

Capital Social

- Una aproximación de recursos y redes personales

Alejandro García Macías
Doctorando en Sociología

Overview

Capital Social

- Consideraciones sobre el término y el concepto
- Definiciones y perspectivas
- Una apuesta teórica: el enfoque de recursos
 - Operacionalización
 - El Generador de Posiciones . Dos ejemplos

Redes personales y VennMaker

- Elicitación
- Características de VennMaker
- Demostración

Consideraciones sobre el término y el concepto de CS

- Difusión acelerada y explosiva del término en años recientes (80's)
- Concepto de larga data en tradiciones teóricas e intelectuales bien identificadas en el pensamiento social.
- Exportación del concepto a múltiples campos. Actualmente cubre una amplísima serie de estudios, en un conglomerado que va de lo dispar a lo caótico.

Consideraciones sobre el término y el concepto de CS

- Como producto de:
 - A. Esta difusión rápida y extensiva,
 - B. La confluencia de tradiciones teóricas no siempre convergentes ,
 - C. Su singular capacidad para explicar diferentes fenómenos sociales en múltiples escenarios y desde distintos niveles de análisis,
- El término es capaz de denotar y connotar significados diversos y encontrados.

Consideraciones sobre el término y el concepto de CS

- Consenso generalizado en cuanto a las figuras y contribuciones fundamentales para la emergencia y desarrollo del concepto, con matices en cuanto a su prominencia.
- Coincidencia creciente sobre la necesidad de un mínimo de orden conceptual en torno al CS.
- Constante: la noción de que el CS tiene que ver con relaciones sociales: es un asunto de redes.

Un ejemplo

- ¿El mismo proceso social contribuye a...
 1. Facilitar la búsqueda de empleo de una persona, con el apoyo de sus contactos;
 2. Facilitar la acción coordinada en su vecindario en la vigilancia contra el crimen, o;
 3. Crear en su país una conciencia cívica y social compartida, que estimule a la gente a donar para obras de caridad?

(Brunie, 2009)

Definiciones

- Bourdieu (1986)

“CS es la suma de recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos”

El volumen de CS en posesión de un agente, depende del tamaño de la red de conexiones que puede movilizar y del volumen de capital (económico, cultural o simbólico) que poseen aquellos con los que está conectado.

Definiciones

- Coleman (1990)

“El CS se define por su función. No es una sola entidad, sino una variedad de diferentes entidades con características en común: todas consisten en algunos aspectos de la estructura social, y facilitan ciertas acciones de los individuos dentro de la estructura”

Definiciones

- Putnam (2000)

“...Por CS quiero decir características de la vida social –redes, normas y confianza- que habilitan a los participantes para actuar juntos más efectivamente a fin de alcanzar objetivos compartidos”

Definiciones

- Nan Lin (2001)

“Capital Social son recursos insertos en redes sociales ”

Múltiples perspectivas

Autor(es)	Perspectivas, énfasis o enfoques sobre el Capital Social			
Brunie (2009)	Relacional		Colectivo	Generalizado
Fulkerson y Thompson (2008)	Recursos (Bourdieu, Granovetter)		Normativa (Putnam, Coleman, Hanifan)	
Adler y Kwon (2002)	Bridging (Bourdieu, Burt, Portes)		Bonding (Coleman, Putnam, Fukuyama)	"Neutral"
Woolcock y Narayan (2000)	Redes		Comunitaria	Institucional Sinérgica
Molina (2005)	En la red	N. Lin	En la persona	En la red de asociaciones cívicas

Una apuesta teórica: el enfoque de recursos

- Enfocarse en los mecanismos reticulares específicos responsables de los efectos del CS, en lugar de tratar de integrar diferentes posturas en metáforas ligadas de manera imprecisa a indicadores empíricos distantes (Burt, 2000)

Una apuesta teórica: el enfoque de recursos

- Las propiedades colectivas como la confianza, instituciones, normas y valores no serían parte de nuestra definición de CS en sí misma (la de Lin) sino que se les considera factores externos que pueden influenciar o tener un efecto en el CS.

(Lin 2008; Huber 2008).

Operacionalizar el concepto

- Tres dimensiones de observación (Bian 2008):
 1. Los lazos de red (Más vínculos, más CS)
 2. La estructura de las redes (Características diferenciadas son accesos desiguales al CS)
 3. Recursos insertos en las redes sociales (En posesión de los actores)

Operacionalizar el concepto

- Tres tipos de instrumentos:
 1. El generador/interpretador de nombres
 2. El generador de recursos
(Snijders 1999;Van der Gaag y Snijders 2005); y
 3. El generador de posiciones
(Lin y Dumin 1986;Van der Gaag, Snijders, & Flap, 2008).

