



## LA MEDIACIÓN TECNOLÓGICA EN LA PRÁCTICA ETNOGRÁFICA

Elisenda Ardèvol, Adolfo Estalella  
Daniel Domínguez (Coordinadora/es)

5

# **IMAGEN PÚBLICA-PRIVADA Y ÉTICA: REFLEXIONES DESDE UNA INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA SOBRE LAS PRÁCTICAS DE FOTOGRAFÍA DIGITAL**

EDGAR GÓMEZ CRUZ  
Universita Oberta de Catalunya

## **1. LAS PRÁCTICAS DE FOTOGRAFÍA DIGITAL: UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Este artículo se presenta en el marco de una investigación en curso sobre las prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana. Se plantean unas notas reflexivas sobre los retos del trabajo etnográfico ante los escenarios complejos que se abren con el uso de la imagen que buscan continuar una discusión conjunta sobre la ética en la investigación etnográfica.

La implementación de la tecnología digital en la práctica fotográfica, ha supuesto un cambio en todo el circuito de producción, distribución y consumo de fotografías. El paso de la fotografía analógica a los sistemas digitales, y su popularización masiva, ha supuesto la sustitución de los carretes de composición química, casi en su totalidad, por dispositivos electrónicos de memoria<sup>1</sup>. Esto viene acompañado de múltiples transformaciones en los costos, mecanismos y dispositivos necesarios para la obtención de imágenes digitales. Por otro lado, la distribución adquiere dimensiones nunca antes vistas con la posibilidad de la copia digital sin pérdida de calidad, o la distribución a través de Internet en las plataformas existentes como Fotoblog o Flickr. Pero principalmente, la práctica de la fotografía adquiere una nueva dimensión por la presencia constante de la cámara digital como dispositivo de uso cotidiano, gracias en gran parte, pero no sólo, a la incorporación de una cámara en la gran mayoría de los teléfonos móviles que se venden en la actualidad. Esta casi omnipresencia en la vida cotidiana de un dispositivo de producción de

---

<sup>1</sup> Las grandes compañías como Canon, Nikon y Kodak, anunciaron a partir del 2006, el cese de la producción de cámaras analógicas.

imágenes, transforma no sólo la práctica en sí misma sino al objeto de lo fotografiable. El resultado es que los lugares, los momentos y el uso de las fotografías, han cambiado radicalmente y con ello su función social<sup>2</sup>. Por ello, la investigación que se viene desarrollando adquiere una pertinencia. El trabajo de investigación propone una aproximación a las prácticas cotidianas con y alrededor de la fotografía digital en el contexto hispano hablante para conocer cuál es la relación de dichas prácticas con la creación de subjetividades, el mantenimiento de la identidad y la generación de vínculos sociales, en el marco de sus usos en Internet. Utilizando como base teórica la Teoría de las Prácticas y la metodología etnográfica.

### **1.1. Marco teórico-metodológico**

Schatzki, Knorr-Cetina y Von Savigny (2001), autores de una recopilación por demás interesante sobre la Teoría de las Prácticas, proponen que “lo social es un campo de prácticas encarnadas y relacionadas materialmente que se organizan centralmente alrededor de cierto entendimiento práctico” (2001, p. 3). El énfasis de esta perspectiva, y por lo que resulta especialmente atractiva para esta investigación, es que pone especial interés en la vida cotidiana (cfr. Reckwitz, 2002), siguiendo claramente la estela de la etnometodología (Garfinkel, 2006). Esta aproximación ha sido utilizada por algunos autores para estudiar la producción de sentido, relacionándola con los medios de comunicación (Couldry, 2004) e incluso para analizar la fotografía misma (Bourdieu, 2003; Okabe e Ito, 2006). Se propone utilizar las prácticas como el foco de atención de esta investigación para englobar a todo el proceso de producción, uso y difusión de las imágenes digitales. De esta manera, se busca evitar centrarse en una plataforma (Flickr por ejemplo) o en una sola tecnología (teléfono móvil) buscando dar cuenta del uso (o no uso) de los distintos dispositivos por parte de los sujetos de la investigación. Este enfoque rompe también con las dicotomías preinducidas en el análisis (como

---

<sup>2</sup> Bien es cierto que dicho cambio no implica una transformación de todas las funciones de la fotografía ya que, muchas de ellas, se ven también reforzadas aunque con alcances y posibilidades diferentes. Por poner un ejemplo, los álbumes familiares en Internet (cfr. Pauwels, 2006).

