



Fondos digitales de conocimiento e identidad: Un análisis etnográfico y visual

Javier González-Patiño y Moisés Esteban-Guitart

Comunicación presentada en el Congreso de la International Society for Cultural and Activity Research (ISCAR Ibérica), 21 al 23 de abril de 2014, Girona.

Abstract

The Funds of Knowledge approach attempts to incorporate pupils' experiences often ignored, proscribed and unrecognized into school practice. In doing so, teachers take on a role as learner and visit their students houses to detect their funds of knowledge. In that sense, it is well documented the existence of rich cultural and cognitive resources in areas such as agriculture, ranching, animal husbandry, cross-border transactions, literacy or business in Latino households in Arizona. Nevertheless, digital media are rapidly becoming catalysts for *new funds of knowledge production*. In that sense, some family and childhood routines are mediated by digital devices. The concept *digital funds of knowledge and identity* is to be understood as the repertoires and bodies of knowledge and skills in regard to digital media based on practical experience mediated by digital artefacts such as smartphone, Internet or tablets, among others. These resources should be used critically in the classroom by teachers in order to provide culturally responsive and meaningful lessons tapping students' prior knowledge and forms of life. The primary purpose of this paper is to illustrate the term *digital funds of knowledge and identity* from a case study focused on family and childhood routines mediated by digital devices.

Keywords

Funds of knowledge, Funds of identity, Mediation, Digital media, Mobile-Centric Society

Resumen

La aproximación Fondos de conocimiento tiene el propósito de incorporar las experiencias de los estudiantes, a menudo ignoradas y silenciadas, en la práctica escolar. Para ello, los docentes asumen el rol de aprendiz y visitan los hogares de sus alumnos con el fin de detectar sus fondos de conocimiento. En este sentido, está bien documentada la existencia de amplios recursos cognitivos y culturales en áreas como la agricultura, la cría de animales o las transacciones transfronterizas en hogares latinos en Arizona. Sin embargo, en la actualidad se están generando nuevos fondos de conocimiento como consecuencia de la participación en prácticas mediadas por dispositivos digitales. En este sentido, un número considerable de rutinas familiares están hoy mediadas por el uso de artefactos digitales. Se entiende por fondos digitales de conocimiento e identidad repertorios de saberes y habilidades vinculadas a experiencias de aprendizaje y socialización mediadas por dispositivos digitales. Prácticas que deberían incorporarse críticamente a la cultura escolar con el objetivo de desarrollar situaciones significativas y culturalmente sensibles a las

formas de vida de los estudiantes. El objetivo principal de este artículo consiste en ilustrar la noción de fondos digitales de conocimiento e identidad a partir del estudio de rutinas familiares mediadas por dispositivos digitales.

Palabras clave

Fondos de conocimiento, Fondos de identidad, Mediación, Medios digitales, Sociedad Móvil-Céntrica

Introducción

Ratner (2006) resume parte de las ideas y legado de Lev Vygotski con la siguiente afirmación: “Somos el producto de los productos que producimos” (p. 13). Dicha afirmación, que sintetiza el principio vygotskiano de la *mediación* cultural o de la *significación*¹, cobra especial protagonismo en la que hemos llamado el tránsito de la *Sociedad TV-Céntrica* a la *Sociedad PC-Céntrica* hasta llegar a la actual *Sociedad Móvil-Céntrica*, caracterizada por la penetración masiva y distribuida de medios y tecnologías digitales en artefactos cotidianos, con los consecuentes efectos en las prácticas y contextos de desarrollo y socialización que ello supone (González-Patiño & Esteban-Guitart, 2014).

Según el Instituto Nacional de Estadística (2013), en España cerca del 70% de los hogares disponen de conexión a Internet y el 53,8% de la población lo utilizan a diario, utilizando dispositivos móviles 6 de cada 10 internautas (ver Figura 1). De hecho, se estima que el 90% de nuestras interacciones con los medios es a través de dispositivos de pantalla (tabletas, móviles inteligentes, ordenadores) frente a un 10% que es a través de dispositivos sin pantalla (radio, periódicos, revistas). Lo que equivale a unas 4,4 horas de nuestro tiempo libre frente a pantallas cada día ya sea en actividades secuenciales o paralelas -multitarea- (Google, 2012).