El Generador de posiciones

- Es un método de medida del CS que incluye indicadores sobre tres dimensiones esenciales para medirlo:
 - La presencia de alteris,
 - Los recursos de estos alteris, y
 - La disponibilidad de dichos recursos para ego.

El Generador de posiciones

- A través del GP es posible aproximarse a los segmentos de las redes personales que son relativamente extensos, diversos, periféricos y débilmente ligados a ego (Fu, 2008).
- Aproximación consistente con el enfoque de redes personales, más que sociocéntricas.
- Características distintas de los enfoques de redes personales basados en los Generadores de Nombres.

El Generador de posiciones

- Usa una muestra jerarquizada de posiciones estructurales (ocupaciones) para determinar el acceso desigual de las personas a diferentes niveles de la estructura social, a través de sus contactos.

El Generador de posiciones

- Escalas de prestigio profesional:
 - Escala internacional estandarizada de prestigio ocupacional de Treiman (SIOPS);
 - Índice socioeconómico internacional de estatus ocupacional, de Ganzeboom y Treiman (ISEI).
 - Escala PRESCA para el caso español (Carabaña y Gómez)

El Generador de posiciones

- Se solicita a los informantes indicar si tienen contactos en cada una de las ocupaciones de esa muestra jerarquizada.
- Otros datos relacionales y atributivos (tipo de relación entre ego y alteri, su fortaleza y frecuencia, etc.)

El Generador de posiciones

- Cada relación adquiere un valor numérico en función a la escala de prestigio utilizada.
- Con estos datos se construyen medidas acerca de:
 1. El rango de accesibilidad a diferentes posiciones jerárquicas;
 2. La extensión o heterogeneidad de la accesibilidad a esas posiciones; y
 3. La alcanzabilidad superior del CS accedido

El Generador de posiciones

Medidas de capital social a partir de Generador de Posiciones (Van der Gaag et al., 2008)				
N°	Denominación	Cálculo	Tipo de medición	Antecedentes
1	El prestigio más alto accedido	El puntaje de la ocupación más alta accedida.	Presencia de elementos específicos en la red social.	Lin 2001;
2	Rango de prestigio accedido	La diferencia entre el prestigio más alto y más bajo accedidos	Diversidad del CS	Granovetter 1973; Flap 1991;
3	Número de posiciones diferentes accedidas	El número total de ocupaciones en que el informante conoce a alguien	Diversidad del CS	Burt 1992; Erickson 1996b; Lin 2001
4	Prestigio accedido promedio	Media del prestigio de todas las ocupaciones en las que el informante conoce a alguien	Volumen o extensión del CS	Campbell, Mardsen and Hurlbert 1986
5	Prestigio accedido total	Suma del prestigio acumulado de todas las posiciones accedidas	Volumen o extensión del CS	Boxman, Flap, and Weesie 1992; Hsung y Hwang 1992

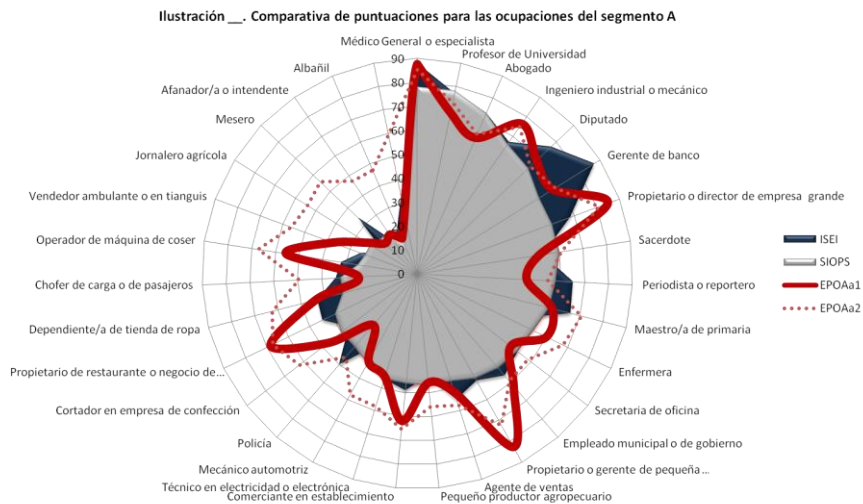
Caso 1 GP: Localidades atípicas

- Estimación del Capital Social de trabajadores en localidades altamente especializadas en la industria de la ropa en México.
- Desarrollo industrial y económico atípico
- Configuración ocupacional atípica