*online/offline* o tecnología/social), y se centra en lo que Okabe e Ito llaman “situaciones tecnosociales” (2006) y que apuntan que cada vez se dan de manera más fluida, distribuida y con mediaciones tecnológicas. Por ello, proponen, se requiere que los etnógrafos: “capturen y documenten estas actividades fragmentadas, así como que desarrollen formas de analizarlas que tomen en cuenta sus características únicas” (Okabe e Ito, 2006, p. 83). Siguiendo a los autores japoneses, se trata de “desarrollar categorías analíticas que sean parte de estructuras sociales establecidas y de sistemas de significados, pero que tengan encarnaciones nuevas a través de la mediación técnica” (p. 90).

Dado lo propuesto anteriormente, planteo un estudio etnográfico. A lo largo de las últimas décadas, la etnografía ha pasado de estudiar comunidades localizadas en un lugar específico a abordar, en monografías, nuevos objetos de estudio: colectivos deslocalizados y virtualizados (Miller y Slater, 2000), prácticas como el yoga (Strauss, 2000) o comunidades virtuales en Internet (Hine, 2000), entre otros. Con este giro queda constatado que el objeto de estudio de los etnógrafos ya no son necesariamente comunidades sino que pueden ser colectivos que compartan una identidad, un imaginario o una práctica (Strauss, 2000), y que no necesariamente se encuentran localizados geográficamente. De esta manera, el campo, un concepto fundamental con el que la etnografía se refiere a su referente empírico (personas, artefactos, objetos, lugares, etc. que emergen durante el trabajo de campo) (Guber, 2004) ya no es un lugar que aguarda a ser penetrado, sino que debe ser laboriosamente construido (Amit, 2000).

## **2. ALGUNAS REFLEXIONES DESDE EL CAMPO**

### **2.1. Imagen, vigilancia, control y exhibicionismo: del panóptico a las redes sociales**

Dentro de las múltiples problemáticas que presenta una investigación de este tipo, me gustaría centrarme en este artículo en la discusión sobre la relación entre la imagen, su uso como forma de vigilancia, y por ende de control, y sus posibles implicaciones en la investigación etnográfica. En últimas fechas dicha relación está retornando con

fuerza a la agenda de investigación debido a la emergencia de las tecnologías digitales de la imagen: webcams, teléfonos móviles con cámara, cámaras de fotografía y video digitales, así como las plataformas llamadas redes sociales (Flickr, Facebook, Youtube, etc.). Así como la compleja relación que se establece al ponerse en marcha estas redes sociotécnicas. El debate retoma las ideas sobre una sociedad de vigilancia (Foucault, 2004) o una sociedad del control (Deleuze, 1972). Por un lado se propone que la ubicuidad de la imagen, especialmente desde la masificación y “domesticación” de la imagen digital en el ámbito familiar y personal, sumado a la potencial difusión que tienen las imágenes en las redes sociales, ha llevado a que las pesadillas del *Big Brother* y el Panóptico, se mezclen con la “sociedad del espectáculo” (Debord, 1983). De esta forma, el control (o disciplinamiento) ha pasado; de interiorizar la vigilancia y “modular” el comportamiento con relación a la misma, a hacer de la exposición y exhibición pública una nueva forma de control de la subjetividad.

Un segundo debate que resulta pertinente y en conexión con el anterior es la crisis que parece haber entre lo que tradicionalmente se ha considerado público y/o privado. Esta dicotomía se ve retada igualmente en algunos de los fenómenos más recientes que involucran prácticas con las tecnologías mencionadas. Diversos autores analizan este escenario desde perspectivas muy diversas. Sin ánimo de establecer un meta-análisis ya que no es el interés de este texto, se establece un panorama general, a manera de prolegómeno, sobre dicha discusión.

La discusión sobre la privacidad y la puesta en escena de lo cotidiano en Internet se remonta a los primeros experimentos con cámara web<sup>3</sup>, de los cuales el más famoso fue sin duda Jennicam<sup>4</sup>, aunque no es exclusivo de las “nuevas tecnologías” como apunta el trabajo de Anne Friedberg (2002). La discusión parece ser, por un lado la vigilancia y el uso de las imágenes de seguridad por parte de autoridades y por

---

<sup>3</sup> Resulta, cuando menos curioso, que estos análisis sigan tomando como referencia los sitios de webcams (cada vez menos numerosos) y se ocupen poco de las manifestaciones más recientes de la difusión de imágenes en plataformas como Flickr, Fotoblogs o Youtube.

