

REPENSANDO EL CAPITAL SOCIAL EN LA ERA DIGITAL Y EN SOCIEDADES DIVERSAS

HOMERO GIL DE ZÚÑIGA
Universidad de Salamanca; Pennsylvania State University; Universidad Diego Portales
hgz@usal.es
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-4187-3604>

ARACELI MATEOS
Universidad de Salamanca
amd@usal.es
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0001-6208-5917>

ISABEL INGUANZO
Universidad Salamanca
isabel_io@usal.es
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-9784-8408>

Cómo citar este artículo / Citation: Gil de Zúñiga, H.; A. Mateos; I. Inguanzo. 2022. Repensando el capital social en la era digital y en sociedades diversas, *Revista Internacional de Sociología* vol. 80 (4), e214, octubre-diciembre, 2022. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.MI22-0001>

RETHINKING SOCIAL CAPITAL IN THE DIGITAL ERA AND DIVERSE SOCIETIES

Copyright: © 2022 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

Recibido: 21.12.2021. **Aceptado:** 19.09.2022
Publicado: 28.12.2022

RESUMEN

Este artículo introduce el volumen monográfico que lleva por título '*Capital Social en Democracia: Una Perspectiva de la Influencia del Capital Social en Sociedades Diversas*'. En primer lugar, este artículo captura brevemente y con una mirada temática amplia, las distintas acepciones y operacionalizaciones de Capital Social, y cómo se ha introducido el constructo a través de diferentes disciplinas. El artículo también explica el devenir del Capital Social dentro del contexto de internet y las redes sociales, así como desgrana nuevos actores y temas en torno a esta materia. Finalmente, se incluye una sección donde se integran los resúmenes de cada uno de los estudios que componen este monográfico.

PALABRAS CLAVE

Capital Social; Internet; Medidas de Capital Social; Relaciones Sociales

ABSTRACT

This article introduces a special volume entitled '*Capital Social en Democracia: Una Perspectiva de la Influencia del Capital Social en Sociedades Diversas*.' With a broad thematic perspective, the article first briefly captures the different *meanings* and *measures* of Social Capital, and how the construct has been introduced across different disciplines over time. The article also explains the evolution of Social Capital within the context of the internet and social media, as well as it unravels novel actors and issues around this matter. Finally, a section is included integrating summaries for each and every one of the studies contributing to this special volume.

KEYWORDS

Internet; Social Capital; Social Capital Measures; Social Relations

El capital social tiene una permanente vigencia como objeto de investigación para muchas disciplinas, facilitado por la ampliación de la mirada comparada a ámbitos geográficos y culturales anteriormente no explorados, como es el caso de África o Asia. Esta vigencia viene también reforzada por crisis económicas y coyunturas de incertidumbre, como la reciente pandemia provocada por la Covid-19, por nuevos modelos sociales en sociedades más envejecidas, y por el uso y acceso a las nuevas tecnologías, que condicionan las relaciones sociales.

Dentro de las diferentes disciplinas, las ciencias de la salud son las que han incorporado más recientemente este concepto como determinante del estado de salud de las personas o su evolución, tanto física como mental (Coll-Planas 2017; Kawachi y Berkman 2014; Song 2013). Otras disciplinas, como la economía, siguen utilizando modelos teóricos clásicos, de inversión óptima o maximizadores de utilidad, que permiten identificar la decisión de un individuo de acumular capital social (Bathuure 2021) al mismo tiempo que ponen el foco de atención en este tipo de capital como fuente de desarrollo y crecimiento económico de las sociedades (Whiteley 2000). En sociología, ciencia política o comunicación, el capital social sigue adquiriendo un interés múltiple: importa conocer las antecedentes que lo originan y su variación a lo largo del tiempo, así como indagar en los efectos que tiene sobre las actitudes, valores y comportamientos sociopolíticos de las personas (Collins *et al.* 2014) o sobre el rendimiento de las instituciones políticas (Boix y Posner 1998).

Además de una diversificación de disciplinas, la imagen global del capital social ha encontrado recientemente un desarrollo al ampliar la mirada comparada a ámbitos geográficos y culturales menos explorados. Todos ellos apoyados en herramientas de obtención de datos que garantizan presentar el estado del capital social a lo largo del tiempo y comparar con otras áreas y países con características sociales o culturales diferentes. The Chinese, Japanese o East Asian General Social Survey, Latinobarómetro, Arab Barometer, Afrobarometer, etc. son algunos ejemplos de los que se da cuenta en diferentes artículos de este monográfico.

