



LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL MEDIANTE MÉTODOS VISUALES

Una Revisión Metodológica e Instrumental a Nivel Internacional

ALBA MARÍN-CARRILLO¹

albamarin@unex.es

MARÍA VICTORIA CARRILLO-DURÁN¹

vicduran@unex.es

¹Universidad de Extremadura, España

PALABRAS CLAVE

Métodos Visuales
Comunicación
Metodología
Imagen
Investigación
Visualidad
Revisión

RESUMEN

Este artículo presenta una revisión metodológico-instrumental sistematizada de la investigación en comunicación social con métodos visuales. El objetivo principal ha sido conformar un estado de la investigación en torno a este aparato metodológico específico. Se aborda el escenario internacional del uso de métodos visuales en los artículos publicados en WoS y Scopus, principales bases de datos científicas. Se analiza la creación visual mediada como prisma metodológico para el estudio de la comunicación social, proporcionando una guía para futuras investigaciones en el campo. Para ello se describen de forma exhaustiva las técnicas visuales empleadas, su aplicación práctica y los objetos de estudio que abordan un total de 30 textos. Los resultados indican que su aplicación está en crecimiento dentro de los estudios en comunicación, algo que se refleja en revistas de alto impacto.

Recibido: 07/05/2025

Aceptado: 02/09/2025

1. Introducción

Los registros audiovisuales llevan años siendo utilizados para el estudio de la cultura y de la sociedad. Sin ir más lejos, la riqueza de las técnicas audiovisuales para documentar o interpretar la realidad siguiendo un enfoque antropológico visual han sido más que demostradas (Pink, 2012). La separación entre imagen-objeto e imagen-herramienta comienza a establecerse desde la sociología visual con Harper (2002). Posteriormente se añadirá la visualización de resultados como tercera vía, llegando a la tríada: sociología de la imagen, sociología visual y sociología en imagen (Maresca y Meyer, 2013).

Los métodos visuales beben directamente de la antropología y de la sociología visual para convertirse en un campo multidisciplinar caracterizado por la utilización de dispositivos de creación visual como parte fundamental de las diferentes etapas de la investigación. En consecuencia, los problemas de la sociología y la antropología visual (relacionados con la impureza de la imagen) son arrastrados por los métodos visuales hasta otras disciplinas, que no solo heredan las técnicas y los enfoques. La extracción, extrapolación, transformación y adaptación de estas herramientas a investigaciones y objetos de análisis en el ámbito de las ciencias sociales y humanas ha generado este emergente marco metodológico.

El consenso existente hasta el momento en cuanto a la denominación métodos visuales apunta al uso instrumental de la imagen y a la incorporación de la creación visual (especialmente mediada) como parte esencial del proceso científico. Las revisiones de la literatura y los manuales existentes ejemplifican el interés internacional por aclarar la utilización de estos métodos, así como la necesidad de recopilar experiencias, sistematizar técnicas y unificar terminología (Catoir-Brisson y Jankleviciute, 2014; Gómez-Cruz et al., 2017; Ibanez-Bueno y Marín, 2021^a; Pain, 2012; Pawels, 2010, 2016; Prosser y Loxley, 2008; Rose, 2001; Yvart et al., 2023). La diseminación de estas revisiones, la amplia gama de técnicas utilizadas y la falta de estandarización terminológica explican en gran medida esta situación, algo comprensible al tratarse de un campo metodológico emergente en el ámbito de la comunicación.

La falta de estudios que analicen el uso de métodos específicos en la investigación en comunicación ha sido señalada por varios autores (Gómez-Escalona, 2021; Martínez-Nicolás, 2020). La metainvestigación en este campo se ha centrado principalmente en la producción investigadora (Fernández-Quijada y Masip, 2013; Gómez-Escalona y Caffarel-Serra, 2022), mientras que son escasos los estudios que analizan aspectos como los marcos teóricos o los métodos de investigación (Gómez-Diago, 2019). Las dificultades derivan de divergencias metodológicas y terminológicas, un problema también identificado por los autores.

Por tanto, para comprender plenamente los estímulos visuales que nos rodean, es fundamental desarrollar metodologías que vayan más allá de la simple observación, como sugiere Pink (2012). La investigación social puede aprovechar los medios de creación visual como herramientas para comprender la realidad a través de sus propias representaciones. No obstante, entender la creación visual tecnológicamente mediada como una herramienta epistemológica implica atreverse a comprender un fenómeno social a partir de la complejidad inherente a la imagen.

Mitchell (2016 [1986]) destaca el carácter indisciplinario de la imagen y de sus prácticas como forma de ruptura de los límites disciplinares tradicionales. En la misma línea, los estudios visuales aparecen como una disciplina inédita en la encrucijada de las fracturas abiertas por todas las prácticas de la imagen, en la confluencia de la indisciplina misma de su objeto. Si nos centramos en el estudio de la comunicación social y mediática, parece especialmente pertinente poner el conocimiento sobre la mediación visual al servicio de la investigación. Y en este sentido, el análisis de la producción académica resulta necesario para la monitorización de los avances científicos y de la evolución de los objetivos y métodos de investigación (Ioannidis, 2018; Piñeiro-Naval, 2019). Dado que se trata de un enfoque que comprende un conjunto de herramientas y no de un método con un protocolo detallado de aplicación técnica y ejecución, definir el contorno de los métodos visuales no es una tarea fácil. Con la intención de aportar claridad al respecto, se lleva a cabo esta investigación desde una pregunta inicial de investigación: ¿Cómo se aplican los métodos visuales para investigar la comunicación social y qué técnicas y herramientas se utilizan?

Preguntas específicas:

1. ¿Cuáles son los métodos, técnicas y/o herramientas predominantes?
2. ¿En qué tipo de investigaciones se utilizan y cómo se aplican?

3. ¿En qué marco epistemológico se insertan, en caso de que se incluya?
4. ¿Existe uniformidad en la utilización terminológica?
5. ¿Cuáles son los objetos de estudio abordados?
6. ¿Las investigaciones obtienen o muestran resultados visuales?

Con estas preguntas se plantean los siguientes objetivos generales:

1. Explicar la aplicación de métodos visuales en el estudio de la comunicación social a nivel internacional a partir de la investigación publicada en las principales bases de datos científicas.
2. Identificar las principales técnicas y herramientas visuales utilizadas en la investigación en comunicación social.

2. Metodología

Este trabajo une la revisión sistematizada de la literatura con el enfoque de revisión instrumental propuesto por Pain (2012) para examinar la implementación de métodos y técnicas. Para ello se ha efectuado una meta-investigación a partir de la búsqueda y el análisis documental de la producción científica en el ámbito de la comunicación social a nivel internacional.