<sup>4</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/JenniCam>

otro lado el control y la difusión de la propia imagen por parte de ciudadanos comunes y corrientes. Lo que parece claro es los conceptos como público y privado pueden no ser útiles para explicar algunos de estos fenómenos. Koskela (2004, 2006), en su trabajo sobre la relación entre *webcams*, vigilancia y control propone que las *webcams* son similares a las “cámaras de seguridad” y que el control que la vigilancia detona, se ha tornado en espectáculo (Koskela, 2006, p. 175). En ese sentido, apunta que: “Las webcams abren interesante retos teóricos que deben ser examinados en relación a una nueva forma de producción social del espacio” (Koskela, 2006, p. 177). Integrando de esta forma, en la relación entre imagen, control y exposición, la pregunta sobre lo público y lo privado.

Esta reflexión podría igualmente aplicarse a muchas tecnologías y plataformas recientes que involucran la exposición de imágenes a través de Internet.

Algunas visiones, en la misma línea pero desde una óptica pesimista sobre la posible resistencia ante este proceso de vigilancia, control y puesta en escena de imágenes, es señalada por otros autores como Paul Virilio (2002) y Ursula Frohne (2002) quienes apuntan que la exhibición de imágenes privadas es la última fase de control capitalista. Desde una perspectiva psicoanalítica y Lacaniana, Julie Levin Russo (2005) propone que este “cyber-exhibicionismo” es el terreno de la puesta en escena de las subjetividades y que no debe ser necesariamente señalado como una forma de control. El asunto del exhibicionismo, con claras reminiscencias freudianas, es tratado especialmente desde el punto de visto de género en donde la “mirada masculina” (*male gaze*), que objetifica a las mujeres, cruza dicha discusión. Sin embargo, de manera interesante y en contraste con el punto anterior, existen también visiones que hablan de que dicha exposición del cuerpo femenino, por ejemplo en la forma de autorretratos, logra empoderizar a las usuarias creando nuevas subjetividades alejadas de la mirada masculina. Esto se da porque el control sobre la imagen, y por ende la representación, es de las usuarias de las cámaras digitales. Así, por ejemplo Lee, en su trabajo sobre móviles y mujeres en Corea, afirma que se está generando una “Cultura femenina de la cámara móvil” (2005) y con ello se refiere al hecho de que el teléfono móvil ha sido apropiado por parte de las

mujeres de una manera importante, convirtiéndose además en un puente para el uso de otras tecnologías tradicionalmente relacionadas con el uso masculino. Cuestión que parece compartir Hjorth (2006). Una posición intermedia, desde el arte, la propone Knight (2000) quien dice que la cámara ha pasado de ser “un instrumento de grabación a ser un aspecto integral de la vida de los sujetos” (p. 24). Lo que queda claro es que el debate está abierto y existe controversia al respecto. Si a esto se le suma la práctica cada vez más difundida de las imágenes en las redes sociales, no sólo para la difusión de las mismas sino como parte importante del establecimiento y mantenimiento de relaciones sociales, la cuestión sobre la privacidad se complica aún más (cfr. Livingstone, 2008).

## **2.2. De lo público a lo privado y de lo privado a los públicos: algunos ejemplos del trabajo de campo**

Para ejemplificar de manera empírica la dificultad de establecer una posición sobre la discusión anterior, se proponen un par de casos del trabajo de campo para, en un tercer momento, reflexionar sobre los nuevos escenarios y la ética en la investigación etnográfica.

Un primer caso con el que se podría iniciar esta reflexión, surge del trabajo de campo sobre prácticas de fotografía digital iniciado en el sitio Flickr.com: Un hombre abre una discusión en el foro “Madrid” de Flickr, colgando un par de fotos de una chica con el título: “¿Alguien la conoce?”. La chica, que tiene un *look* del cual es muy difícil abstraerse (cabello rosa, muy alta, con ropa muy ajustada y estrambótica y paseando a un galgo), resulta que vive y pasea por el centro de Madrid y por lo tanto un grupo considerable de personas la ha visto (y más de uno la ha fotografiado). Una chica, que pertenece al grupo de Flickr y que ha seguido la discusión, se encuentra en la fila del cine a la del cabello rosa y se atreve a comentar la discusión de la que es el centro esperando que le hiciera gracia. La chica del cabello rosa se enoja y le dice que no tienen derecho ni a fotografiarla ni a hablar de ella. A partir de ahí, un foro que comenzó casi como una puesta en escena de cupido, se transformó en una discusión legal y moral sobre la privacidad, la fotografía, el arte y, aunque no se menciona explícitamente, en última instancia Flickr mismo como