Aunque el concepto de capital social no ha estado exento de firmes debates teóricos y metodológicos (Kaasa y Parts 2008), esta mirada más amplia que acabamos de mencionar, junto al uso de internet y las redes sociales, hace aún más necesario el replanteamiento de su conceptualización y medición. La mayoría de las definiciones se han apoyado en las clásicas de Bourdieu (1980) y Coleman (1990), basadas en la diferenciación del capital social como propiedad del individuo (derivada de su posición o *status* social) o del colectivo (como un bien público en que las acciones de los individuos benefician

al grupo). Diferencia que también ha conducido a adaptaciones que resaltan las funciones del capital social como *punte* o como *vínculo*. Sin embargo, el advenimiento de internet, los medios sociales y otros avances tecnológicos ha requerido adaptar todas estas definiciones al ampliarse los temas y espacios disponibles que permiten generar capital social (Gil de Zúñiga, Barnidge y Scherman 2017; Williams 2007).

En este contexto se ubica este monográfico, que trata de aportar un abanico de nuevos temas, conceptos y espacios vinculados al capital social que permitirán comprender y establecer semejanzas y diferencias en sociedades distintas en la era digital.

INTERNET Y LOS CAMBIOS EN LAS RELACIONES SOCIALES

Internet y las redes sociales incrementan y facilitan las relaciones sociales, ya que minimizan los costes que implica estar en contacto con otras personas, así como estar informado (Resnick 2001; Ellison, Steinfield y Lampe 2007). De este modo, internet puede reducir la distancia social en contextos rurales o despoblados o para personas con tendencia al aislamiento social (Durston, Gaete y Pérez 2016; Stern y Adams 2010). De igual forma, internet afecta al tipo de relaciones sociales, cómo y cuánto se interactúa, se colabora, y también amplía los límites de la comunidad (Van der Gaag y Snijders 2005). Las plataformas *online* garantizan el anonimato, las interacciones asíncronas y una capacidad variable de divulgación pública (Vitak y Ellison 2013). Por otro lado, logran una presencia e interacción en tiempo real y diversifican los canales de comunicación y la intensidad de los lazos y vínculos (Xu, Li y Zhang 2021).

Todo ello hace necesario revisar los enfoques teóricos clásicos —cultural y estructural— basados en la posición del individuo en la estructura social o los lazos mantenidos con otros miembros de la comunidad de pertenencia. Las nuevas tecnologías desdibujan patrones previos de referencia, reducen distancias a la hora de mantener vínculos y amplían la cantidad de puentes entre personas heterogéneas con identidades y referentes culturales diversos. Desde este punto de vista, internet incrementaría las posibilidades de generar capital social (Wellman *et al.* 2001).

Además, internet condiciona otros elementos cruciales para la creación y regeneración del capital social como son las normas y las sanciones sociales, que han representado la base del funcionamiento de los grupos y las redes sociales. En el entorno virtual, los costes de pertenencia o renuncia a los grupos resultan menos gravosos, por lo que se complejiza reflexionar con las bases teóricas que hasta ahora justificaban el mantenimiento de los vínculos o la

decisión de cooperar. Estamos ante un conjunto de sociedades diversas bajo un paraguas digital en que se flexibilizan las normas y sanciones que permiten crear conexión y cooperación en favor del interés colectivo. Por ello, la reflexión pasa por buscar qué nuevos elementos están haciendo que las personas coordinen sus esfuerzos y qué nuevos elementos pueden provocar la desconexión o un debilitamiento de la reciprocidad.

A través de tres ejemplos muy diferentes, pueden presentarse estos cambios que internet produce en las relaciones sociales. Por un lado, la esfera de los juegos *online*, el denominado *Gaming Social Capital* (Molyneux, Vasudevan y Gil de Zúñiga 2015), que genera vínculos y actitudes sociopolíticas. En estos juegos, las relaciones sociales son mucho más horizontales en términos de edad o procedencia social. La selección de un avatar concreto, la identificación con él o la lealtad generada con la comunidad del juego pueden promover la creación de capital social (Teng 2018; Tseng, Huang y Teng 2015; Zhong 2011). Por otro lado, el uso de las plataformas y medios sociales ha hecho que la comunicación e interacción familiar se haya intensificado a lo largo de los periodos de confinamiento derivados de la pandemia COVID-19. La interacción ha sido más frecuente a través de estas plataformas con redes de familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc. Todo ello ayudó a sobrellevar esta situación inusual. Fomentaron aún más el intercambio de noticias y consejos, al tiempo que se compartieron mucho más los sentimientos y miedos personales (Jean-Baptiste *et al.* 2020). El tercer ejemplo tiene que ver con el ámbito laboral: la creación de nuevos espacios de intercambio en el ámbito laboral —*Organizational Social Network Site*—. Estos espacios web o intranet pretenden promover las relaciones entre compañeros de trabajo desde un punto de vista más horizontal, de ayuda y conocimiento mutuo sobre puntos de vista respecto a temas personales y profesionales que faciliten posteriormente la cooperación (Steinfeld *et al.* 2009).