Caso 1 GP: Localidades atípicas

		Instrumento	
		Segmento A: Ocupaciones tradicionales y localmente relevantes	Segmento B: Tradicionales, localmente relevantes, atípicas y con prestigio negativo
Puntuación en base a...	Asignación de un valor entre 30 y 1 a ocupaciones jerárquicamente ordenadas por los informantes, conversión a base 100	EPOA a1	EPOA b1
	Puntuación libremente asignada en una escala de prestigio positivo entre 1 y 100	EPOA a2	--
	Puntuación libremente asignada en una escala prestigio – desprestigio entre 100 y -100	--	EPOA b2

Caso 1 GP: Localidades atípicas



Caso 1 GP: Localidades atípicas

Coefficientes de correlación de las versiones de EPOA respecto a SIOPS e ISEI, para 16 ocupaciones comunes

	EPOAa2	EPOAb1	EPOAb2	SIOPS	ISEI
EPOAa1	0.9143	0.9443	0.8255	0.7305	0.7468
EPOAa2		0.8843	0.7825	0.6385	0.6985
EPOAb1			0.8982	0.8238	0.7849
EPOAb2				0.6885	0.6621
SIOPS					0.9514

Caso 1 GP: Localidades atípicas

CMO	OCUPACIÓN	EPA	SIOPS	ISEI
1130	Médico General o especialista	88	78	88
2124	Propietario o gerente pequeña empresa	83	50	51
1104	Ingeniero industrial o mecánico	76	66	67
2127	Propietario de restaurante	68	38	44
7130	Proveedor de maquinaria o mat. prima industrial	64	47	55
7100	Comerciante en establecimiento	62	46	49
5322	Operador de máquina de coser	55	25	32
5222	Maquilador de ropa a domicilio	54	34	36
7130	Agente de ventas	52	47	55
4120	Pequeño productor agropecuario	46	47	43
5322	Cortador en empresa de confección	47	40	36
7111	Dependiente/a de tienda de ropa	44	32	43
5240	Ayudante de tejido o bordado	40	18	20
7201	Vendedor ambulante o en tianguis	38	23	25
8190	Prestamista o agiotista	34	15	40
7201	Vendedor de mercancía pirata	27	12	28
4109	Jornalero agrícola	25	23	16
8124	Afanador/a o intendente	20	21	16
8101	Mesero	18	21	24

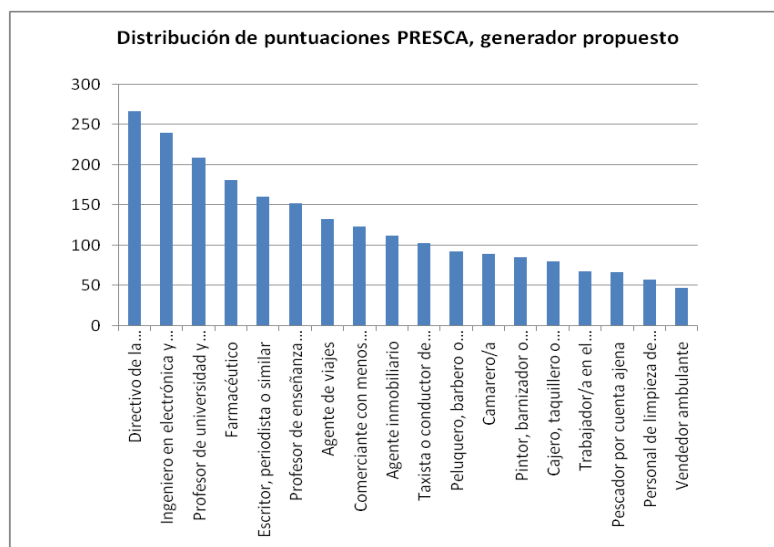
Caso 2 GP: Lloret de mar

- Población inmigrante india
- Industria del comercio relacionado al turismo
- Capital social local y redes transnacionales
- Estudio de redes personales y estimación del Capital social vía Generador de Posiciones

Caso 2 GP: Lloret de mar

#	Ocupación	PRESCA	Clase	Grupo
1	Directivo de la administración pública	266.23	10	1
2	Ingeniero en electrónica y telecomunicaciones	239.88	10	2
3	Profesor de universidad y enseñanza superior	208.93	10	2
4	Farmacéutico	180.47	9	2
5	Escritor, periodista o similar	160.05	8	2
6	Profesor de enseñanza secundaria	152.38	8	2
7	Agente de viajes	132.14	7	3
8	Comerciante con menos de diez asalariados	123.54	7	1
9	Agente inmobiliario	112.20	6	3
10	Taxista o conductor de automóviles o furgonetas	102.33	5	8
11	Peluquero, barbero o especialista en belleza	92.48	5	5
12	Camarero/a	89.12	4	5
13	Pintor, barnizador o empapelador	85.11	3	7
14	Cajero, taquillero o empleado de ventanilla	79.77	3	4
15	Trabajador/a en el cuidado de personas	67.61	2	5
16	Pescador por cuenta ajena	66.07	2	6
17	Personal de limpieza de oficinas, hoteles	57.54	1	9
18	Vendedor ambulante	46.77	1	9