2.1. Búsquedas sistematizadas

La revisión sistematizada de la literatura científica en el ámbito de los estudios y métodos visuales en comunicación se hizo siguiendo las pautas de la declaración PRISMA 2020 (Prisma, s/f; Page et al., 2021). Tras las exploraciones preliminares para identificar la horquilla temporal y los términos de búsqueda más pertinentes, se ejecutó una búsqueda sistemática focalizada en las bases de datos WoS y Scopus, principales fuentes de artículos de alto impacto publicados a nivel global y que cuentan con motores de búsqueda lo suficientemente sofisticados como para aplicar filtros acordes a nuestros objetivos. La elección de trabajar con estas bases de datos multidisciplinares se fundamenta en la naturaleza interdisciplinar de la investigación en comunicación, así como en su alcance internacional y los estándares de calidad impuestos por índices como el Journal Citation Report (WoS) y el Scimago Journal Rank (Scopus).

Por lo tanto, el trabajo se centra en investigaciones que emplean métodos visuales dentro del campo de la comunicación a nivel internacional y recopila estudios publicados entre 2011 y 2023 (ambos incluidos) en las lenguas español e inglés. La elección del año de inicio responde a la ausencia de artículos encontrados con anterioridad en las bases de datos utilizadas durante las búsquedas exploratorias preliminares. El proceso de búsqueda y selección de estudios se desarrolló en varias fases. En primer lugar, se utilizaron los filtros disponibles en las bases de datos, complementados con una revisión manual. Esto nos permitió obtener un total de 104 resultados preliminares: 22 en el Social Sciences Citation Index de WoS y 82 en Scopus. Posteriormente, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión, que se centraron en la utilización efectiva de métodos visuales en investigaciones empíricas. Se excluyeron aquellos artículos cuyo uso de imágenes se limitase únicamente al objeto de estudio, los que no especificaran claramente la metodología, las revisiones sistemáticas y los artículos de corte teórico. También se eliminaron los artículos duplicados o que no cumplían con los requisitos establecidos. Como resultado final, se seleccionaron 30 estudios que aplican métodos visuales en el ámbito de la comunicación.

El detalle de las búsquedas y los términos empleados ha sido el siguiente:

1. Realizamos la búsqueda en WoS utilizando los siguientes criterios: (AB=(visual-methods) AND WC=(Communication)) + AB=(métodos-visuales) AND WC=(Comunicacion)¹. La búsqueda arrojó un total de 22 resultados, de los cuales eliminamos 4 por no emplear realmente métodos visuales (tras la lectura) o por duplicidad. Resultó un total final de 13 textos.
2. Empleamos la siguiente estrategia de búsqueda en Scopus: TITLE-ABS-KEY (communication) AND TITLE-ABS-KEY (visual-methods) + TITLE-ABS-KEY (comunicación) AND TITLE-ABS-KEY (métodos-visuales). Esto generó 82 resultados, de los cuales tras una selección manual basada en la inclusión de las revistas en la categoría de comunicación o en la pertinencia del tema tratado.

¹ Se realizaron dos búsquedas, en español y en inglés con la misma sintaxis booleana en ambos idiomas. Las diferencias entre las fórmulas finales de ambas bases de datos responden a las diferencias entre los filtros permitidos para limitar las búsquedas en cada una de ellas.

Finalmente, seleccionamos 24 artículos, quedándonos con 17 tras verificar que efectivamente utilizaban métodos visuales con la lectura del resumen y del texto de forma transversal.

2.2. Análisis instrumental del método visual y su aplicación

El análisis metodológico-instrumental se centra en identificar qué métodos visuales son utilizados, cómo se aplican y qué técnicas y herramientas involucran. Además, se reconoce la función metodológica de las imágenes dentro del proceso de investigación y se evalúa si los estudios presentan o no resultados visuales como parte de sus hallazgos, permitiendo una comprensión más profunda del papel del material visual en la recolección y análisis de datos.

Cuando se incluyan tablas y figuras en el cuerpo del artículo, posiciónelas después del párrafo en el que son descritas. Cuando cite la fuente de información, debe incluirla en la parte de abajo de la figura en una "línea de fuente". Las tablas y figuras deben estar numeradas y llevar un título breve y descriptivo.

Tabla 1. Modelo de análisis metodológico-instrumental

Categorías	Variables
Datos de referencia	Referencia completa del artículo
	Universidad/es de afiliación
	País
	Disciplina
Marcos epistemológico y teórico	Objeto de estudio
	(Descriptivo) Relación entre el enfoque epistemológico y la aproximación visual al objeto de estudio
	Enfoque metodológico
Metodología	Cuantitativo, cualitativo o mixto
	Documental
	Conversacional
	Observacional
	Experimental
	Creativo (+ combinaciones)
Exposición de resultados visuales	Técnicas de recolección/creación de datos
	Entrevista, cuestionario, observación participante o sistematizada, grupo focal, documental-videografía, etc
	Herramientas visuales y dispositivos mediáticos utilizados
	Fotografía, vídeo, ilustración, diseño gráfico, otra
	Incorporación de la creación visual
	Creación sí o no
	Técnica de análisis
	Uso y naturaleza de la imagen
	Si o no + descriptivo
	Función de resultados visuales
	Divulgación, ilustración, escritura científica alternativa
	Forma de resultados visuales (narrativa)
	Descriptivo

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Para la elaboración del modelo se considera la categorización metodológica de Mapcom (Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018), uno de los estudios clave sobre la investigación en comunicación en España. Los autores subsanan el problema sobre la pluralidad metodológica estableciendo una taxonomía por niveles. En primer lugar, diferencian los métodos de obtención de datos según la fuente principal en: conversacionales, observacionales, documentales y experimentales (Caffarel et al., 2018; Gómez-Escaloniella, 2021).

En este caso, se tomó la decisión de incluir como quinta opción a los métodos creativos, categoría proveniente de arte y humanidades (Mannay, 2017); además de incluir la posibilidad de métodos compuestos (conversacional-creativo, observacional-creativo, documental-creativo y experimental-creativo). Los diferentes métodos se han estipulado en función de la fuente principal de obtención de datos. Así, los métodos documentales son aquellos que se basan en la recopilación y el análisis de documentos ya existentes que pueden ser de diferente naturaleza. Los conversacionales adquieren los

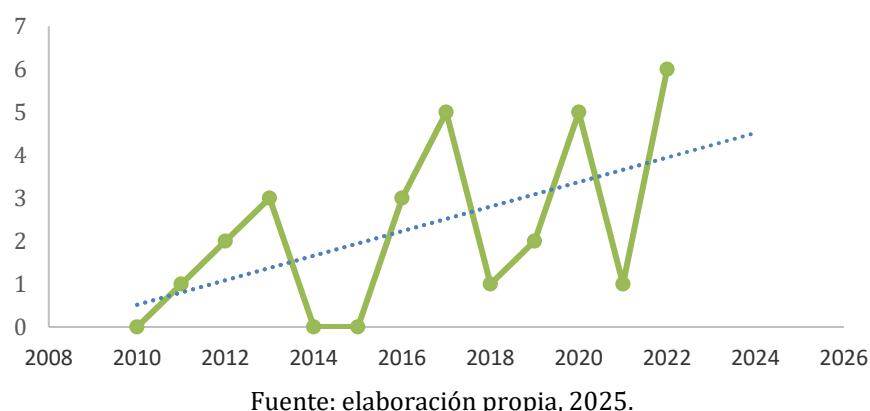
datos directamente del diálogo mantenido con los sujetos investigados y los observacionales de las acciones de los sujetos a partir de la mirada del investigador. Los experimentales son aquellos en los que se manipulan las variables y se contrastan los resultados y los creativos aquellos que parten de la creación de los datos, ya sea por parte de los sujetos, de los investigadores, o de su trabajo colaborativo. Todos ellos pueden aplicarse de forma cualitativa, cuantitativa o mixta según el objeto de estudio, la intención de la investigación y las técnicas elegidas.