NUEVOS ACTORES Y NUEVOS TEMAS EN TORNO AL CAPITAL SOCIAL

La mayoría de los estudios sobre capital social se han centrado en la población general de un país, pero recientemente han aparecido numerosos estudios sobre el capital social de grupos sociales específicos como los estudiantes (Valenzuela, Park y Kee 2009; Ellison, Steinfeld y Lampe 2007), los jóvenes (Holland 2009; Schaefer-McDaniel), las personas mayores (Coll-Planas 2017; Gray 2009), las mujeres (Lowndes 2004) o los inmigrantes (Bankston 2014; Morales y Pilati 2011). De igual forma, estudios previos habían identificado al Estado y otras instituciones políticas como actores con capacidad de invertir recursos para crear y mantener

el capital social (Herreros 2004). En la actualidad, se añaden a esos análisis otros agentes externos creadores de capital social que fomentan la acción colectiva, el funcionamiento de las instituciones democráticas, el desarrollo económico o la confianza social. El Banco Mundial o la Comisión Económica para América Latina y el Caribe serían algunos ejemplos de estas organizaciones y agencias internacionales que, trascendiendo los límites nacionales, han reconsiderado la importancia de este tipo de capital para garantizar una reducción de la desigualdad y la superación de la pobreza (Fox 2003, Arriagada 2005). Pero también organizaciones de movimientos sociales transnacionales (TSMO) y organizaciones internacionales no gubernamentales (INGO) contribuyen a la creación de capital social cultivando identidades transnacionales y desarrollando sociedades civiles globales (Smith 1998; Teegen 2003). Por su parte, la globalización y los conflictos nacionales han ocasionado importantes migraciones internacionales —laborales, políticas o económicas— y las organizaciones transnacionales de inmigrantes que facilitan dichas migraciones, motivadas por valores colaborativos y de solidaridad, así como de garantía de los derechos humanos, son igualmente nuevos espacios de generación y análisis del capital social.

Estos nuevos actores aparecen vinculados con nuevos espacios y ámbitos en los que se crea capital social y que tienen que ver con sociedades más diversas, con desigualdades económicas, sociales, de género y en que los valores postmaterialistas adquieren un peso relevante a la hora de fomentar el capital social. Por ejemplo, las actividades vinculadas a campañas de *crowdfunding* representan espacios donde se genera capital social (Cai, Polzin y Stam 2021). Estas acciones se basan en valores de solidaridad y colaboración, que justifican aportar tiempo y recursos para lograr proyectos innovadores. También el consumo colaborativo o la sostenibilidad ambiental representan nuevos temas desde los que observar a los individuos-consumidores y sus identidades y comportamientos ambientalistas que trascienden a su propia comunidad (Brändle 2017).

No solo eso, el capital social también se puede observar en otros grupos que amparan valores materialistas, religiosos y que defienden el mantenimiento del *statu quo* como es el *Tea Party Movement* en Estados Unidos. Una red que utilizó la plataforma Facebook para aglutinar miembros que compartían puntos de vista similares a lo largo del país creando TeaPartyPatriots.org, un espacio web desde el que convocar, vincular, movilizar e incluso proponer candidatos en torno a valores conservadores (Van Dike y Meyer 2014).

Estos ejemplos vendrían a representar la ampliación de espacios que facilitan un potencial

incremento del capital social. Reflejarían el “*bowling online, not alone*” (Skoric, Ying y Ng 2009), tratando de cuestionar el declive del capital social décadas antes en *Bowling alone* de Putnam (1995).

LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LA ERA DIGITAL

La medición del capital social en la era digital obliga a revisar los indicadores e instrumentos de medición utilizados hasta el momento para el capital social *offline*. Internet ha ampliado las fuentes de información y las técnicas de análisis que complementan los resultados obtenidos a partir de encuestas de opinión: *big data*, análisis de redes, gamificación, etc. Todo ello permite conseguir información más detallada y amplia sobre las conexiones e interacciones personales *online* en las que pueden identificar grados de colaboración, confianza, reciprocidad e implicación. Sin embargo, dado que el escenario tiene nuevos elementos que engloban grados de relación y reciprocidad diversos, como *hashtags*, emoticonos, *re-tweets*, seguidores, “me gusta”, etc.; se requiere pensar en instrumentos de medición innovadores y, a su vez, válidos y fiables utilizados de manera homogénea por los investigadores. Hasta el momento, ha habido algunos esfuerzos por debatir la importancia de los *Social Network Sites* y el capital social (Spottswood y Wohn 2020; Ellison, Steinfield y Lampe 2007), así como por desarrollar conceptos e indicadores para la medición del capital social en comunidades *online*: Williams (2006) ha abordado la validez de diferentes escalas de *Internet Social Capital* (ISC), en su consideración como puente y como vínculo, y Gil de Zúñiga, Barnidge y Scherman (2017) introdujeron el concepto *Social Media Social Capital* para referirse a conexiones y recursos a los que se accede en entornos de redes sociales y *microblogging* (Facebook, Twitter, Instagram, etc.).