plataforma social y su papel en las luchas simbólicas. Este ejemplo puede tomarse como el inicio de una discusión que gire en torno a la pregunta: ¿Qué es lo público y lo privado y cómo se ha reconfigurado a partir de la emergencia de la “cultura digital” de la imagen? Lo que parece claro es que dicha reconfiguración todavía no acaba de estar clara para muchos de los usuarios de estas tecnologías de la imagen. Una simple búsqueda en las principales plataformas de distribución y exhibición de videos y fotografías, puede darnos una idea de la gran cantidad de fotografías, especialmente de mujeres en lugares públicos, que se obtienen sin el permiso (y seguramente sin la conciencia) por parte de aquellas personas a las que se les está utilizando (nunca mejor dicho) como objeto fotográfico. Esta práctica es bastante habitual (y discreta y por ello doblemente perversa), especialmente cuando se efectúa con las cámaras de los teléfonos móviles. Esto presenta problemas ya que las personas que fotografían, “invaden” la “privacidad” con la mirada pero lo hacen en lugares públicos (lugares como una calle, un centro comercial o el metro), y lo que hacen con ese contenido “privado” es reconfigurarlo y publicarlo nuevamente en un lugar “público” (por ejemplo Internet). Si bien las imágenes son obtenidas en lugares públicos, es la mirada (objetivada en el encuadre) que se convierte en una “ventana a la intimidad” y por lo tanto en una violación a la intimidad. Sin embargo, resulta complicado situar la práctica dentro de un marco que de cuenta de la complejidad de la misma. En ese sentido es el marco legal el que acaba imponiéndose, muchas veces con problemas, y dictando lo legal e ilegal. Lo que es evidente desde la investigación de dichos fenómenos es que urge repensar los conceptos de público y privado, no sólo a nivel teórico sino en la estructuración del campo de estudio. Especialmente si se utilizan las mismas plataformas en donde suceden casos como los anteriores, o como objeto de estudio, o como herramienta de recogida de datos.

Ahora bien, ¿qué sucede con esa facilidad de lo digital para capturar cualquier cosa en cualquier momento y en cualquier lugar? El problema es que la facilidad y discreción de lo digital hace que no sólo la cotidianidad se convierta en objeto de lo fotografiable sino que lo fotografiable en sí mismo no conozca límites. Tomarle una foto a una chica que toma el sol desnuda en la playa es claramente ilegal,

pero ¿qué sucede cuando una persona se fotografía a sí misma desnuda y sube sus fotos a Flickr, ganando un “club de fans”? ¿Qué pasa cuando esta práctica es ampliamente difundida? ¿Significa que esas personas “renuncian” al derecho sobre su imagen? o por el contrario, toman el control de la misma como señalan algunos autores. Por otro lado, los medios tradicionales cada vez son más ágiles para capturar estas manifestaciones e incorporarlas en sus formatos sin costo para ellos. Dos ejemplos de lo anterior son los concursos y *castings* que se desarrollan a través de plataformas como Youtube<sup>5</sup>. Un famoso programa de televisión chileno llamado *Canal Copano*, está organizando el concurso: “Señorita Fotolog”<sup>6</sup>. En Chile, un país de 15 millones de habitantes, hay más de cuatro millones de cuentas en las distintas plataformas de *fotoblogs* según un estudio de la Universidad Central. Las chicas que participan en el concurso son mujeres (como la mayoría de usuarias de Fotolog.com), casi todas menores de 25 años, y cuya principal práctica, mostrada en su fotolog, es fotografiarse a sí mismas, práctica que muchas de ellas elaboran de forma cotidiana, juguetona y con gran sofisticación. Una gran cantidad de estas fotos, son imágenes de adolescentes y jóvenes en poses sensuales y con ropa escasa, la mayoría de las imágenes tomadas en el reflejo del espejo del baño o con el brazo extendido. De ahí que el concurso se fundamente en esa práctica para sacar réditos de ella. En su estudio elaborado en los 60s, Bourdieu (2003) cita a un campesino que afirmaba: “Dar una foto mía a alguien es como si me diera a mi mismo” (p. 345). Esto no parece molestarles a los jóvenes que “se dan a si mismos” en fotos. Una primera hipótesis al respecto podría ser que las fotografías de uno mismo serían no tanto una representación de una persona tanto como la demostración de una

---

<sup>5</sup> Playboy está lanzando un casting para escoger a la playmate de portada para su edición especial de 55 aniversario.