3. Resultados y discusión

La muestra final es un conjunto de 30 estudios empíricos interdisciplinares que relacionan la comunicación con las ciencias políticas, la antropología y los estudios urbanos. Todos los artículos exponen la utilización de métodos cualitativos, excepto uno que emplea un enfoque mixto. La principal revista donde se publican estos trabajos es Visual Communication (33%), seguida por Media, Culture & Society, Internation Journal of Communication o Media and Communication, reconocidas internacionalmente en el ámbito de la comunicación. Otras se centran en problemáticas sociales y urbanas, como Urban Planning o Social & Cultural Geography, con la publicación de estudios que utilizan herramientas como la fotografía y la videografía para analizar la transformación de las ciudades y su complejidad visual.

En cuanto a la evolución temporal, se aprecia que a partir de 2015 ha habido un aumento progresivo en la utilización de métodos visuales, especialmente en estudios urbanos y la comunicación.

Figura 1. Número de publicaciones por año y línea de tendencia

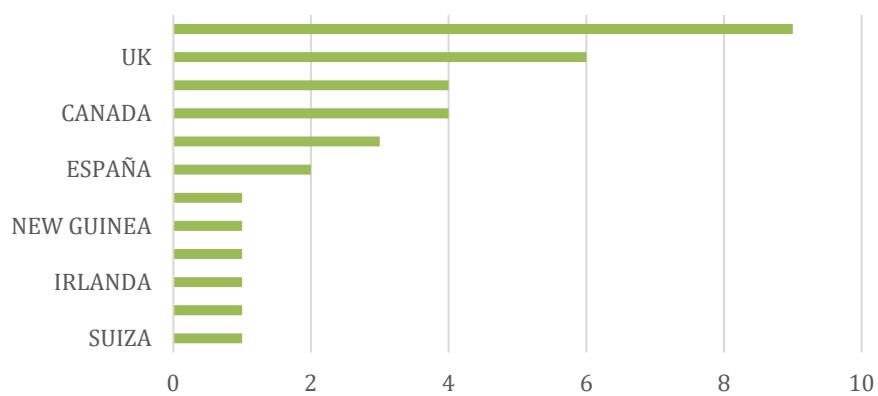


Fuente: elaboración propia, 2025.

3.1. Diversidad de universidades y países representados

Las investigaciones analizadas provienen de diversas universidades e instituciones académicas alrededor del mundo, lo que refleja la pluralidad de enfoques metodológicos y culturales en el uso de técnicas visuales en investigación en comunicación.

Figura 2. Ranking según número de publicaciones por países



Fuente: elaboración propia, 2025

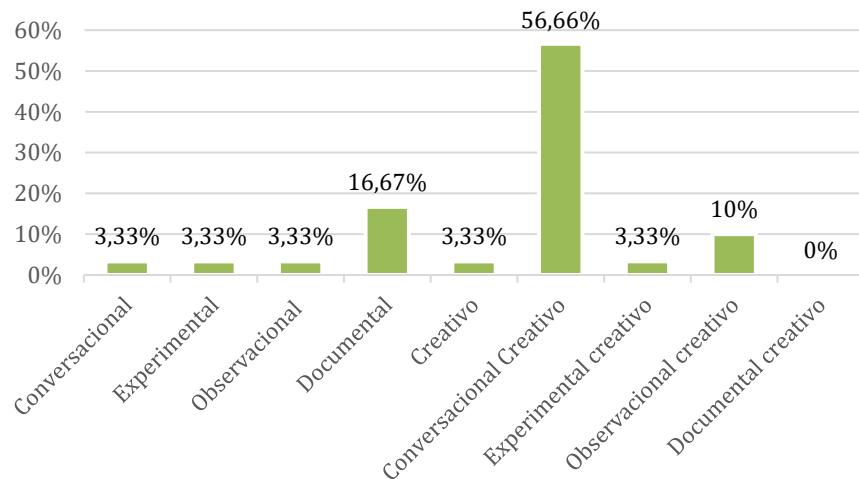
Se encuentran estudios provenientes de una amplia variedad de universidades: University of Brighton, University of South Australia, Monash University, University of San Diego, Lancaster University, University of Copenhagen, Columbia University o la Universitat Oberta de Catalunya, entre otras. Las universidades de Estados Unidos lideran el ranking según el número de publicaciones por países, seguidas por Reino Unido, Australia y Canadá, países con grupos de investigación que cuentan con trayectoria reconocida en este ámbito. Destaca la ausencia de países europeos como Francia y de países de América Latina, ambos casos con nula repercusión en estas bases de datos pese a tener un conocido recorrido en la utilización de metodologías visuales como demuestra, por ejemplo, el Congreso Internacional sobre Métodos Visuales y Multimodales que en 2025 ha celebrado su quinta edición (Ibanez-Bueno et al., 2017; Cyrilnik, 2021; Thiburce et al., 2021; Catoir-Nrisson y Jankeciciute, 2014; Flores y Torresan, 2018; Yvart et al., 2023; Emery y Marín, 2024; Le Coarer, 2024).

3.2. Aplicación de metodologías visuales

3.2.1. Métodos, técnicas y herramientas utilizadas

Un 70% de los trabajos combina los métodos tradicionales (observacional, documental, conversacional y experimental) con enfoques creativos a nivel visual, destacando la combinación entre métodos conversacionales y técnicas visuales (56,66%), por lo que se observa un predominio del método conversacional-creativo.

Figura 3. Proporción de métodos, puros o mixtos, empleados en el conjunto de la muestra de artículos



Fuente: elaboración propia, 2025

Destaca la combinación entre enfoque metodológicos, debido a la unión de técnicas tradicionales con herramientas de creación visual. Por ejemplo, la combinación observacional-creativo con la filmación de la observación participante o la utilización de la fotografía como herramienta de registro visual durante la observación (que podría complementar o sustituir a la toma de notas) (Komarova y Mcknight, 2013; Heng, 2022). En aquellos trabajos que se decantan por la utilización del método mixto conversacional creativo (57%), las técnicas creativas que se utilizan son las siguientes:

- Entrevistas con creación visual: puede hacerse un registro audiovisual de la misma a modo de "entrevista multimodal" (Castelló et al., 2021), con el objetivo de realizar posteriormente un análisis que incluya, por ejemplo, la comunicación no verbal y otros elementos que suelen quedarse fuera en el caso de las entrevistas textuales o transcritas. Otra opción es la aplicación de la elicitation con imágenes creadas con apoyo de herramientas como la fotografía, el visual storytelling, el dibujo, o el diseño gráfico. El estudio de Warfield (2017), por ejemplo, utiliza la toma y posterior publicación de *selfies* en redes sociales para explorar el potencial expresivo de los participantes.
- Creación de archivos visuales: esta técnica, que puede emplearse de forma participativa o individual, consiste en la creación conjunta de imágenes que posteriormente conforman el corpus de análisis y que pueden constituir en su conjunto el objeto de estudio.

- c) Métodos visuales móviles: algunas técnicas como la de *walking with video* desarrollada por Sarah Pink (2007) combinan la observación participativa con la creación visual (fotografía o vídeo) para documentar las percepciones visuales del espacio urbano. También podrían incluirse en esta categoría de técnicas aquellas que monitorizan los desplazamientos y la creación de rutas e itinerarios con visualización de datos.
- d) Videografía: es una técnica empleada en trabajos de corte etnográfico y que puede realizarse tanto de forma individual como participativa o colaborativa, en cuyo caso los participantes contribuyen activamente en la creación de contenido audiovisual. Se incluye también el documental de investigación o la utilización de la observación filmada, una versión videográfica de la observación participante con utilización del vídeo como herramienta que registra la mirada del investigador y que se convierte en herramienta relacional (Marín, 2022). Se incluye en este conjunto con enfoque mixto creativo-conversacional dado que es común encontrarla combinada con entrevistas (Verena et al., 2016).

Del 43% restante, un 30% trabaja con enfoques únicos. El enfoque documental (16,67%) implica el trabajo con documentos visuales preexistentes y la creación de corpus de imágenes con técnicas de recolección como las “imágenes encontradas” (Manway, 2017) o la “accumulation of visual material” (Philipps, 2011). En estos casos, al igual que en prácticas como el cine de archivo o el collage, el investigador no se limita a colecciónar imágenes, sino que realiza un trabajo de curaduría, de selección y de recontextualización del material visual que, a su vez, genera nuevos significados (Contreras y Marín, 2023). Siguiendo con métodos que no implican la creación de imagen pero que sí incluyen técnicas visuales, encontramos la foto-licitación o video-licitación. La foto-licitación es la utilización de fotografías (o vídeo en su caso) como herramienta para fomentar la expresión o mejorar la comprensión de conceptos complejos. Esta técnica puede hacerse también con imágenes preexistentes (no creativa) y generalmente se combina con otras como la entrevista o el *focus groups* (manteniéndose el enfoque únicamente conversacional). En menor grado (1%) han aparecido estudios con enfoque 0creativo, como el de Wall (2016), que implica a 722 participantes para la creación de un corpus fotográfico, o únicamente experimental (Müller et al., 2012), con aplicación de *eye tracking*.

En lo que se refiere a las herramientas de creación visual mediada, los estudios abordan este aspecto de forma muy superficial, tanto en el detalle de las características técnicas como en la descripción de su uso. Aproximaciones externas a la selección, como las de Gómez-Cruz, Sumartojo y Pink (2017) se enfocan en los procesos y las herramientas digitales que emergen en los últimos años desde las prácticas etnográficas digitales incidiendo en la importancia de los dispositivos de mediación. Ibañez-Bueno y Marín (2021a) recopilan prácticas de nuevas formas de escritura científica y de aplicación de métodos visuales interactivos que demuestran la creatividad tanto en la implementación de herramientas como en los procesos: cámaras 360°, cámaras GoPro, documentales interactivos, narrativas transmedia o realidad virtual. La incorporación de estas herramientas en los métodos visuales amplía las posibilidades de investigación, facilitando, por ejemplo, el análisis de cuestiones relacionadas con el movimiento corporal en interacciones sociales o en entornos urbanos. Sin embargo, únicamente dos artículos del total de la muestra trabajada especifican las cámaras utilizadas, precisamente GoPro (Marchalse y Sclater, 2019; Wilhoit, 2017). El resto de los estudios que utilizan dispositivos de creación visual únicamente describen sus herramientas como cámaras fotográficas o videográficas, sin especificar el resto del equipo audiovisual ni la forma en la que se relaciona el investigador con la cámara.

3.2.2. Aplicación metodológica y variedad de objetos de estudio

El conjunto de las investigaciones revela un carácter interdisciplinario que varía en su elección metodológica. Con respecto a los objetos de estudio, se identifican tres grandes áreas temáticas: problemáticas sociales, fenómenos comunicativos y cuestiones ligadas a la visualidad urbana y la utilización de espacios públicos. No se han encontrado tendencias ni similitudes en la elección de técnicas específicas por objeto de estudio.

En el área de los fenómenos comunicativos tales como los movimientos sociales y el activismo, los métodos utilizados van desde la creación de archivos visuales de imágenes existentes para documentar fenómenos como las protestas, hasta la observación creativa de corte antropológico. Komarova y

McKnight (2013) realizan una etnografía visual adoptando un método observacional-creativo que da lugar a producciones audiovisuales de creación propia que documentan la visualidad activista.

En el caso de los estudios urbanos, los autores también se decantan por una variedad de métodos que implican la articulación entre observación, documentación o conversación con la creación visual. En esta línea ligada a la visualidad urbana y a cuestiones de territorialidad, la fotografía es utilizada para capturar las transformaciones físicas y sociales en los entornos, ya sea desde una aproximación documental como hacen Singh y Christmann (2020) sobre la participación ciudadana en los espacio urbanos y digitales o desde posturas más creativas, como la investigación de Fraser y Wilmott (2020) sobre los imaginarios visuales urbanos del furo.

Las temáticas relacionadas con problemas sociales como la vigilancia tecnológica y la infancia o los adultos con espectro autista tienen a ser participativas o a trabajar con los sujetos del estudio utilizando técnicas como la elicitation o la creación de narrativas, al igual que aquellos que abordan fenómenos comunicativos como los videojuegos, el periodismo de viajes generado por usuarios o la autoexpresión en redes sociales.

3.3. La cuestión de la autoría en la creación visual y los métodos participativos en comunicación

En función de quién controle la creación de las imágenes y ostente, por tanto, el poder de la representación, se identifican tres posibilidades: a) imágenes creadas por los investigadores, b) imágenes creadas por los participantes y c) imágenes creadas en colaboración.

Tabla 2. Porcentaje de artículos con creación visual según autoría

Categoría según autoría	% de artículos
Imágenes creadas por los investigadores	16,67%
Imágenes creadas por los participantes	50%
Imágenes creadas en colaboración	3,33%
Sin creación de imagen o sin especificar	30%

Fuente: elaboración propia, 2025

La figura del investigador-creador o investigador-documentalista, proveniente de la antropología visual y el documental etnográfico, ocupa el 16,67% de los artículos. En estos casos, el investigador se sitúa en el terreno de estudio y se relaciona directamente tanto con el objeto como con los sujetos representados. La captación de la mirada del investigador a través de la cámara implica aceptar la subjetividad intrínseca a la práctica como parte del proceso metodológico, algo que sigue siendo objeto de reflexión (Fraser-Emery y Marín, 2024). Por otro lado, los trabajos con personas como sujetos de investigación tienden a seguir el enfoque de la etnografía participativa de Rouch. Komarova y Mcknigh (2013) explican cómo el uso de lo visual constituyó una experiencia compartida entre los participantes en los eventos observados (protestas que tuvieron lugar en Belfast) y los investigadores: “este uso interactivo de las tecnologías de imagen digital representa un medio de comunicación entre investigadores y participantes, no solo en tanto que es un lenguaje visual, sino en que, fenomenológicamente, constituye el compromiso y la interacción durante el encuentro (...)” (Komarova y Mcknig, 2013).

Por otra parte, resulta que el 50% de los estudios que componen la muestra aplican el método visual de forma participativa, ya sea con la intención de acceder al sentido profundo de las experiencias de los participantes o para potenciar su capacidad expresiva. Waltorp (2013) presenta un estudio sobre las negociaciones entre lo público y lo privado en los usos mediáticos de las jóvenes musulmanas en Copenhague, incidiendo en el control social de género y en el fenómeno de los laboratorios morales tecnológicos que tienen lugar en una ciudad multicultural. El trabajo de campo etnográfico tradicional se combina con métodos participativos y visuales en el que se inserta la interacción mediática. Los datos empíricos que utilizan se generaron a través de la observación participante etnográfica, entrevistas y creaciones audiovisuales. El trabajo de campo incluyó actividades en Facebook, (pudiendo incluirse en los *Social Media Visual Methods*, según Warfield 2017) diarios fotográficos y en vídeo, talleres y una actividad en la que las jóvenes exhibieron parte de su trabajo. Según la autora, “la interacción con los medios y las tecnologías, por lo tanto, forma parte de mi objeto de estudio, constituyendo al mismo tiempo una parte integral de mi metodología” (Waltorp, 2013, pp. 558).

3.4. Aportaciones de los métodos visuales a los estudios en comunicación

La mitad de los artículos analizados resaltan los beneficios de integrar imágenes en sus estudios. Los autores señalan cómo los métodos visuales mejoran la interacción con los participantes y enriquecen el proceso epistemológico, como también señala Pain (2012) en su revisión sobre las causas que llevan a los investigadores a la elección de estos métodos.

3.4.1. Aproximación compleja y multimodal

Warfield (2017) enfatiza la importancia de la codificación de las entrevistas cualitativas grabadas de forma audiovisual. Al procesar la información de las entrevistas, ya sea de forma manual o a través de software específico, se efectúa una separación entre la palabra y el cuerpo del participante. La autora propone los conceptos de *intra-views* y *posthuman visual methods* para contribuir a los debates sobre la tendencia a objetivar los datos mediante las transcripciones, intentando captar la complejidad también discursiva, afectiva, emocional y contextual de la entrevista. Esta aproximación a los datos de las entrevistas desde su complejidad resuena con el análisis multimodal desarrollado por Norris (2020), que propone un protocolo de transcripción que supera la versión textual. La técnica de transcripción visual pretende abordar las formas no verbales y afectivas para comprender de forma más precisa los fenómenos comunicativos e interactivos (Geenen et al., 2021).

3.4.2. Facilitador de la expresión y potenciador de la reflexión

Los trabajos que utilizan la técnica de elicitation, ya sea a partir de la creación visual o desde la utilización de imágenes existentes, remarcan la capacidad de la imagen para ser vehículo de expresión. En un 46,6% de los estudios, la creación visual se emplea como vehículo de elicitation de sentido, facilitando la relación entre investigadores y participantes. La investigación de Kwesell (2020) busca determinar cómo la narración visual de la propia historia puede empoderar a las víctimas de un trauma, permitiéndoles crear la historia que ellos consideran como real y propia, y generando un espacio para dialogar sobre su experiencia compartida. La autonarrativa-visual junto a la foto-elicitation es utilizada para ilustrar los cambios que surgen del propio proceso reflexivo.

3.4.3. Mediación en la relación entre investigador y participantes

El uso de las herramientas visuales (dispositivos de captación) determinan el rol del investigador en el terreno y la relación que se construye con el objeto de estudio. En este sentido, Lallier (2011) se refiere a las prácticas de la etnografía filmada como un trabajo sobre las relaciones; la relación entre el filmado y el que filma, la presencia de la investigación, la utilización del movimiento y del espacio: "La secuencia filmada procede de la relación social entre el que observa-filma y las personas filmadas (p.107).

Por otra parte, el vídeo o la fotografía participativa en investigación conforman un proceso de intervención en el que los participantes tienen acceso a las herramientas. Estos usos, que responden a formas de investigación colaborativas cercanas a las prácticas de la investigación – acción participativa, comprenden el vídeo como una herramienta para reorientar el poder de la mirada del investigador y dar voz a los sujetos / participantes. Algunos estudios de la muestra seleccionada, como los de Liou y Literat (2020), Wall (2016), Walby y Davis (2022) o Marshalsy y Sclater (2019), resaltan la capacidad de los métodos visuales en este sentido. Wall (2016) llevó a cabo un estudio empírico sobre las imágenes de los riesgos encontrados en la vida cotidiana basado en la fotografía participativa, con un total de 722 jóvenes implicados. Por ejemplo, el estudio de Marshalsey y Sclater (2019) propone una metodología creativa mixta que combina la etnografía visual con la investigación acción participativa a partir de técnicas como la *photovoice* o la creación de narrativas visuales y utilizando nuevos dispositivos y medios sociales (cámaras GoPro y Snapchat). Según los autores, los participantes en la investigación se convierten en co-investigadores colaborativos y empoderados durante las actividades de investigación visual, que trabajan en formatos que les son familiares y toman decisiones propias. Las acciones reflexivas estimuladas por preguntas y actividades facilitaron la expresión de los participantes y permitió identificar patrones en sus comportamientos sociales dando sentido a su pensamiento colectivo.

3.4.4. Acceso a los datos desde la visualidad - elaboración de corpus visuales

Una importante aportación de los métodos visuales a la comunicación es la generación de conocimiento a través de la percepción visual, la experiencia visual en la comprensión de la realidad y las interpretaciones de la información visual encontrada, recopilada o creada. Pawels (2016) destaca los beneficios potenciales de utilizar fuentes visuales dada la variedad y la cantidad de recursos existentes, desde fotografías históricas hasta fotografías familiares, ilustraciones o imágenes creadas por visión artificial como Google Street. En esta línea se encuentran métodos documentales con los creativos. La formación de corpus visuales propios permite acceder a patrones visuales extraídos del conjunto de datos que posteriormente son analizados y categorizados.

4. Límites de los estudios analizados y retos futuros para la investigación con metodologías visuales

4.1. El problema terminológico en los métodos visuales

El 73% de los artículos analizados incorpora la creación de imágenes como parte del método. Los estudios restantes utilizan imágenes preexistentes o aplican técnicas de foto-licitación, sin generar nuevas imágenes (Day-Good, 2013; Philipps, 2011; Rowsell et al., 2012; Tschirhart, 2015). Uno de los desafíos más recurrentes en el campo de los métodos visuales es la falta de consenso en la terminología utilizada por los autores. En el marco de este artículo, entendemos los "métodos visuales" como aquellas técnicas que implican la creación de imágenes como parte del proceso de recolección de datos y generación de conocimiento. Es decir, se trata de métodos donde la imagen (ya sea producida por los investigadores, los participantes o en colaboración) actúa como una herramienta epistemológica para acceder a la realidad social investigada. Este enfoque coloca la creación visual como un elemento central en la construcción del conocimiento, no solo como un complemento o ilustración de los datos. El uso de imágenes preexistentes puede considerarse parte de estos métodos si involucra un proceso creativo. De lo contrario, las imágenes sirven para evocar respuestas o reflexiones, sin ser productos del proceso científico. La confusión aumenta cuando no se distingue entre crear imágenes como parte del método y usar imágenes, lo que genera ambigüedad y dificulta la comparación entre estudios que emplean imágenes con fines distintos, pero bajo la misma etiqueta.

Banks (2001) definió de manera amplia al método visual como aquel que involucra el uso de materiales visuales por parte de un investigador social durante el proceso, diferenciando entre tres formas de generación de imágenes: observación, creación con fines de investigación y documentación. Prosser y Loxley (2008) tipifican los datos visuales distinguiendo entre datos encontrados, datos creados por el investigador y representaciones de resultados. El marco integrado de Pawels (2010) para la investigación social visual parte de la comprensión de los datos visuales, su conceptualización, recolección y análisis. Las relaciones corporales y subjetivas (MacDougall, 1995; Ruby, 2000) que intervienen en la experiencia visual y construyen la representación, ejemplifican las múltiples ambiciones de estos métodos, que requieren una reflexión sobre los datos generados no siempre suficientemente considerada (Buckingham, 2009; Switzer, 2018).

Otra complejidad que arrastra la etiqueta es la superación de lo puramente visual. Como explica Sarah Pink, el futuro de este campo pasa por la experiencia sensorial incorporada a lo audiovisual (Bueno y Marín, 2021b); más allá de la exposición de resultados visuales (Bouldoires et al., 2018). En función del estado en el que se encuentre la investigación, Yvert et al. (2023) indican tres fases de trabajo: experimentación (creación de imágenes, constitución de corpus visuales), comunicación científica (visualización de datos) y divulgación (difusión de imágenes precedentes o creadas ad hoc). La pretensión integradora de los métodos visuales cuestiona la ética, la visualidad, la mirada, el rol y la corporeidad del investigador, así como las formas de crear y compartir el conocimiento.

4.2. La ausencia de resultados visuales y escrituras científicas alternativas al texto

A pesar de que en un alto porcentaje de los estudios se menciona la creación visual, resulta llamativo que ninguno muestra resultados visuales elaborados. Aunque en algunos estudios se presentan ejemplos de imágenes creadas, es importante diferenciar entre incluir imágenes ilustrativas y desarrollar resultados visuales como parte de la comunicación científica (Ibanez-Bueno y Marín, 2021a). Es decir, el diseño y la elaboración de productos para comunicar los hallazgos de manera visual, como webdocumentales de investigación, exposiciones o instalaciones científicas.

Esta carencia podría explicarse por diversas razones: las restricciones legales y los derechos sobre las imágenes que puede presentar problemas para su difusión, la falta de espacio o las limitaciones de formato en las revistas científicas o la dificultad técnica. Por tanto, se aprecia una contradicción en la forma en que se utilizan y presentan los métodos visuales, pues emplean para generar conocimiento, pero sus productos pocas veces se difunden. Esta problemática ha sido recientemente señalada por Lamboux-Durand et al. (2024)², que destacan la falta de revistas y plataformas de difusión que permitan la publicación de contenido en formatos audiovisuales, las carencias en cuanto a la formación de los investigadores al respecto y las limitaciones del propio sistema científico.

4.3. Mejoras para la descripción de las técnicas de análisis

En el conjunto de artículos se evidencia una falta significativa de sistematización y claridad en el uso de las técnicas empleadas para el análisis de los datos visuales. Esta problemática ha sido señalada previamente desde enfoques críticos con el uso indiscriminado de métodos visuales creativos en la investigación sobre medios (Buckingham, 2009). Una parte destacable de los trabajos presentan descripciones vagas o superficiales y se observa una tendencia predominante a no especificar los modelos o procedimientos empleados. Algunos autores mencionan que emplean el análisis cualitativo y análisis crítico visual (Rowse, et al., 2012; Tschorhart, 2015), el análisis semiótico visual (Philips, 2011) o la lectura difractiva de imágenes (Warfield, 2017), pero sin una sistematización adecuada. Esta falta de detalle limita la replicabilidad de los estudios y su potencial para contribuir a un enfoque metodológico consistente. Existen excepciones, como los trabajos de Castelló et al. (2021) y Kwesell (2020), cuyos procesos son detallados y robustos, con descripciones claras de las fases del análisis y los modelos empleados.

4.4. Límites de la investigación sobre los métodos visuales

Hay una serie de limitaciones a tener en cuenta para comprender tanto los resultados obtenidos como los problemas encontrados y que impiden abordar la totalidad de la investigación publicada. En su análisis de los tópicos y enfoques en la investigación realizada en Ciencias de la Información durante las últimas dos décadas (2000-2019), Tramullas (2020) integra y contrasta los resultados de investigaciones previas realizadas hasta ese momento. Sus hallazgos resaltan la misma deficiencia principal que hemos encontrado: la falta de un consenso claro en la clasificación de los métodos y las técnicas de investigación.

La búsqueda de la literatura científica relevante es una de las prioridades de la investigación pese a que no siempre se consigue obtener resultados satisfactorios. En proceso de este trabajo se evidencia la necesidad de generar filtros metodológicos que garanticen el acceso y filtrado de la literatura científica. Para el crecimiento y la consolidación de nuevas propuestas metodológicas es crucial poder encontrar referentes e investigaciones que trabajen estos mismos métodos para comprender, comparar e incluso contrastar los procedimientos. Como también se ha señalado desde otras disciplinas, los filtros metodológicos se proponen como herramientas eficaces y necesarias para la búsqueda y recopilación de evidencias clínicas, que permite recuperar la información un grado alto de pertenencia y reducir la obtención de información superflua o redundante al máximo posible (Arencibia, Perezleo-Solórzano y Araújo-Ruiz, 2004). El filtro de las búsquedas por palabras clave, en este caso métodos-visuales, no ofrece resultados pertinentes, ya que los motores no diferencian entre métodos científicos, empleados como parte del aparato metodológico de la investigación, de estudios que aborden métodos visuales como objeto de estudio.

5. Conclusiones

En este trabajo se observa la necesidad de una implementación sistemática de la terminología acordada en la redacción de textos científicos de trabajos que apliquen dicha metodología en comunicación, tanto en título como en el resumen y en las palabras clave. Esto facilitará la identificación de trabajos entre los investigadores y la búsqueda de referencias.