Caso 2 GP: Lloret de mar



Caso 2 GP: Lloret de mar

1		2		3	4		5		6	
Ocupaciones		Relación		Sexo	Ubicación		Proximidad			
¿Algún miembro de su familia, amigo o conocido se dedica a:		¿Cuál es su relación con esta persona?		¿Es hombre o mujer?	¿Dónde vive esta persona?		¿Cuánto tiempo tiene de conocer a esta persona (años)?		¿Qué tan cercano se siente usted con esa persona?	
0	NO Pase a la siguiente ocupación	1 Conocido		1 H	0 En mi mismo barrio		1 Menos de 1		0 Nada cercano	
1	SI	2 Amigo		2 M	1 En otro barrio de Lloret de Mar		2 1 a menos de 5		1 No muy cercano	
		3 Familiar			2 En Cataluña		3 5 a menos de 10		2 Cercano	
					3 En España		4 10 a menos de 20		3 Bastante cercano	
					4 En otro país		5 Más de 20		4 Somos íntimos	
					Entrevistador: Para cualquier respuesta diferente a 0, especificar ciudad. Para 5, especificar ciudad y país.					
01	Agente de viajes	0 1	1 2 3	1 2	0 1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		0 1 2 3 4	
02	Personal de limpieza de oficinas, hoteles	0 1	1 2 3	1 2	0 1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		0 1 2 3 4	
03	Cajero, taquillero o empleado de ventanilla	0 1	1 2 3	1 2	0 1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		0 1 2 3 4	
04	Camarero/a	0 1	1 2 3	1 2	0 1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		0 1 2 3 4	
05	Trabajador/a en el cuidado de personas	0 1	1 2 3	1 2	0 1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		0 1 2 3 4	

Redes personales y VennMaker

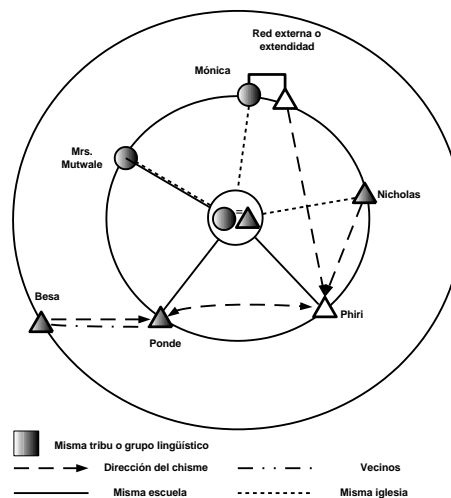
Redes personales y VennMaker

- VennMaker es una herramienta de software para visualizar y analizar cuantitativa y cualitativamente, redes sociales egocéntricas.
- Las redes pueden elicitar mediante entrevista al informante o por autoaplicación dirigida.
- Pueden compararse diferentes vistas o fases de una red longitudinal, tanto gráfica como estadísticamente.

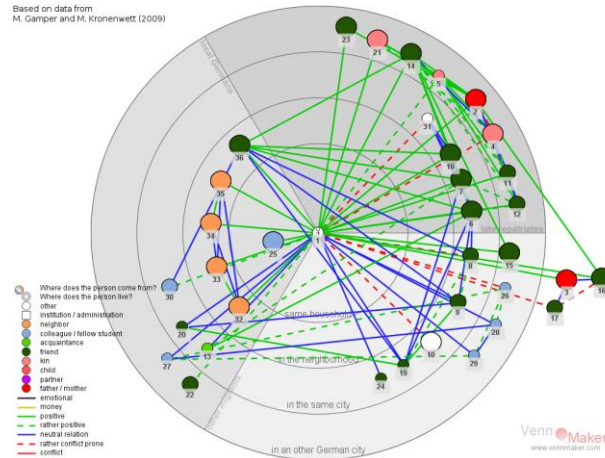
Elicitación de Redes Personales con Vennmaker

Gossip network ... (Epstein, 1957)

(Tomado de Molina y Lubbers, 2011)



Elicitación de Redes Personales con Vennmaker



Características de VennMaker

Nivel de Administrador

- Crear un cuestionario vía interfaz
- Definir el proceso de entrevista

Nivel de entrevista

- Ubicar actores en el mapa de red
- Visualizar vínculos
- Discutir la calidad de las relaciones
- Grabar en audio y animación

Nivel de análisis

- Exportar análisis estadísticos
- Procesos de formación
- Entrevista cualitativa en audio

Una breve demostración de VennMaker