El uso de nuevas plataformas en que se desarrollan relaciones y conexiones en un espacio *online* se expande a temas de lo más variado: sanitarios, laborales, empresariales, religiosos, juegos, etc. Por ello, la medición del tipo de interacción, frecuencia e importancia concedida por los individuos a estos espacios de los que se forma parte, requerirá de una adaptación constante a la realidad digital cambiante. La revisión realizada por Spottswood y Wohn (2020) sobre los trabajos en torno al capital social *online* pone de manifiesto, la necesaria diferenciación entre capital social *online* y *offline*; que el uso de las plataformas varía rápidamente, por lo que incrementan los análisis en incluyen múltiples plataformas, y que muchos de los trabajos están dirigidos a analizar cómo este capital social *online* influye en el bienestar de las personas.

APORTACIONES DE LOS TRABAJOS DE ESTE VOLUMEN MONOGRÁFICO

Labarca *et al.* (2022) buscan entender cuáles son los determinantes individuales y contextuales de la confianza política. Para ello, se apoyan en Catterberg y Moreno (2006) para identificar el capital social y el compromiso cívico como dos variables fundamentales a la hora de explicar tanto la confianza en el gobierno como la confianza en el Estado. Por un lado, basándose en Mani y Echeverría (2019) asumen que un mayor consumo de noticias incrementa el compromiso cívico y político, el cual, a su vez, aumentaría la confianza política. Sin embargo, los autores proponen una revisión de la tesis del círculo virtuoso entre consumo de noticias y confianza política y apuntan a que el impacto directo de ese consumo en la confianza política en el gobierno y en el Estado puede variar en función del canal (noticias tradicionales o plataformas de redes sociales) y del contexto político y mediático.

Para poner a prueba esta tesis, realizan un análisis comparado de estas relaciones en diez países latinoamericanos a través de los datos de la Encuesta Mundial de Valores, teniendo en cuenta la libertad de expresión y el nivel de polarización en cada uno de estos países. Los resultados sugieren que, independientemente de estas variables contextuales, así como del consumo de noticias, el capital social entendido como confianza interpersonal y el compromiso cívico, operacionalizado como pertenencia a organizaciones voluntarias, están positiva y significativamente asociados a diversas dimensiones de la confianza política. Por otro lado, el consumo de noticias tradicionales está positivamente relacionado con la confianza política independientemente del contexto político del país. En cambio, el consumo de noticias a través de plataformas sociales está negativa y significativamente asociado a la confianza política, y esta asociación es más fuerte en países más polarizados políticamente y donde la libertad de expresión es mayor.

Kobayashi y Madrid-Morales (2022) analizan la relación entre el uso de las redes sociales y la generación de capital social. Para ello, se hacen eco del debate conceptual en torno al capital social y de los resultados mixtos que han arrojado los estudios previos sobre esta relación. Tras revisar las diferentes concepciones de capital social, optan por estudiar qué impacto tiene el uso de las redes sociales en la participación en asociaciones, la confianza interpersonal y el tamaño de la red de los individuos. Los estudios previos sobre esta temática habían arrojado resultados de diferente signo y, para superar estas aparentes contradicciones, los autores proponen centrarse en casos generalmente menos estudiados, como son los países y territorios

de Asia Oriental, donde estudios previos apuntan a diferencias culturales tanto en las funciones como en las estructuras de las redes interpersonales.

Además, los autores proponen una nueva aproximación metodológica al estudio de la relación entre el uso de los medios sociales y el capital social, superando las limitaciones de los estudios transversales con modelos de regresión. Para ello, crean una situación cuasi-experimental siguiendo la técnica de puntuaciones emparejadas con el algoritmo del vecino más cercano (Mahalanobis) a partir de los datos del Asian Barometer Survey para Japón, Corea del Sur, China y Taiwán. Los hallazgos indican que el uso de las redes sociales tiene un claro efecto positivo en el tamaño de las redes interpersonales de los ciudadanos asiáticos, pero sus efectos en la participación en asociaciones y en la confianza interpersonal son mucho menos consistentes.

Huang-Isherwood, Kim y Williams (2022) proponen un estudio innovador para analizar qué motivaciones y comportamientos de juego *online* son capaces de generar capital social *punteo* y *vínculo* para diferentes géneros. Para ello, se centran en las personas que juegan a Sky, un juego *online* multijugador con características prosociales, ya que el juego tiene incentivos para la ayuda mutua y rara vez fomenta comportamientos agresivos. La mayoría de las personas que juegan a Sky se identifican como mujeres y los autores buscan identificar si existen diferencias entre los géneros en las relaciones entre las motivaciones y comportamientos de juego, por un lado, y los diferentes tipos de capital social por el otro.