² La iniciativa nacional francesa Canal U es un ejemplo de plataforma de difusión de contenido científico audiovisual. Véase el ejemplo de la difusión de los resultados de un congreso con actas audiovisuales <https://www.canal-u.tv/chaines/visualmodi>

Se evidencia la oportunidad de promover y legitimar los métodos visuales como un enfoque metodológico propio, pero que no es ajeno a los tradicionales. Del mismo modo, las técnicas visuales pueden completar o enriquecer a otras más utilizadas. Por ejemplo, el método observacional puede llevarse a cabo con herramientas visuales de observación y creación de imagen, como la videografía o la fotografía. Si se prefiere el enfoque cuantitativo, una observación sistematizada puede enriquecerse mediante la captura de datos visuales que ayuden al posterior análisis. Esto no solo amplia las opciones, sino que reconoce la riqueza, versatilidad e identidad de las técnicas.

En definitiva, el escenario que se expone brinda oportunidades para impulsar la potencia creativa y la imaginación metodológica que este marco ofrece especialmente al ámbito de la comunicación. Las investigaciones encontradas que han sido publicadas en revistas de alto impacto a nivel internacional legitiman la utilización de estos métodos y muestran una tendencia de crecimiento de este marco metodológico que la investigación española en comunicación puede implementar.

6. Agradecimientos

La actividad ha sido cofinanciada al 85% por la Unión Europea, Fondo Europeo de Desarrollo Regional, y por la Junta de Extremadura. Autoridad de Gestión: Ministerio de Hacienda. Número de expediente de la ayuda: GR24014.



Esta publicación es también resultado de la Ayuda para la recualificación del sistema universitario español en la modalidad Margarita Salas, Universidad de Sevilla, programa financiado por la Unión Europea (NextGenerationEU), Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, Ministerio de Universidades, Gobierno de España.

Referencias

- Arencibia, j., perezleo-solorzano, l. Y araujo-ruiz, j. (2004). Los filtros metodológicos como herramientas eficaces para la búsqueda de evidencias cínicas. *ACIMED*, 12(3).
- Bouloires, A., Meyer, M. & Reix, F. (2018). Introduction. Méthodes visuelles: définition et enjeux. *Revue Française des Méthodes Visuelles*, 2, 9-17.
- Buckingham, D. (2009). Creative visual methods in media research: possibilities, problems and proposals. *Media, culture & Society*, 31(4), 633-652. <https://doi.org/10.1177/0163443709335280>
- Caffarel, C.; Gaitan, J.A.; Lozano C. Y Piñuel, J.L. (Eds.) (2018). *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación*. Comunicación Social.
- Castelló, M., Sala-Bubaré, a. y Partdo, M. (2021). Post-PhD researchers' trajectories and Networking: the mediating role of writing conceptions. *Written Communication*, 38(4), 49-511. <https://doi.org/10.1177/07410883211027949>
- Catoir-Brisson, M.J., y Jankeviciute, L. (2014). Entretien et méthodes visuelles: une démarche de recherche créative en sciences de l'information et de la communication. *Sciences de la société*, 92, 111-127. <https://doi.org/10.4000/sds.1130>
- Cyrulnik, N. (2021). Expérimenter l'atmosphère au cinéma pur construire l'interdisciplinarité. Une méthode audio-visuelle. *Revue Française des Sciences de l'information et de la communication*, 21. <https://doi.org/10.4000/rfsic.10632>
- Day Good, K. (2013). Why we travel: picturing global mobility in user-generated travel journalism. *Media, culture & society*, 35(3), 295-313. <https://doi.org/10.1177/0163443712468608>
- Emery, J. F., & Marín, A. (2024). Cuerpo y mirada del investigador con vídeo inmersivo en 360º: estudio de caso exploratorio sobre el artivismo en São Paulo. *Artnodes*, (33), 1-11. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i33.417846>
- Fernandez Quijada, D. Y Masip, P. (2013). Tres décadas de investigación española en comunicación: hacia la mayoría de edad. *Comunicar*, 41, 15- 24. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-01>
- Flores, C. Y., & Torresan, A. (2018). Visual anthropology from Latin America: an introduction. *Anthrovision. Vaneasa Online Journal*, (6.2).
- Fraser, E. y Wilmott, C. (2020). Ruins of the smat city: a visual intervention. *Visual Communication*, 19(3), 353-368. <https://doi.org/10.1177/1470357220919265>
- Gomez Cruz, E.; Sumartojo, S. Y Pink, S. (2017). *Refiguring Techniques in Digital-Visual Research*. Springer.
- Gomez Escalonilla, G. & Caffarel Serra, C. (2022). Mapa de los grupos de investigación en comunicación en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80,1-19. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1513>
- Gomez-Diago, G. (2019). Meta-investigación en comunicación en España. Propuesta de una tipología. En F. Sierra-Caballero y J. Alberich-Pascual (Coord.), *Epistemología de la comunicación y cultura digital: retos emergentes* (pp. 271-284). Editorial Universidad de Granada.
- Gomez-Escaloniella, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 115-127. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000018>
- Guilian, R. (2001). *Visual Methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials*. SAGE Publications.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual studies*, 17(1), 13-26. <https://www.doi.org/10.1080/14725860220137345>
- Ibanez-Bueno, J. y Marin, A. (2021a). Images interactives et nouvelles écritures. Un mouvement émergent pour de nouvelles écritures interactives. *Revue française des méthodes visuelles*, 5. <https://doi.org/10.4000/12mp0>
- Ibanez-Bueno, J. y Marín, A. (2021b). From visual methods to futures anthropologies-An interview with Sarah Pink. *Revue Française des Méthodes Visuelles*, 5. <https://doi.org/10.4000/12mqf>
- Ibanez-Bueno, J., Chabert, G., Lamboux-Durand, A. y Wanono, N. (Coords.) (2017). *Applying visual methods to digital communication*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 136.
- Ioannidis, J. P. A. (2018). Meta-research: Why research on research matters. *PLOS Biology*, 16(3), e2005468. <https://www.doi.org/10.1371/journal.pbio.2005468>