<sup>6</sup> Un fotoblog es una página de Internet que permite, con mucha facilidad y sin necesidad de saber nada de programación, subir, al menos, una fotografía diaria. De esta manera, cada persona puede crear una página en donde aparezca un calendario y cada día del año, subir una foto a la que otras personas pueden dejarle comentarios. También se pueden crear redes de amigos, ya sea de personas conocidas físicamente o que se hayan conocido a través de Internet a través de las opciones de “contactos” que se integran en el sistema. Mientras que el genérico para la plataforma es fotoblog, hay una en específico que tiene un gran éxito entre los jóvenes de todo el mundo, pero en especial entre los chilenos que se llama Fotolog.com

pertenencia (en este sentido sí), a un grupo que desarrolla una práctica (¿pertenencia reconocida y consciente?). Ahora bien, habría que considerar esta práctica en un complejo entramado de relaciones: económicas (ya que se relaciona estrechamente con el consumo), políticas (del cuerpo, de la responsabilidad social), de sentido (la imitación de la imagen publicitaria, la representación de la “realidad”), sociales (el compartir las fotografías en plataformas como Flickr), estéticas (definición de lo que es una buena fotografía) y sobre todo, en la “puesta en escena” que representan en muchas ocasiones la exhibición de estas fotos. Baste decir que el objeto fotográfico parece haberse convertido en un objeto de intercambio, sociabilidad, un “performance manifiesto del poder de visibilizar” (Frosh, 2001). Incluso, podría pensarse como un objeto de consumo ya que estas propuestas e imágenes generan sinergias parecidas a las que generan “audiencias” en los medios tradicionales ya que no sólo se vuelven públicos sino que ejercen una presión para seguir siéndolo. Una informante de 19 años que solía poner una gran cantidad de fotos suyas, muchas veces semidesnuda apunta: “sabes lo otro k me da rabia es k la gente deja de visitar si no ven foto de uno. Desde k comenze a subir otras fotos bajeen el numero de visitas antes me visitaban 100 personas diaria ahora lo hacen solo 15”<sup>7</sup>. ¿Cuál debe ser entonces nuestra posición desde la investigación? Es necesario abrir un debate sobre ello.

### **2.3. Coda reflexiva sobre la ética en investigación etnográfica de las prácticas de la imagen**

Ejemplos como estos demuestran que parece abrirse un campo de investigación rico e interesante que relaciona tecnologías de la imagen, prácticas cotidianas y construcción de subjetividades. Finalmente, el proyecto de fondo es dar cuenta de las transformaciones antropológicas y sociales más amplias. Por ello, la discusión sobre la privacidad también tiene que llevarse al terreno de la ética en la investigación. Se propone entonces el reflexionar, desde

---

<sup>7</sup> Dado que la entrevista se hizo por correo electrónico, se ha respetado completamente la escritura de los informantes

el método etnográfico, sobre las posibilidades, limitaciones y trayectos que han de trazarse para dar cuenta de dichas prácticas. No sólo a nivel teórico-metodológico sino a nivel ético y social. La dificultad de establecer una separación entre lo público y lo privado que ya he planteado, permea también la labor de los investigadores. Esto se debe en parte a la facilidad de obtención de una gran cantidad de datos sin que haya un consentimiento expreso y ni siquiera un conocimiento de parte de las personas que están siendo “estudiadas”. Si bien es interesante cómo en diversas investigaciones, las personas a las que se les consulta sobre el contenido que cuelgan en Internet, suelen responder diciendo cosas como: “si fuera algo que no me interesara que vieran, no lo colgaría” (complicando aún más las decisiones en el campo). Una amplia y brillante reflexión sobre la ética en la investigación que involucra a Internet es propuesta por Estalella y Adrèvol (2007). Siguiendo su propuesta de “ética dialógica”, especialmente sensible cuando de lo que se trata en muchas ocasiones es de imágenes, que a diferencia del texto en un chat o un blog, remiten físicamente a alguien específico y por ello se debe generar un diálogo mucho más cercano. En ese sentido, en mi trabajo de campo que apenas inicia, he intentado, por un lado “exponerme” al mismo nivel que las personas con las que estoy trabajando, con fotos mías, con mis “representantes en el campo” como lo son mi cuenta de Flickr, mi blog y mi wiki. Pero además, en diversos foros he ido comentando abierta y públicamente de mis intenciones como investigador, el tipo de cosas que estoy investigando e incluso hay anécdotas interesantes como el hecho de que un fotógrafo aficionado, sin formación de investigación, me haya sugerido el aplicar un cuestionario para tener más datos sobre los usos de la cámara. De esta forma, involucrando a los sujetos con los que se intenta co-construir un campo de investigación, y en última instancia, generar conocimiento sobre los temas fundamentales de la sociedad que se encarnan en su vida cotidiana, las relaciones de poder, al menos en el campo, se ven tan erosionadas como los conceptos que podrían dificultarnos la reflexión sobre el mismo. Como me dijo mi directora de tesis, ante todo, honestidad.

**BIBLIOGRAFÍA**

- AMIT, V. (2000). *Constructing the Field: Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*: Routledge.
- BOLTER, J., & GRUSIN, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*: Mit Pr.
- BOURDIEU, P. (2003). *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*: Gustavo Gili.
- COHEN, K. (2005). "What does the photoblog want?" *Media, Culture & Society*, 27(6), 883.
- COULDRY, N. (2004). "Theorising media as practice". *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- DEBORD, G. (1983). *Society of the Spectacle*: Rebel Press.
- DELEUZE, G. (1972). "Post-scriptum sobre las sociedades de control". G. Deleuze. *Conversaciones*, 1990.
- ESTALELLA, A., & ARDÈVOL, E. (2007). "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet". *Forum Qualitative Research*, 8(2), En línea.
- FOUCAULT, M. (2004). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión: Siglo XXI*.
- FRIEDBERG, A. (2002). "The mobilized and virtual gaze in modernity". In N. Mirzoeff (Ed.), *The Visual Culture Reader*. London: Routledge.
- FROHNE, U. (2002). "Screen Tests: Media Narcissism, Theatricality and the Internalized Observer". In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*: M.I.T. Press.
- FROSH, P. (2001). "The Public Eye and the Citizen-Voyeur: Photography as a Performance of Power". *Social Semiotics*, 11(1), 43-59.
- GARFINKEL, H. (2006). *Estudios en etnometodología*: Anthropos Editorial.

- GYE, L. (2007). "Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices". *Continuum*, 21(2), 279-288.
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*: Sage Publications.
- HJORTH, L. (2006). "Snapshots of Almost Contact: Gendered Camera Phone Practices and a Case Study in Seoul, Korea". *Cultural Space and Public Sphere in Asia*, Seoul, 15-16.
- KNIGHT, B. (2000). "Watch me! Webcams and the public exposure of private lives". *Art Journal*, 59(4), 21-26.
- KOSKELA, H. (2004). "Webcams, TV Shows and Mobile phones: Empowering Exhibitionism". *Surveillance & Society*, 2(2/3), 199-215.
- KOSKELA, H. (2006). "The other side of surveillance": Webcams, power and agency. In D. Lyon (Ed.), *Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond* (pp. 163-181). Portland: Willan Publishing.
- LEE, D. (2005). "Women's Creation of Camera Phone Culture". *Fiberculture Journal*, 6.
- LISTER, M. (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*: Paidós Ibérica.
- MILLER, D., & SLATER, D. (2000). *The Internet: an ethnographic approach*: Berg.
- OKABE, D., & ITO, M. (2006). "Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks". In J. Höfllich & M. Hartmann (Eds.), *Mobile Communication in Everyday Life: An Ethnographic View* (pp. 79-102). Berlin: Frank & Timme.
- PAUWELS, L. (2006). "A Private Cultural Practice Going Public? Expanding and Shifting Functions of Family Photography on the Web". Paper presented at the *International Communication Association*, Dresden, Germany.
- PAUWELS, L. (2008). "A private visual practice going public? Social functions and sociological research opportunities of Web-based family photography". *Visual Studies*, 21(1), 34 - 49.
- RECKWITZ, A. (2002). "Toward a Theory of Social Practices". *European Journal of Sociology*, 5(2), 243-263.

RUSSO, J. L. (2005). *Show Me Yours: The Perversion and Politics of Cyber-Exhibitionism*. Retrieved 18/05, 2008, from [http://01cyb.org/docs/jlr\\_exhibitionism.pdf](http://01cyb.org/docs/jlr_exhibitionism.pdf)

SCHATZKI, T., KNORR-CETINA, K., & VON SAVIGNY, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*: Routledge.

STRAUSS, S. (2000). "Locating yoga: Ethnography and transnational practice. Constructing the Field": *Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*, 162-194.

VIRILIO, P. (2002). "The Visual Crash". In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*. (pp. 108–113): M.I.T. Press.