Para analizar estas relaciones, los autores realizan una encuesta a las personas jugadoras de Sky la en que proponen una pregunta abierta para género y buscan identificar las diferentes motivaciones asociadas al juego, distinguiendo entre motivaciones escapistas, socializadoras y “sabelotodo”, así como patrones distintos de comportamiento socializador durante el juego. Los autores hallan diferencias entre los géneros en relación con el capital social y el comportamiento socializador: aquellas personas que se identifican como hombres tienen más capital social, pero son las mujeres las que tienen mayor comportamiento socializador, interaccionando más con otras personas durante el juego. En cambio, no encontraron diferencias de género en las motivaciones para jugar a Sky, las cuáles pueden explicar diferentes tipos de capital social *punteo* y *vínculo*.

Chen, Li y Huang (2002) exploran cuál es el rol del capital social y los recursos digitales de madres y padres en la transmisión del capital cultural intergeneracional en comunidades menos privilegiadas de Estados Unidos. Para analizar el capital cultural, las autoras atienden tanto al conocimiento cultural como a

la participación intergeneracional conjunta de padres-madres e hijos-hijas en actividades culturales. Se basan, además, en una concepción de capital social estructural, proponiendo una novedosa manera de operacionalizarlo consistente en atender a la cantidad de vínculos con personas con diferentes posiciones ocupacionales. Los hallazgos sugieren que, en este tipo de comunidad, el capital social de los progenitores no está asociado ni positiva ni negativamente con el capital cultural intergeneracional cuando se tienen en cuenta los usos y habilidades digitales de los padres.

De hecho, el simple acceso a internet y a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tampoco parece tener una relación significativa con la transmisión intergeneracional de capital social en los entornos desfavorecidos, sino que son precisamente los usos y habilidades digitales de las madres y padres los que guardan una relación significativa con el conocimiento y la participación culturales intergeneracionales. Estos hallazgos apuntan a una relación compleja entre TIC y transmisión intergeneracional de capital cultural en entornos desfavorecidos. En cualquier caso, las personas que residen en barrios desfavorecidos son diversas y, en consecuencia, diversa es la transmisión de capital cultural en función de determinados perfiles sociodemográficos.

Skoric y Zhu (2022) aportan una reflexión teórica sobre los espacios digitales fragmentados y su relación con la proliferación de capital social. A diferencia de investigaciones previas que ponían el foco en la capacidad conectiva de las redes sociales para ampliar y fortalecer los vínculos personales de los usuarios, los autores de este artículo se centran en que determinados comportamientos, en principio asociales, influyen en el capital social. En concreto, se centran en que comportamientos asociales en redes sociales, tales como eliminar amistades, el bloqueo o el filtrado de ciertos usuarios y los contenidos que producen, pueden crear “espacios digitales seguros” para comunidades minoritarias. Skoric y Zhu sostienen que, en contextos de polarización, estos espacios seguros pueden, lejos de disminuir el capital social *online*, reforzarlo e influir positivamente en la organización y participación cívica, especialmente de comunidades o colectivos que sufren discriminación.

Al mismo tiempo, y como contraste relevante, la falta de heterogeneidad existente en estos enclaves digitales seguros puede, al mismo tiempo, reducir las oportunidades de deliberación pública con usuarios con puntos de vista dispares; lo cual, en último término, podría socavar la democracia. Además, en términos de capital social *punteo*, la segmentación de las redes sociales por medio del filtrado, selección y desconexión puede, al mismo tiempo, reducir el acceso de los usuarios que se embarcan en estas

prácticas a personas, a contactos y recursos diversos, es decir, reduce los puentes que en un principio las plataformas digitales de redes sociales habrían incrementado o potencialmente podrían incrementar.

Mateos, Inguanzo y Gil de Zúñiga (2022) cierran este monográfico con un debate conceptual y metodológico sobre el capital social. Para ello, hacen una revisión profunda y extensa de diferentes formas de entender y medir el capital social en las diferentes disciplinas de las ciencias sociales. Fruto de este repaso conceptual, abogan por separar capital social de compromiso cívico, entendido este último como participación cívica o comunitaria. A su vez, identifican en la literatura dos formas distintas de entender el capital social. Por un lado, la definición cultural de capital social entiende y mide este último como confianza interpersonal. Por otro lado, la definición estructural de capital social lo entiende como sentimiento comunitario y lo mide a través de los vínculos comunitarios de la persona. Una vez aclarados los conceptos, los autores se proponen revisar la teoría del círculo virtuoso entre capital social y compromiso cívico.

Para ello, se basan en una encuesta panel realizada en Estados Unidos con hasta tres oleadas, y se proponen desentrañar la posible relación endógena entre estos conceptos utilizando las dos mediciones de capital social y un modelo de correlaciones cruzadas en series temporales. Los resultados sugieren que no existe tal círculo virtuoso y que, en todo caso, los individuos con un mayor nivel inicial de compromiso cívico presentan mayores niveles de capital social en un momento posterior, independientemente de cómo se mida este último. La relación sobre la influencia positiva del capital social en el compromiso cívico es, en cambio, mucho más débil e inestable.

Gracias a este volumen monográfico, se pueden observar algunos ejemplos que engloban la gran diversidad teórica y empírica en torno a los estudios del capital social en la actualidad. Debido a la influencia potencial del capital social en el desarrollo de las relaciones sociales entre individuos, estructuras organizacionales e instituciones en la sociedad, atisbamos que futuras investigaciones interdisciplinarias se beneficiarán de los estudios presentados aquí. El futuro de las investigaciones sobre el capital social se antoja vibrante y, sin duda, estas ayudarán a la sociedad a enfrentar desafíos importantes, tanto en democracias más establecidas como en democracias en vías de desarrollo y consolidación.

El futuro de las investigaciones sobre el capital social se antoja vibrante y, sin duda, éstas ayudarán a la sociedad a enfrentar desafíos importantes, tanto en democracias más establecidas como en democracias en vías de desarrollo y consolidación.

BIBLIOGRAFÍA

- Arriagada, I. 2005. Aprender de la experiencia: el capital social en la superación de la pobreza. Santiago de Chile. CEPAL.
- Bankston III, C. L. 2014. *Immigrant networks and social capital*. Cambridge. John Wiley & Sons.
- Bathuure, I. A. 2021. "The Role of Social Capital and Social Innovation in Economic Growth". *The Economics and Finance Letters* 8(2): 231-250. <https://doi.org/10.18488/journal.29.2021.82.231.250>.
- Boix, C. y D. N. Posner. 1998. "Social capital: Explaining its origins and effects on government performance". *British journal of political science* 28(4): 686-693.
- Bourdieu, P. 1980. "The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods". *Media, Culture and Society* 2 (3): 261-293.
- Brändle, G. 2017. "Controversias en torno al impacto social del consumo colaborativo: algunos elementos para la discusión". *Redes. com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación* (15): 122-143.
- Cai, W., F. Polzin y E. Stam. 2021. "Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective". *Technological Forecasting and Social Change* 162: 120412. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120412>.
- Catterberg, G. y A. Moreno. 2006. "The individual bases of political trust: Trends in new and established democracies". *International Journal of Public Opinion Research* 18(1): 31-48. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh081>.
- Chen, W., X. Li y E. Huang. 2022. "Capital social, brechas digitales y transmisión intergeneracional del capital cultural en comunidades urbanas estadounidenses desfavorecidas: un estudio exploratorio". *Revista Internacional de Sociología* 80(4), e218. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-007>.
- Coleman, J. S. 199). *The Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Coll-Planas, L., G. del Valle Gomez, P. Bonilla, T. Masat, T. Puig y R. Monteserin. 2017. "Promoting social capital to alleviate loneliness and improve health among older people in Spain". *Health & social care in the community* 25(1): 145-157. <https://doi.org/10.1111/hsc.12284>.
- Collins, C. R., Neal, J. W., y Neal, Z. P. 2014. "Transforming individual civic engagement into community collective efficacy: The role of bonding social capital". *American journal of community psychology*, 54(3), 328-336. <https://doi.org/10.1007/s10464-014-9675-x>.
- Durston, J., J. M. Gaete y M. Pérez. 2016. "Community, connectivity and the regional movement in Patagonia: the evolution of social capital in the Aysén Region of Chile". *CEPAL Review*. <http://hdl.handle.net/11362/40428>.
- Ellison, N. B., C. Steinfield y C. Lampe. 2007. "The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites". *Journal of computer-mediated communication* 12(4): 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>.
- Fox, J. 2003. "El capital social: de la teoría a la práctica. El Banco Mundial en el campo mexicano". *Foro internacional*: 347-402.
- Gil de Zúñiga, H. G., M. Barnidge y A. Scherman. 2017. "Social media social capital, offline social capital, and citizenship: Exploring asymmetrical social capital effects". *Political Communication* 34(1): 44-68. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1227000>.

- Gray, A. 2009. "The social capital of older people". *Ageing & Society* 29(1): 5-31. <https://doi.org/10.1017/S0144686X08007617>.
- Herreros, F. 2004. *The problem of forming social capital: Why trust?* New York. Palgrave Macmillan.
- Huang-Isherwood, K. M., S. S. Y. Kim, D. Williams y A.J. Bisberg. 2022. "Las mujeres ocupan (más de) la mitad del cielo: examinando las motivaciones, los comportamientos y el capital social en un juego multijugador popular entre las jugadoras". *Revista Internacional de Sociología* 80(4), e219. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-003>.
- Holland, J. 2009. "Young people and social capital: Uses and abuses?". *Young* 17(4): 331-350. <https://doi.org/10.1177/110330880901700401>.
- Jean-Baptiste, C. O., R. P. Herring, W. L. Beeson, H. Dos Santos y J. E. Banta. 2020. "Stressful life events and social capital during the early phase of COVID-19 in the US". *Social Sciences & Humanities Open* 2(1): 100057. <https://doi.org/10.1016/j.ssho.2020.100057>.
- Kaasa, A. y E. Parts. 2008. "Individual-Level Determinants of Social Capital in Europe: Differences between Country Groups". *Acta Sociologica* 51(2): 145-168. <https://doi.org/10.1177/0001699308090040>.
- Kawachi, I. y L. F. Berkman. 2014. "Social capital, social cohesion, and health". *Social epidemiology* 2: 290-319.
- Kobayashi, T. y D. Madrid-Morales. 2022. "¿Se acumula capital social en Asia Oriental con el uso de las redes sociales? Inferencia causal estadística con datos del Asian Barometer Survey". *Revista Internacional de Sociología* 80(4), e215. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-002>.
- Labarca, C., S. Valenzuela, I. Bachmann y D. Grassau. 2022. "Medios de comunicación y confianza política en América Latina: Análisis individual y contextual del rol de las noticias en la confianza en el gobierno y el Estado". *Revista Internacional de Sociología* 80(4), e216. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-01>.
- Lowndes, V. 2004. "Getting on or getting by? Women, social capital and political participation". *The British Journal of Politics and International Relations* 6(1): 45-64. <https://doi.org/10.1111/j.1467-856X.2004.00126.x>.
- Mani, E. y M. Echeverría. 2019. "Confianza política y medios de comunicación. Teoría, hallazgos y metodologías". *Revista de Comunicación Política* 1_ 53-74. <https://doi.org/10.29105/rcp1-3>.
- Mateos, A., I. Inguanzo y H. Gil de Zúñiga. 2022. "Capital social y compromiso cívico: una nueva exploración de la tesis del círculo virtuoso". *Revista Internacional de Sociología* 80(4), e220. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-005>.
- Molyneux, L., K. Vasudevan y H. Gil de Zúñiga. 2015. "Gaming social capital: Exploring civic value in multiplayer video games". *Journal of Computer-Mediated Communication* 20(4): 381-399. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12123>.
- Morales, L. y K. Pilati. 2011. "The role of social capital in migrants' engagement in local politics in European cities". Pp. 87-114, en Morales, L., Giugni, M. (eds) *Social Capital, Political Participation and Migration in Europe*. London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230302464_5.
- Putnam, R. D. 1995. "Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America". *PS: Political science & politics* 28(4): 664-683.
- Resnick, P. 2001. "Beyond bowling together: Sociotechnical capital". *HCI in the New Millennium* 77: 247-272.
- Schaefer-McDaniel, N. J. 2004. "Conceptualizing social capital among young people: Towards a new theory". *Children youth and environments* 14(1): 153-172.
- Skoric, M. y Q. Zhu. 2022. "Las implicaciones de ser asocial en las redes sociales". *Revista Internacional de Sociología*, 80(4), e217. <https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.M22-006>.
- Skoric, M. M., D. Ying e Y. Ng. 2009. "Bowling online, not alone: Online social capital and political participation in Singapore". *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2): 414-433. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01447.x>.
- Smith, J. 1998. "Global civil society? Transnational social movement organizations and social capital." *American Behavioral Scientist*, 42(1), 93-107. <https://doi.org/10.1177/0002764298042001008>.
- Song, L. 2013. "Social capital and health", pp. 233-257 en Carl Cockerham, W. (ed.) *Medical sociology on the move*. The Netherlands. Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6193-3_12.
- Spottswood, E. L. y D. Y. Wohn. 2020. "Online social capital: recent trends in research". *Current opinion in psychology* 36: 147-152. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.031>.
- Steinfeld, C., DiMicco, J. M., Ellison, N. B., & Lampe, C. 2009. Bowling online: social networking and social capital within the organization. *Proceedings of the fourth international conference on Communities and technologies* pp.: 245-254. <https://doi.org/10.1145/1556460.1556496>.
- Stern, M. J. y A. E. Adams. 2010. "Do rural residents really use the internet to build social capital? An empirical investigation". *American Behavioral Scientist*, 53(9): 1389-1422. <https://doi.org/10.1177/0002764210361692>.
- Teegen, H. 2003. "International NGOs as global institutions: Using social capital to impact multinational enterprises and governments". *Journal of International Management*, 9(3), 271-285. [https://doi.org/10.1016/S1075-4253\(03\)00037-1](https://doi.org/10.1016/S1075-4253(03)00037-1).
- Teng, C. I. 2018. "Managing gamer relationships to enhance online gamer loyalty: The perspectives of social capital theory and self-perception theory". *Computers in Human Behavior* 79: 59-67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.024>.
- Tseng, F. C., H. C. Huang y C. I. Teng. 2015. "How do online game communities retain gamers? Social presence and social capital perspectives". *Journal of Computer-Mediated Communication* 20(6): 601-614. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12141>.
- Valenzuela, S., N. Park y K. F. Kee. 2009. "Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation". *Journal of computer-mediated communication* 14(4): 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>.
- Van Der Gaag, M. y T. A. Snijders. 2005. "The Resource Generator: social capital quantification with concrete items". *Social networks* 27(1): 1-29. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2004.10.001>.
- Van Dike, N. y D. S. Meyer. 2014. *Understanding the Tea Party Movement*. London. Routledge.
- Vitak, J. y N. B. Ellison. 2013. "'There's a network out there you might as well tap': Exploring the benefits of and barriers to exchanging informational and support-based resources on Facebook". *New media & society*, 15(2): 243-259. <https://doi.org/10.1177/1461444812451566>.