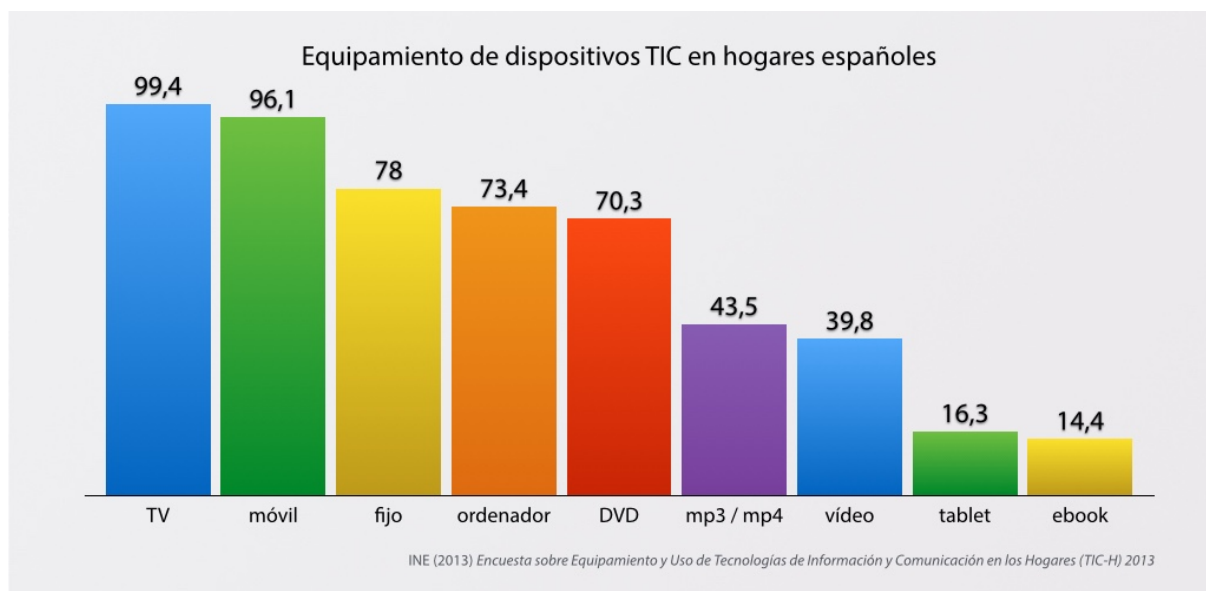


Figura 1. Presencia de TICs en los hogares en España en el año 2013

¹ “El hecho de hacer un nudo para después recordar algo, tanto en los adultos como en los niños, es un ejemplo del principio regulador de la conducta humana, el de la *significación*, según el cual las personas crean lazos temporales y dotan de significado a los estímulos neutros en el contexto de sus esfuerzos por resolver problemas (...) La característica central de las funciones elementales es que están directamente y totalmente determinadas por los estímulos procedentes del entorno. En lo que respecta a las funciones superiores, el rasgo principal es la estimulación autogenerada, es decir, la creación y uso de estímulos artificiales que se convierten en las causas inmediatas de la conducta” (Vygotski, 1979, pp. 118 y 69).

La gente sigue viendo la televisión (*Sociedad TV-Céntrica*) y utilizando ordenadores (*Sociedad PC-Céntrica*). Sin embargo, lo que indican informes como el de la AIMC (2013) es la convergencia tecnológica y cultural. Es decir: distintos dispositivos (TV, radio, prensa, Internet) integrados en un medio digital (*smartphone, tablet*), así como un aumento del uso de dispositivos móviles y un decrecimiento en el consumo de revistas, Televisión o diarios en su forma convencional. Por ejemplo, en el año 1997 la penetración de la TV era de un 90,7% comparado con el 89,2% en el año 2013, mientras que el acceso y uso de Internet pasó de un 0,9% en el año 1997 a un 50,7%, y sigue creciendo, en el 2013.

Gracias, principalmente, a los *smartphones* y las *tablets*, se está modificando la forma en que realizamos actividades como comprar-consumir o relacionarnos, lo que en el informe de Telefónica se conoce como “movilización del comportamiento” que incluye una fragmentación de las actividades (se calcula que un usuario medio consulta el *smartphone* 150 veces al día) y el llamado “efecto ya” -los usuarios buscan resultados más inmediatos a sus acciones- (Fundación Telefónica, 2014).

Estos datos indican que parte de la *dieta cultural* (del Río & del Río, 2008) que las personas producen y consumen en la actualidad es resultado de la participación en entornos digitales que generan particulares culturas y formas de vida, entre ellas ensanchan las posibilidades de comunicación online o el acceso a fuentes y canales de información. De modo que, recuperando a McLuhan, debemos abandonar la concepción según la cual estamos simplemente frente a “nuevos” dispositivos, artefactos o tecnologías, para subrayar las prácticas y realidades sociales emergentes, los efectos que tienen dichos *medios* en la configuración de la arquitectura humana (Esteban-Guitart, en prensa).

