Metodología: Autor 1, Autor 2.
- Investigación original: Autor 1, Autor 2.
- Resultados y discusión: Autor 1, Autor 2.
- Visualización de contenidos (gráficos, tablas...):
- Conclusiones: Autor 1.
- Revisión final y edición: Autor 1, Autor 2.

## Semblanza de los autores

**José Manuel Moreno Domínguez** forma parte del Departamento de Incidencia Política de la Fundación Entreculturas. Es Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla y está especializado en políticas de comunicación, gestión cultural y procesos de participación ciudadana. Trabaja como Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación de dicha Universidad donde imparte las asignaturas de Gabinetes de Comunicación y Comunicación para el Desarrollo. Ha sido miembro fundador y forma parte del Grupo de Estudios Interdisciplinarios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS) donde coordina el área de cooperación al desarrollo. Tiene una larga trayectoria en organizaciones del Tercer Sector, donde ha participado en el grupo coordinador de la CME (Campaña Mundial por la Educación) o en el grupo de Incidencia Política de REDES (Red de Entidades para el Desarrollo Solidario). Actualmente forma parte de la Comisión de Ética y Buen Gobierno de la Coordinadora Andaluza de ONGD.

**David Montero Sánchez** es Profesor Titular de Teoría de la Comunicación y de la Información de la Universidad de Sevilla. Doctor por la Universidad de Bath (Reino Unido) actualmente dirige el Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS, <https://compolitic.org/>), donde coordina la línea de investigación en Estudios Visuales y Crítica de la Imagen. Ha publicado el monográfico *Thinking Images. The Essay Film as a Dialogic Form in European Cinema* (Peter Lang, 2012), y es autor de varios artículos en materias de cultura visual, ensayo fílmico, audiovisual político y vídeo participativo en publicaciones internacionales.

## Referencias

- Adams, W. C. (2015). Conducting semi-structured interviews. En K. E. Newcomer, H. P. Hatry & J. S. Wholey (Eds.), *Handbook of practical program evaluation* (pp. 492-505). Wiley.
- Aimaretti, M. (2018). Democratización social y video participativo: El (olvidado) aporte de Qhana a la historia del audiovisual boliviano de los ochenta. *Revista Ciencia y Cultura*, 22(41), 81-104. <https://acortar.link/7GUA1e>
- Atton, C. (2001). *Alternative media*. Sage.
- Barranquero, A. (Coord.) (2015). *Juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y FAD.
- Barranquero, A., & Candón-Mena, J. (2020). *La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio*. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos. <https://doi.org/10.5209/reve.71863>
- Barranquero, A., & Montero, D. (2015). La elaboración de una cartografía sobre los medios del tercer sector en España. Descripción de un proceso de investigación colaborativa. *Revista internacional de pensamiento político*, 10, 17-25. <https://acortar.link/JuDHUr>
- Binder, I., Fisher, P., & Godínez Galay, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económica-administrativa en radios comunitarias de Argentina*. Jinete Insomne. <https://bit.ly/3MWL8ku>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Braden, S., & Nelson, V. (1999). Communities meet policy-makers through video-supported analysis: Rural energy issues in Malawi. *PLA Notes*, (34), 57-62.
- Brennen, B. S. (2021). *Qualitative research methods for media studies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003122388>
- Buckley, S. (2011). *Community media: A good practice handbook*. UNESCO Publishing.
- Cadavid, A. (2008). Las cinco estaciones [elementos para entender la sostenibilidad]. En R. Escobar, V. Salgado, & E. Dávila (Eds.), *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios populares y comunitarias* (pp. 13-23). ALER y AMARC-ALC.
- Carelli, V. (2013). Video nas aldeias, una propuesta de seducción cultural. *Revista Chilena de Antropología Visual*, (21), 51-63.
- Downing, J. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452204994>
- Diverse. (2013). *Community radio annual report 2012*. Ofcom

- Dziopa, F., & Ahern, K. (2011). A systematic literature review of the applications of Q-technique and its methodology. *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences*, 7(2), 39–55. <https://doi.org/10.1027/1614-2241/a000021>
- Escobar, R., Salgado, V., & Dávila, E. (2008). *Atrapa sueños. La sostenibilidad en las radios populares y comunitarias*. ALER y AMARC-ALC. <https://bit.ly/47N7q00>
- Fairbairn, J. (Ed.). (2009). *Community Media Sustainability Guide*. USAID, Internews & Pact. <https://bit.ly/47ivXdn>
- Fisher, P. (2019). By any means: Paths to sustainability for Argentina's community radio stations. *Journal of Alternative & Community Media*, 4(4), 80–92. [https://doi.org/10.1386/joacm\\_00068\\_1](https://doi.org/10.1386/joacm_00068_1)
- Fraser, C., & Restrepo, S. (2001). *Community Radio Handbook*. UNESCO. <https://bit.ly/3sFyZcK>
- Galindo Flores, A. (2022). *Shift the power: Exploring the business model of a non-profit social enterprise that is Doing Development Differently*. UCL.
- García García, J. (2015). Obstáculos y posibilidades al despliegue de las emisoras comunitarias. En A. Nerekan, M. A. Casado, R. Zallo, & J. C. Miguel de Bustos (Eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 279–296). Universidad del País Vasco. <https://bit.ly/49NQHLK>
- Gordon, J. (2015). The Economic Tensions Faced by Community Radio Broadcasters. En C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media* (pp. 278–288). Routledge.
- Gumucio Dagron, A. (2001). *Making Waves: Stories of Participatory Communication for Social Change*. Rockefeller Foundation.
- Gumucio Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6–19.
- Gumucio Dagron, A., & Hezekiel, D. (2005). *Sustainability of CMCs. Guidebook on setting up a community media center*. Unesco. <https://bit.ly/3RdRIFx>
- Haye, R. M. (2016). Medios sustentables más allá de lo económico. En R. M. Haye & O. E. Bosetti (Eds.), *Encrucijadas del nuevo milenio: radio, comunicación y nuevas tecnologías* (pp. 156–174). Under Ediciones.
- High, C., Singh, N., Petheram, L., & Nemes, G. (2012). Defining participatory video from practice. En C. Mitchell, N. de Lange, & E.-J. Milne (Eds.), *Handbook of Participatory Video* (pp. 35–49). Altamira Press.
- InsightShare. (2021). *Annual Report*. <https://bit.ly/49N4Etk>
- Johansson, R. (2007). On case study methodology. *Open House International*, 32(3), 48–54. <https://doi.org/10.1108/OHI-03-2007-B0006>
- Kaplún, G. (coord.) (2019a). *¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay*. Altermedia y Friedrich Ebert Stiftung. <https://bit.ly/40TOx9k>
- Kaplún, G. (2019b). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (141), 67–86. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4077>
- King, G., & Rahemtullah, O. S. (2019). Community radio contradictions in Canada: Learning from volunteers impacted by commercializing policies and practices. *Journal of Alternative & Community Media*, 4(4), 20–36. [https://doi.org/10.1386/joacm\\_00064\\_1](https://doi.org/10.1386/joacm_00064_1)
- Lunch, N., & Lunch, C. (2006). *Insights into participatory video: a handbook for the field*. Insightshare.
- Milne, E. J. (2016). Critiquing participatory video: Experiences from around the world. *Area*, 48(4), 401–404. <https://doi.org/10.1111/area.12271>

- Mitchell, C., De Lange, N., & Moletsane, R. (2016). Me and my cellphone: Constructing change from the inside through cellphilms and participatory video in a rural community. *Area*, 48(4), 435–441. <https://doi.org/10.1111/area.12142>
- Montero, D., & Moreno, J. M. (2014). *El cambio social a través de las imágenes*. Los Libros de la Catarata.
- Montero Sánchez, D., & Moreno Domínguez, J. M. (2020). Explorando el campo de conocimiento del video participativo. Un recorrido por las principales aportaciones teórico-prácticas. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 3(11), 92–108. <https://doi.org/10.15304/ricd.3.11.6345>
- Montero Sánchez, D. (2021). Rethinking participatory video in the times of YouTube. *Media Culture & Society*, 43(1), 101–116. <https://doi.org/10.1177/0163443720948017>
- Morales, T., Muñiz, S., Montero, D., & Moreno-Domínguez, J. M. (2021). Autonomía y sostenibilidad en prácticas de vídeo participativo con comunidades indígenas. El caso de La Marabunta Filmadora. *Andamios. Revista de investigación social*, 18(47), 397–422. <https://doi.org/10.29092/uacm.v18i47.882>
- Morgan, H. (2022). Conducting a qualitative document analysis. *The Qualitative Report*, 27(1), 64–77. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044>
- Mowbray, M. (2015). Alternative Logics? Parsing the literature on alternative media. En C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media* (pp. 21–31), Routledge.
- Mtimde, L., Bonin, M.-H., Maphiri, N., & Nyamaku, K. (1998). *What is community radio? A resource guide*. AMARC Africa and Panos Southern Africa. <https://bit.ly/48pYZb3>
- Mutibwa, D. (2015). Between aspiration and reality. En C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media* (pp. 278–288). Routledge.
- Nightingale, A. (2009). A guide to systematic literature reviews. *Surgery (Oxford)*, 27(9), 381–384. <https://doi.org/10.1016/j.mpsur.2009.07.005>
- Pavarala, V., Malik, K. K., Belavadi, V., Deshbandhu, A., & Raghunath, P. (2014). *Community Radio Continuous Improvement Toolkit (Version 2.0)*. UNESCO Chair on Community Media, University of Hyderabad. <https://bit.ly/3QVDxDA>
- PV-NET. (2008). The Walton Hall Statement on Participatory Video in Research. Paper presented at the PV-NET Closing Conference, Walton Hall.
- Randolph, J. (2009). A guide to writing the dissertation literature review. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 14, e13.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizen's Media*. Hampton Press.
- Servaes, J. (1999). *Communication for Development: One World, Multiple Cultures*. Hampton Press.
- Shaw, J., & Robertson, C. (1997). *Participatory Video. A Practical Approach to Using Video Creatively in Group Development Work*. Routledge.
- Shaw, J. (2012). Beyond Empowerment Inspiration: Interrogating the Gap between the Ideals and Practice Reality of Participatory Video. En E. J. Milne, C. Mitchell, & N. de Lange (Eds.), *Handbook of participatory video* (pp. 225–242). Altamira Press.
- Stuart, S., & Bery, A. (1996). The Power of Video in the Hands of Grassroots Women Video SEWA: A Case Study. En J. Servaes, T. Jacobson, & S. White (Eds.), *Participatory Communication for Social Change*. Sage.
- Van Vuuren, K. (2009). The value and purpose of community broadcasting: The Australian experience. En J. Gordon (Ed.), *Notions of Community: A Collection of Community Media Debates and Dilemmas* (pp. 173–195). Peter Lang.
- Walsh, S. (2016). Critiquing the politics of participatory video and the dangerous romance of liberalism. *Area*, 48(4), 405–411. <https://doi.org/10.1111/area.12104>