- Jarret G., Tui, M.D. y Norris. S. (2021). Visual transcription. A method to analyze the visual and visualize the audible in interaction. *Revue française des méthodes visuelles*, 5. <https://doi.org/10.4000/12mpo>
- Komarova, M. y McKnight, M. (2013). "We are watching you too": reflections on doing visual research in a contested city. *Sociological research online*, 18(1), 19. <https://doi.org/10.5153/sro.2877>
- Kwesell, A. (2020). Trauma, self-stigma and visual narrative: participatory research in Shinchimachi, Fukushima, following Japan's 2011 nuclear disaster. *Visual Communication*, 21(2), 280-305. <https://doi.org/10.1177/1470357220912458>
- Lallier, C. (2011). L'observation filmante: Une catégorie de l'enquête ethnographique. *L'homme*, 2, 105-130.
- Lamboux-Durand, A., Delestage, C.A., et Yvert, W. (14-15 de noviembre de 2024). L'enregistrement audiovisuel de traces de colloques comme méthode de publication scientifique [Comunicación]. IV Congreso Internacional sobre métodos visuales y multimodales, "Miradas convergentes: enfoques en la investigación multimodal", modalidad online, México.
- Le Coarer, G. (2024). YOU're EARTHbound. *Journal of Studies in Language, Culture, and Society*, 7(1), 115-125.
- Liou, A. y Literat, I. (2020). "We need you to listen to us": Youth activist perspectives on intergenerational dynamics and adult solidarity in youth movements. *International Journal of Communication*. 14, 4662-4682.
- Mannay, D. (2017). *Métodos visuales, narrativos y creativos en investigación cualitativa*. Narcea, S. A. de Ediciones.
- Marchalsey, L. y Slater, M. (2019). Ats-based educational research: the challenges of social media and video-based research methods in communication design education. *International Journal of Art & Design Education*, 38(3), 723-739. <https://doi.org/10.1111/jade.12252>
- Maresca, S., & Meyer, M. (2013). *Précis de photographie à l'usage des sociologues*. Presses universitaires de Rennes.
- Marín, A. (2022). Videography in Communication Research: Reflections on Implementation and Practical Aspects. In M.V. Carrillo-Durán y Pérez-Pulido, M.. *Cases on Developing Effective Research Plans for Communications and Information Science* (pp. 61-76). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4523-5.ch004>
- Marín, A. y Contreras, F. R. (2023). El fenómeno visual del vandalismo en la protesta ciudadana contra el monumento y la memoria franquista. *On the w@terfront*, 65(06). <https://doi.org/10.1344/waterfront2023.65.06.01>
- Martinez-Nicolas, M. (2020). La investigación sobre comunicación en España (1985-2015). Contexto institucional, comunidad académica y producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 383-414. <http://orcid.org/0000-0002-3949-2351>
- McDougall, David. (1995). Beyond observational cinema. In P. Hockings (ed.), *Principles of Visual Anthropology*. Mouton de Gruyter.
- Mitchell, W. J. T. (2016). *Iconología. Imagen, texto, ideología*. Capital Intelectual.
- Müller, M. G., Kappas, A. y Olk, B. (2012). Perceiving press photography: a new integrative model, combining iconology with psychophysiological and eye-tracking methods. *Visual communication*, 11(3), 307-328. <https://doi.org/10.1177/1470357212446410>
- Norris, S. (2020). *Multimodal Theory and Methodology: For the Analysis of (Inter)action and Identity*. Routledge.
- Page, Matthew J. et al. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790-799, <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016>
- Pain, H. (2012). A literature Review to Evaluate the Choice and Use of Visual Methods. *International Journal of Qualitative Methods*. 11(4), 303-319. <https://doi.org/10.1177/160940691201100401>
- Pauwels, L. (2010). Visual sociology reframed: An analytical synthesis and discussion of visual methods in social and cultural research. *Sociological Methods and Research*, 38(4), 545-581. <https://doi.org/10.1177/0049124110366233>
- Pauwels, L. (2016). Visually researching and communicating the City: a systematic assessment of methods and resources. *International Journal of Communication*, 10, 1309-1330.

- Philipps, A. (2011). Visual protest material as empirical data. *Visual communication*, 11(1). 3-21. <https://doi.org/10.1177/1470357211424675>
- BANKS, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. Sage Publications.
- Pink, S. (2007), Walking with video. *Visual Studies*, 22(3), 240-252. <https://doi.org/10.1080/14725860701657142>
- Pink, S. (2012). *Advances in Visual Methodology*. SAGE Publications.
- Piñeiro-Naval, V. (2020). The content analysis methodology. Uses and applications in communication research on Spanish-speaking countries. *Communication & Society*, 33(3), 1-15. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.1-15>
- PRISMA. Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) website. <http://www.prisma-statement.org/>
- Prosser, J. Y Loxley, A. (2008). *Introducing Visual Methods*. ESRC Economic & Social Research Council.
- Rowse, J., Kress, G., & Street, B. (2013). Visual optics: Interpreting body art, three ways. *Visual Communication*, 12(1), 97-122. <https://doi.org/10.1177/1470357212462962>
- Ruby, J (2000). *Picturing culture: explorations of film and anthropology*. The University of Chicago Press.
- Singh, A. y Christmann, G. (2020). Citizen participation in digitised environments in berlin: visualising spatial knowledge in urban planning. *Urban Planning*, 5(2), 71-83. <https://doi.org/10.17645/up.v5i2.3030>
- Switzer, S. (2018). What's in an image?: Towards a critical and interdisciplinary reading of participatory visual methods. En M. Capous-Desyllas y K. Morgaine (Eds.), *Creating social change through creativity: Anti-oppressive arts-based research methodologies* (p. 189-207). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-52129-9_11
- Heng, T. (2022) Interacting with the dead: understanding the role and agency of spirits in assembling deathscapes. *Social & Cultural Geography*, (23)3, 400-423, <https://doi.org/10.1080/14649365.2020.1744183z>
- Thiburc, J., Guichon, N., Lascar, J. (2021). Documenter les entretiens déambulés: interactions filmées et interactivité filmique. *Revue française des méthodes visuelles*, 5. <https://doi.org/10.4000/12mpn>
- Verena, T., Eggins, J. y Papoutsaki, E. (2016). Relational accountability in indigenizing visual research for participatory communication. *SAGE Open*, January-March, 1-11. <https://doi.org/1177/2158244015626493>
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *El profesional de la información*, 19(4). <https://doi.org/fjrz>
- Tschirhart, P. (2015). (Re) imagining Poverty: A Critical Visual Analysis of the Communicative and Affective Labor of Gendered International Development Discourses. *Critical studies in media communication*, 32(4), 240-255. <https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1084014>
- Walby, K. y Davis, B. (2022). Tailings and tracings: using art and social science to explore the limits of visual methods at mining and industrial ruins. *Visual Communication*. 23(2), 265-288. <https://doi.org/10.1177/14703572211071117>
- Wall, E. (2016). Visualizing risk: using participatory photography to explore individuals' sense-making of risk. *Journal of Risk Research*, 19(3), 347-363, <https://doi.org/10.1080/13669877.2014.983943>
- Waltorp, K. (2013). Public/private negotiations in the media uses of young Muslim women in Copenhagen: gendered social control and the technology-enabled moral laboratories of a multicultural city. *The International Communication Gazette*, 75(5-6), 555-572. <https://doi.org/10.1177/1748048513491>
- Warfield, K. (2017). "I Set the Camera on the Handle of My Dresser": Re-Materializing Social Media Visual Methods through a Case Study of Selfies. *Media and Communication*, 5(4), 65-74. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1057>
- Wilhoit, E. D. (2017). Photo and video methods in organizational and managerial communication research. *Management communication quarterly*, 31(3), 447-466. <https://doi.org/10.1177/0893318917704511>
- Yvart, W., Delestage, C. A. y Lamboux-Durand. A. (15-17 de noviembre de 2023). *Les contours des méthodes visuelles* [comunicación]. Colloque International Méthodes Visuelles en Sciences Sociales, La Laguna, Canary Islands, Spain. <hal-04724439>