En este sentido, y partiendo de la aproximación *Funds of Knowledge* (González, Moll & Amanti, 2005), se estima que uno de los fondos de conocimiento, habilidades y redes sociales de mayor importancia en la socialización de las personas es lo que aquí llamamos *fondos digitales de conocimiento e identidad* (FDCel). Aspecto que la literatura sobre fondos de conocimiento no ha tenido suficientemente en cuenta. El objetivo del estudio aquí presentado consiste, precisamente, en ilustrar empíricamente la naturaleza de dichos FDCel a partir de un estudio etnográfico de caso único con un análisis cualitativo y visual que tiene el propósito de capturar algunas características que suponen la socialización mediada por dispositivos digitales.

La noción de fondos digitales de conocimiento e identidad

Como se puede observar en la Tabla 1, la principal diferencia entre la noción de fondos de conocimiento y fondos de identidad es la unidad de análisis. Mientras que los *fondos de conocimiento* (por ejemplo, saberes sobre medicina vinculados a la profesión de un padre) remiten a las redes de intercambio, habilidades y competencias de las personas adultas de una unidad familiar (cultura familiar), los *fondos de identidad* son aquellos fondos de conocimiento que el hijo/a-alumno/a ha interiorizado o creado y forman parte de su narrativa o definición identitaria, aquello que para él o ella es significativo, tiene sentido, es relevante (cultura personal). Por ejemplo, personas, objetos o actividades que aparecen en *tareas identitarias* del siguiente tipo: “¿Podrías intentar dibujar quién piensas que eres en este momento de tu vida? Puedes añadir, si quieres, aquellas personas, cosas o actividades que sean más significativas para ti, que más te gusten” (Esteban-Guitart & Moll, 2014).

Tabla 1. Algunas definiciones en la aproximación *fondos de conocimiento e identidad*

Cultura familiar	Cultura personal
Fondos de conocimiento “Cuerpos de conocimientos culturalmente desarrollados e históricamente acumulados y destrezas esenciales para el funcionamiento y bienestar familiar” (Moll, 1997, p. 47).	Fondos de identidad “Se entiende por <i>fondos de identidad</i> aquellos recursos históricamente acumulados, culturalmente desarrollados y socialmente distribuidos esenciales para la definición, expresión o comprensión de uno/a mismo/a” (Esteban-Guitart & Moll, 2014, p. 37).
Fondos digitales de conocimiento “Conocimientos, recursos y habilidades vinculadas a la utilización y participación en prácticas mediadas por dispositivos digitales en el funcionamiento y cultura familiar”.	Fondos digitales de identidad “Habilidades, saberes y prácticas vinculadas a medios digitales incorporados/as en las descripciones identitarias o formas de vida del hijo/a – alumno/a”.

Se ha descrito una tipología de *fondos de identidad* que distingue entre:

- fondos sociales de identidad* (personas significativas)
- fondos culturales de identidad* (artefactos o instrumentos culturales, por ejemplo una bandera asociada a la identificación con un equipo de fútbol)
- fondos institucionales de identidad* (la identificación a instituciones sociales como la Iglesia católica)
- fondos geográficos de identidad* (la referencia a espacios como un pueblo o nación)
- prácticas de identidad* (la referencia a actividades significativas) (Esteban-Guitart, 2012)

En este sentido aquí, en la intersección entre los fondos culturales de identidad y las prácticas de identidad, ubicamos los *fondos digitales de conocimiento* (familiares) e *identidad* (incorporados en la descripción identitaria del hijo/a-alumno/a).

Estudio empírico. Un análisis etnográfico y visual

Nos planteamos documentar las rutinas mediadas digitalmente de dos miembros de una misma familia, padre e hija, con el fin de encontrar evidencia que apoyara la idea de que en la intersección entre fondos culturales y prácticas, podíamos articular y desarrollar la diferenciación entre los conceptos de *fondos digitales de conocimiento* y de *identidad*.

Los participantes son un padre y su hija de 7 años de edad, de clase media, residentes en un hogar que pone a disposición de la niña un amplio equipamiento de tecnologías de la información y la comunicación y en el que se le permite un elevado grado de autonomía para decidir y regular sus prácticas. Dicho con otras palabras, los medios digitales forman parte de la cultura familiar - fondos digitales de conocimiento - (ver Figura 2).

El diseño de la investigación parte de la utilización de material visual (Knowles & Sweetman, 2004). En este sentido, son varios los estudios que han servido de inspiración, al incorporar la realización de fotografías por parte de niños para que documenten sus experiencias y percepciones acerca de los más variados temas, y entre ellos, han resultado especialmente relevantes los relacionados con usos y prácticas de dispositivos tecnológicos dentro y fuera del hogar (Cook & Hess, 2007; González-Patiño, 2011; Plowman y Stevenson, 2013).