- Wellman, B., A. Q. Haase, J. Witte y K. Hampton. 2001. "Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment". *American behavioral scientist* 45(3): 436-455. <https://doi.org/10.1177/00027640121957286>.
- Whiteley, P. F. 2000. "Economic growth and social capital". *Political studies* 48(3): 443-466. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00269>.
- Williams, D. 2006. "On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era". *Journal of computer-mediated communication* 11(2): 593-628. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>.
- Williams, D. 2007. "The impact of time online: Social capital and cyberbalkanization". *CyberPsychology & behavior* 10(3): 398-406. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9939>.
- Xu, S., W. Li y W. Zhang. 2021. "The Dynamics of Social Capital: Examining the Reciprocity between Network Features and Social Support". *Journal of Computer-Mediated Communication* 26(6): 362-383. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab014>.
- Zhong, Z. J. 2011. "The effects of collective MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) play on gamers' online and offline social capital". *Computers in human behavior* 27(6): 2352-2363. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.014>.

HOMERO GIL DE ZÚÑIGA es doctor en Ciencia Política por la Universidad Europea de Madrid y doctor en Comunicación por la Universidad de Wisconsin – Madison. Es profesor investigador distinguido en la Universidad de Salamanca, donde dirige la Democracy Research Unit (DRU); también es profesor en Pennsylvania State University e investigador senior en la Universidad Diego Portales de Chile. Sus investigaciones abordan la influencia de las nuevas tecnologías y los medios digitales en la vida cotidiana de las personas, así como el efecto de dicho uso en el proceso democrático. Ha publicado más de una docena de libros y volúmenes y casi 130 artículos indexados en revistas con revisión por pares de WoS / JCR (por ej., *Journal of Communication*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, *Political Communication*, *Human Communication Research*, *New Media & Society*, *Communication Research*, etc).

ARACELI MATEOS es profesora titular de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Salamanca. Desde 2010 a 2020 ha desempeñado el puesto de consejera técnica en el Departamento de Investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas, y de 1998 a 2010 fue directora de la Escuela de Métodos de Análisis Sociopolítico (EMAS). Sus líneas de investigación están vinculadas al estudio de las actitudes políticas y el comportamiento político, así como las diferentes aproximaciones metodológicas a estos fenómenos. Ha publicado en revistas y editoriales de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional (*American Politics Research*, *Revista de Estudios Políticos*, *Springer*, Centro de Investigaciones Sociológicas, entre otras).

ISABEL INGUANZO es profesora contratada doctora de la Universidad de Salamanca. Es doctora en Ciencia Política (2013) y licenciada en Sociología. Su tesis fue publicada por el CIS y obtuvo el Premio Extraordinario de Doctorado de la USAL. Ha publicado varios artículos en revistas de reconocido prestigio (*Contemporary Politics*, *Information, Communication & Society*, *American Politics Research*, entre otras). Además, ha participado en diferentes proyectos de investigación-cooperación de ámbito regional, nacional e internacional. Extra-académicamente, entre 2014 y 2015 trabajó en la Oficina Regional de UNESCO para los Estados del Pacífico (Samoa) y, con posterioridad, ha realizado trabajos de consultoría para el Parlamento Europeo.