Figura 2. Fondos (artefectos) digitales de conocimiento del hogar estudiado

La metodología de la investigación, de corte cualitativo-interpretativo, incluyó la realización de dos series de fotografías para documentar las rutinas, una por parte de la niña y un “diario de móvil” por parte del padre, un “App-tour” o capturas de pantallas de dispositivos móviles como inventario de aplicaciones instaladas, se recurrió asimismo a las técnicas de círculo significativo y dibujo identitario (Esteban-Guitart & Moll, 2014), y la recopilación de material documental y visual variado mediante diario de campo.

Avance de resultados y discusión preliminar

Un primer análisis de los datos, sin pretender avanzar aún en las conclusiones, nos conduce a interpretar que los fondos digitales de conocimiento e identidad como programa o propuesta centrada en el aprendizaje, permite vincular distintas localizaciones, contextos y prácticas que aportan un enfoque más sistémico y ecológico a la hora de entender la riqueza de los procesos de socialización mediados tecnológicamente.

Paralelamente, y de forma que en principio puede resultar poco intuitiva, aparecen con frecuencia discontinuidades entre comunidad, familia y escuela, en forma de lo que podríamos denominar *saberes digitales cuestionados*, que niños y niñas podrían resolver de manera más temprana y autónoma de lo que nos imaginábamos a pesar de no haber recibido formación tecnológica formal o explícita.

Por otro lado, los datos de nuestra investigación, a pesar de tratarse de un estudio de caso con dudosa capacidad de generalización, podrían apoyar la idea de dar importancia a las características concretas y particulares de cada estudiante y de su entorno cercano para conectarlo con su instrucción escolar (Erickson, 2014; González, Moll & Amanti, 2005), primando las actuaciones que indaguen en los aprendizajes que se realizan fuera del sistema educativo formal y asumiendo un enfoque de investigación más cercano a la incorporación y aprovechamiento de las prácticas que niños y niñas han elegido frente a modelos que imponen “buenas prácticas” que en bastantes ocasiones no tienen realmente en cuenta qué resulta significativo para los aprendices-participantes.

Referencias

- AIMC (2013). *Resumen general de resultados EGM: Año móvil octubre 2012 a mayo 2013*. Consultado el 18 de agosto de 2013 en: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Cook, T., & Hess, E. (2007). What the camera sees and from whose perspective: Fun methodologies for engaging children in enlightening adults. *Childhood*, 14(1), 29-45.
- del Río, P. & del Río, M. (2008). La construcción de la realidad por la infancia a través de su dieta televisiva. *Comunicar*, 31(26), 99-108.
- Erickson, F. (2014). Scaling down: A modest proposal for practice-based policy research in teaching. *Education Policy Analysis Archives*, 22(9), 1-7.
- Esteban-Guitart, M. (2012). Towards a multimethodological approach to identification of funds of identity, small stories and master narratives. *Narrative Inquiry*, 22(1), 173–180.
- Esteban-Guitart, M. (en prensa). The medium is the message: Online learning, communities and identities. *Theory & Psychology*.
- Esteban-Guitart, M. & Moll, L. (2014). Funds of identity: A new concept based on the funds of knowledge approach. *Culture & Psychology*, 20(1), 41-48.
- Fundación Telefónica (2014). *La sociedad de la información en España 2013*. Barcelona: Ariel.
- González, N., Moll, L. & Amanti, C. (2005). *Funds of Knowledge. Theorizing Practices in Households, Communities and Classrooms*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- González-Patiño, J. (2011). Rutinas de la infancia urbana mediadas por la tecnología: Un análisis visual. *Papeles de Trabajo sobre Cultura, Educación y Desarrollo Humano*, 7(2), 1-16.
- González-Patiño, J. & Esteban-Guitart, M. (2014). Some of the challenges and experiences of formal education in a Mobile-Centric Society (MCS). *Digital Education Review*, 25, 64-86.
- Google (2012). *The new multi-screen world: understanding cross-platform consumer behavior*. Disponible online: http://services.google.com/fh/files/misc/multiscreenworld_final.pdf
- INE (2012). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Knowles, C., & Sweetman, P. (2004). *Picturing the social landscape: Visual methods and the sociological imagination*. Nueva York: Routledge.
- Plowman, L., & Stevenson, O. (2013). Exploring the quotidian in young children's lives at home. *Home Cultures*, 10(3), 329-347.

Ratner, C. (2006). *Cultural Psychology: A perspective on psychological functioning and social reform*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Vygotski, L. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica.