

Medición del Capital Social desde un enfoque reticular. La alternativa convergente del método de redes personales.

Alejandro García Macías
Centro de Ciencias Sociales y Humanidades,
Universidad Autónoma de Aguascalientes

egolab– GRAFO, Universidad Autónoma de Barcelona
Proyecto ENCLAVE (2013-2015). MINECO (CSO2012-32635)

La dispersión conceptual del Capital Social

- Etapas <<de basamento intelectual>> y <<fundacional previa>> con múltiples influencias.
- Etapa <<eclosiva>> basada en dos perspectivas divergentes:
 - Bourdieu
 - Coleman.
- Etapa <<expansiva>>
 - Putnam.
- Etapa <<de operacionalización>> con dos avenidas:
 - Ecléctica (normativa, colectiva, comunitaria, etc.)
 - Relacional.
 - Redes y Recursos.

Bourdieu (1986, p. 248)

- «La suma de los recursos reales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de mutuo conocimiento y reconocimiento»

Coleman (1988, p.S98)

- «El Capital Social es definido por su función. No es una entidad única sino una variedad de diferentes entidades, con dos elementos en común: todas ellas consisten de algún aspecto de las estructuras sociales, y facilitan la realización de ciertas acciones para los actores –sean personas o actores corporativos— dentro de la estructura»

La definición ecléctica del Banco Mundial

«El Capital Social de una sociedad incluye las instituciones, las relaciones, las actitudes y valores que gobiernan las interacciones entre las personas y contribuyen al desarrollo económico y social.

Capital social, no obstante, no es simplemente la suma de las instituciones que apuntalan la sociedad, es también el pegamento que las mantiene unidas. Incluye los valores compartidos y las normas para la conducta social expresadas en relaciones personales, confianza y sentido común de responsabilidad “cívica”, que hace que la sociedad sea más que una colección de individuos.

Sin cierto grado de identificación común con las formas de gobernanza, normas culturales y reglas sociales, es difícil imaginar una sociedad funcionando» (World Bank, 1998).

- Coincidencia (aunque sea en el plano metafórico): Las redes sociales como fuente, contenedor o vehículo del Capital Social.
- El enfoque netamente relacional se concentra 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)
- Pero las dos perspectivas del enfoque relacional (Redes y recursos) han marchado prácticamente en paralelo.

Enfoque de redes

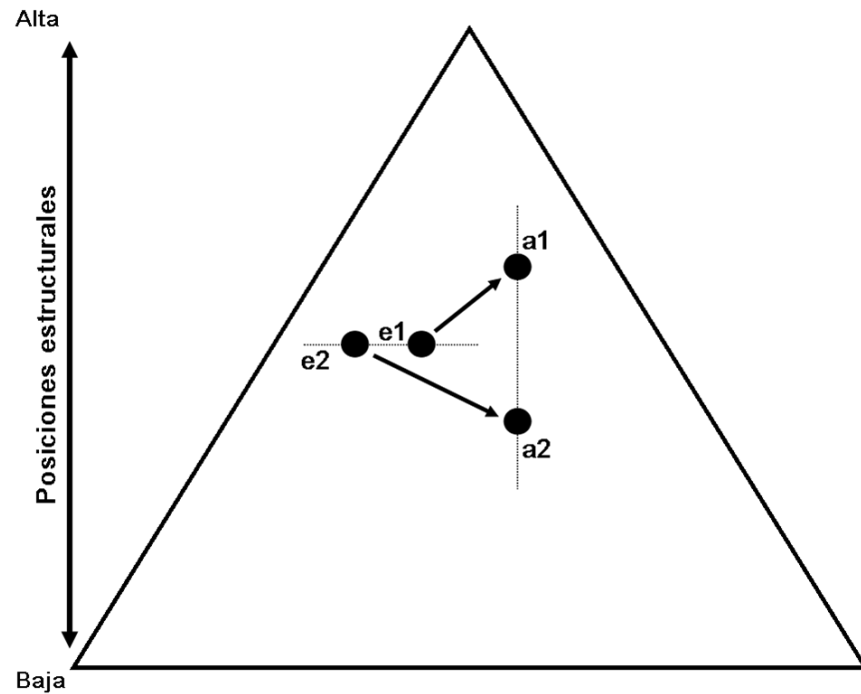
- Generadores e interpretadores de nombres.
- Análisis de composición y estructura.
- Indicadores reticulares: Tamaño, Densidad, Transitividad, Tamaño efectivo, Heterofilia, Homofilia, etc.

Enfoque de recursos

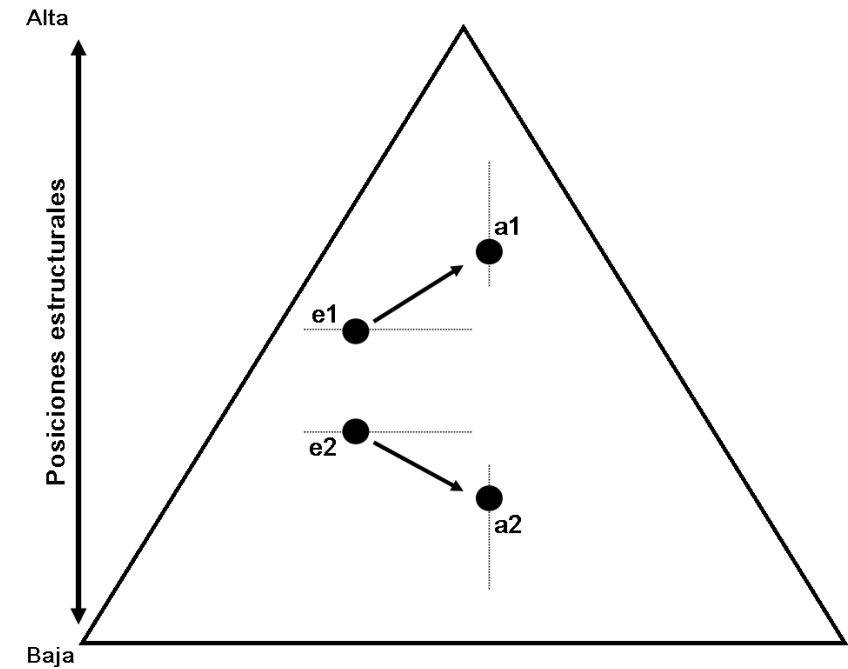
- Generador de Posiciones – Generador de recursos.
- Análisis de las posiciones de los contactos en la estructura social jerárquica.
- Indicadores del acceso potencial a los recursos sociales *incrustados* en las redes.

- Nan Lin: Capital Social son «recursos incrustados en las redes sociales, que pueden ser accedidos o movilizados a través de los lazos en esas redes» (2008, p. 51)

Representación de diferentes proposiciones de la perspectiva de recursos (Lin, 2001)

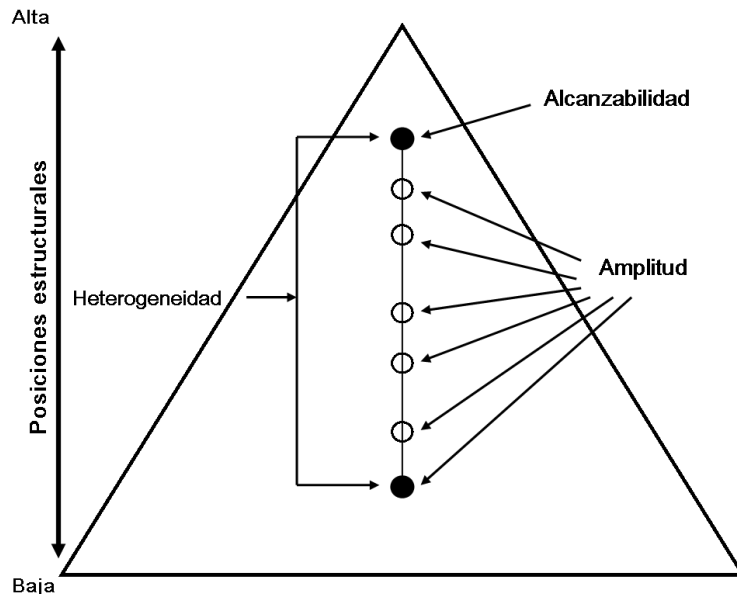


1. Efectos relativos del Capital Social. Adaptado de Lin (2001)



2. Ventajas relativas de las posiciones estructurales para acceder al Capital Social. Adaptado de Lin (2001)

Representación de diferentes proposiciones de la perspectiva de recursos (Lin, 2001)

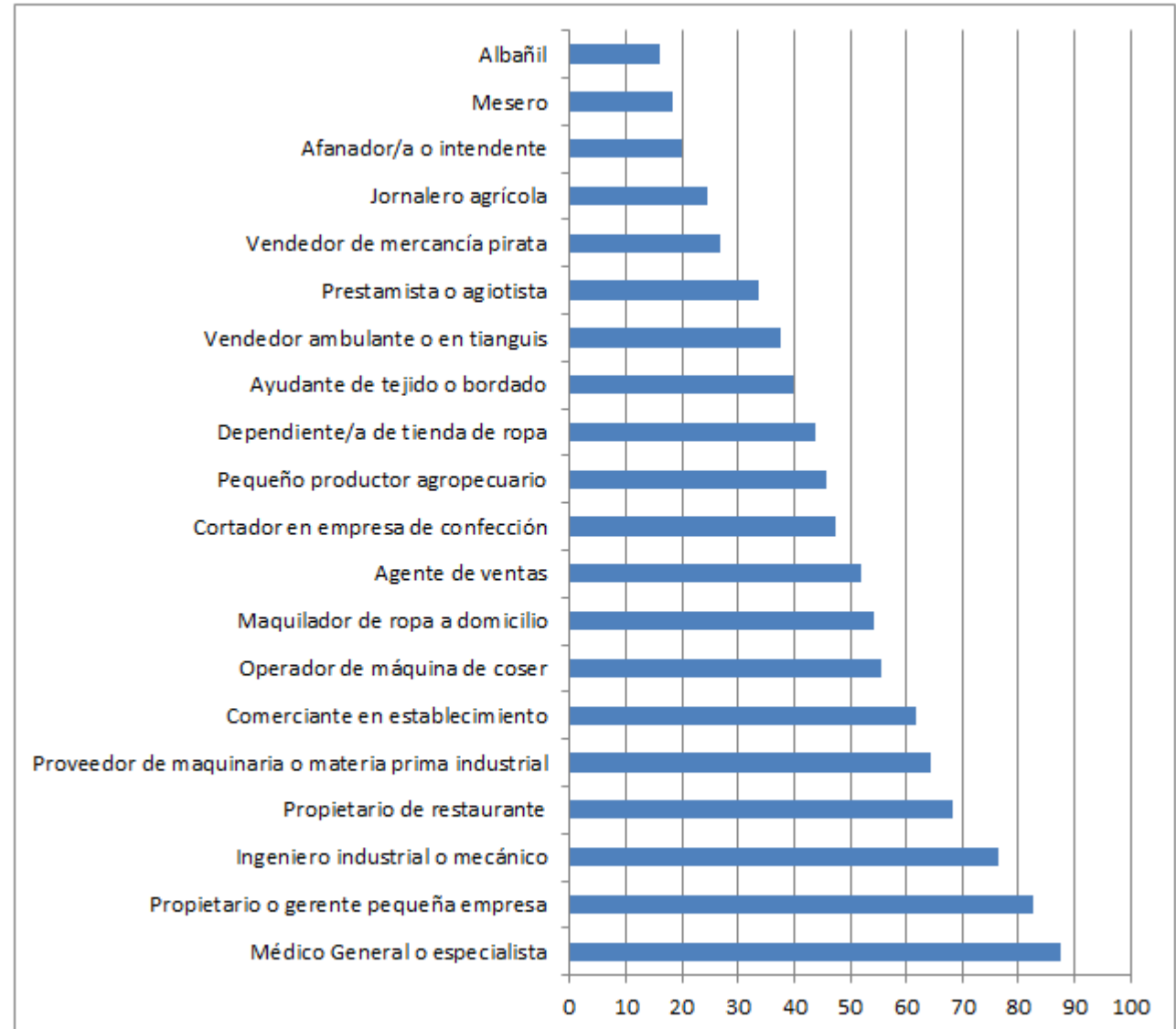


3. Medidas de Capital Social. Adaptado de Lin (2001)

Tabla 1 Medidas de capital social a partir del método del Generador de Posiciones			
Denominación	Cálculo	Tipo de medición	Antecedentes
Máximo prestigio accedido	Puntuación de la ocupación más alta accedida.	Presencia de elementos específicos en la red social.	Lin 2001;
Rango de prestigio accedido	Diferencia entre el prestigio más alto y más bajo accedidos	Diversidad del CS	Granovetter 1973; Flap 1991; Burt 1992; Erickson 1996b; Lin 2001
Número de posiciones diferentes accedidas	Número total de ocupaciones en que el informante conoce a alguien	Diversidad del CS	Campbell, Marsden and Hurlbert 1986
Prestigio promedio accedido	Media del prestigio de todas las ocupaciones en las que el informante conoce a alguien	Volumen o extensión del CS	Boxman, Flap, and Weesie 1992; Hsung y Hwang 1992
Prestigio total accedido	Suma del prestigio acumulado de todas las posiciones accedidas	Volumen o extensión del CS	

Fuente: Van der Gaag, Snijders, & Flap, 2008

Una muestra de posiciones estructurales (ocupaciones) y su estatus o prestigio como *proxy* de la estructura jerárquica piramidal.



Y un instrumento para determinar si un actor tiene acceso a esas posiciones a través de sus contactos (GP)

Ocupaciones		Relación		Sexo	Ubicación	Proximidad					
14		15		16	17	18	19				
<p>¿Conoce usted alguna persona que trabaje como... (Leer cada ocupación una a una)</p> <p>0 NO Pase a la siguiente ocupación</p> <p>1 SI Realice las preguntas 15a 19</p>		<p>¿Cuál es su relación con esta persona?</p> <p>1 Conocido</p> <p>2 Amigo</p> <p>3 Familiar</p> <p>Entrevistador: en 1 ó 2, verifique si conoce a alguien de las categorías superiores.</p>		<p>¿Es hombre o mujer?</p> <p>1 H</p> <p>2 M</p>	<p>¿En dónde vive esta persona?</p> <p>1. En el mismo barrio o colonia (vecino)</p> <p>2. En la misma localidad o municipio</p> <p>3. En otro municipio, pero dentro del Estado</p> <p>4. En otro estado de la República</p> <p>5. En otro país</p> <p>Entrevistador: En respuestas 3, 4 y 5, especifique ciudad, estado y país.</p>	<p>¿Cuánto tiempo tiene de conocer a esta persona (años)?</p> <p>(Anote el número de años)</p>	<p>¿Qué tan cercano se siente usted con esa persona?</p> <p>1 Nada cercano</p> <p>2 No muy cercano</p> <p>3 Cercano</p> <p>4 Bastante cercano</p> <p>5 Somos íntimos o muy unidos</p>				
01	Afinador/a o intendente (Personal de limpieza en empresas, escuelas, etc.)	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
02	Agente de ventas	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
03	Albañil	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
04	Ayudante de tejido o bordado	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
05	Comerciante propietario de establecimiento	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
06	Cortador en empresa de confección	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
07	Dependiente/a de tienda de ropa	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
08	Ingeniero (industrial o mecánico)	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
09	Jornalero o trabajador agrícola no propietario de rancho	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5
10	Maquilador de ropa a domicilio por su cuenta	0	1	1	2	0	1	2	3	4	5

Críticas al enfoque de Lin desde el enfoque Reticular

- No hay <<red>> ni posibilidad de análisis de redes: no hay relaciones alter – alter ni estructura qué analizar.
- El GP se basa en capturar solamente la heterogeneidad, heterofilia, verticalidad y diferenciación.
- La teoría da por sentado que
 - Lazos fuertes = recursos o fines expresivos; débiles = instrumentales.
 - *Bonding* = mantenimiento de recursos; *bridging* = adquisición de nuevos.
- Instrumento “de brocha gorda” en otro tipo de enclaves
- ¿Un nivel idéntico de acceso a recursos entre dos actores, no depende también de las configuraciones estructurales de sus redes?

Críticas de Lin al enfoque reticular

- Redes personales <<pequeñas>> (3-5 Alteri)
- Los GN fundamentalmente capturan lazos fuertes, recursos homogéneos y relaciones homófilas, localmente concentradas.
- Las relaciones Alter – Alter (la estructura) son irrelevantes al análisis puesto que se trata de conocer los recursos individuales a través del acceso a posiciones diferenciadas.
- Caro y altamente consumidor de tiempo.

La alternativa convergente

- Probar el Método del Generador de Posiciones (MGP) en contextos <<extremos>> y medir el CSI en diversas categorías de trabajadores.
- Realizar una medición independiente a través del Método de Redes Personales (MRP): énfasis en homogeneidad, homofilia y cohesión.
- Probar la hipótesis de complementariedad de métodos relacionales, añadiendo al MRP el componente atributivo posicional y utilizando adaptaciones de los indicadores del MGP.
 - Un método dual reticular – posicional (MRPO).

Una serie de estudios recientes

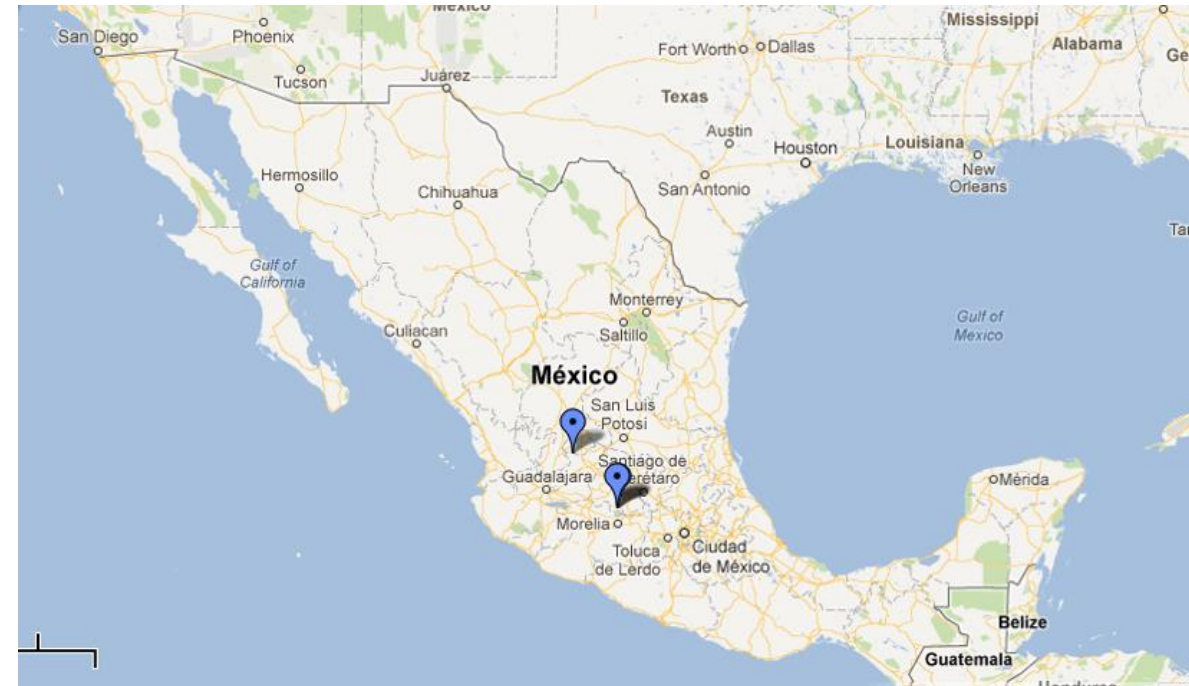
Tres localidades atípicas: (Uriangato y Moroleón, Gto. y Villa Hidalgo, Jalisco)

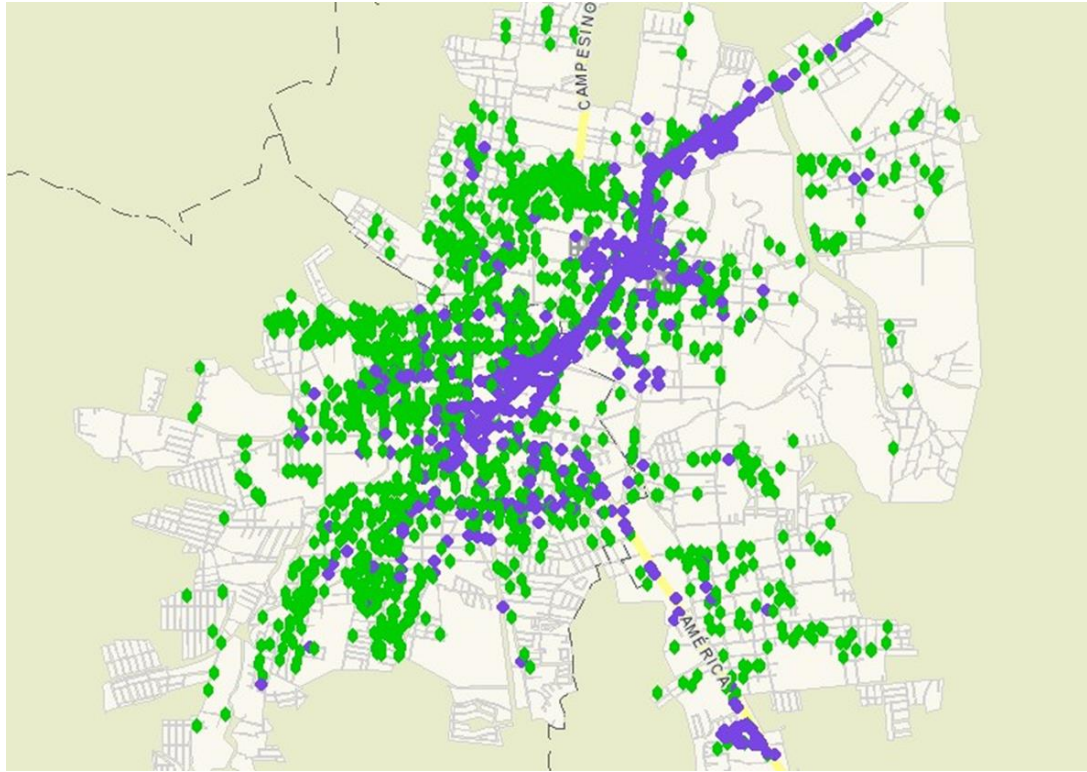
- Enclaves especializados en la industria del vestido.
- Trabajo no clásico
- Alta homogeneidad ocupacional
- Homofilia endogámica
- Diferenciación social *atenuada*

Estudio de percepción del prestigio (N=25)

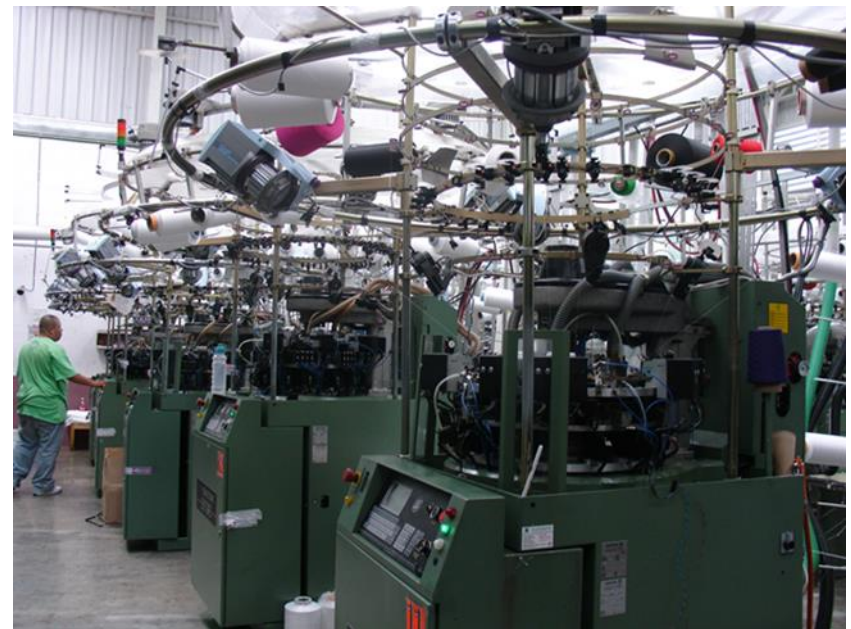
Medición MRP (N=25), ZMMU

Medición ARP (N=75), Entrevista EgoNet (730 preguntas; tamaño fijo a 30 Alteri)





Concentración de empresas y talleres (verde) y comercios (morado) de ropa en la ZMMU.

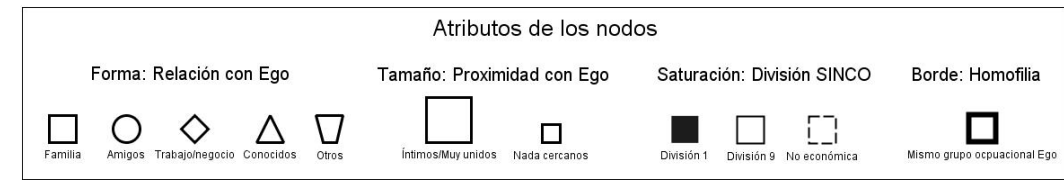
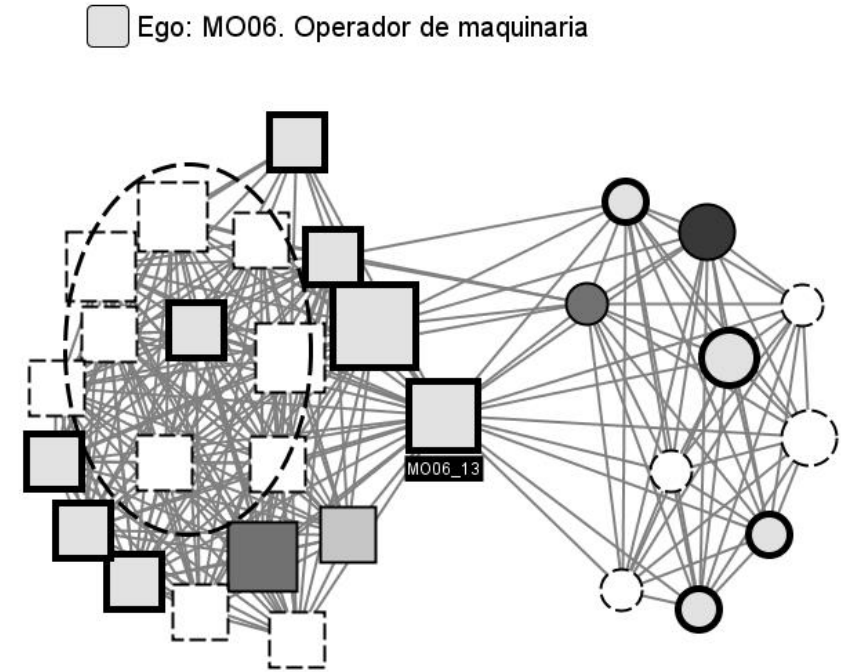


Indicadores de CS a partir del Generador de Posiciones

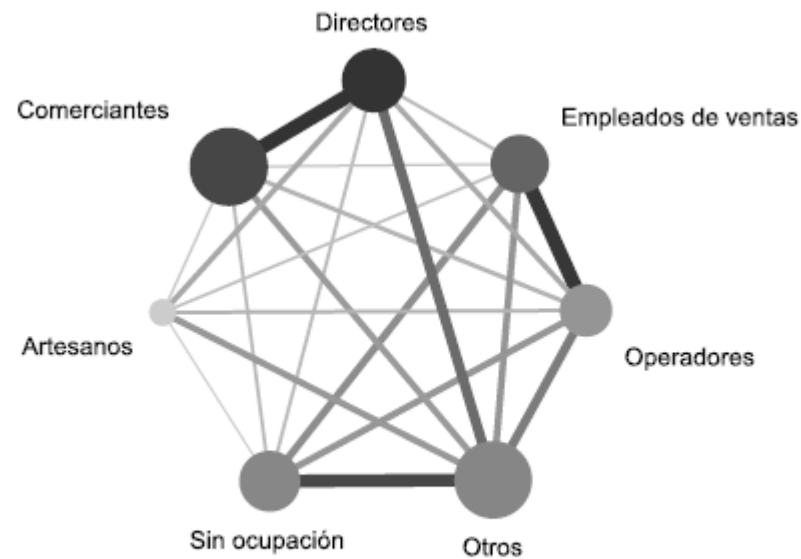
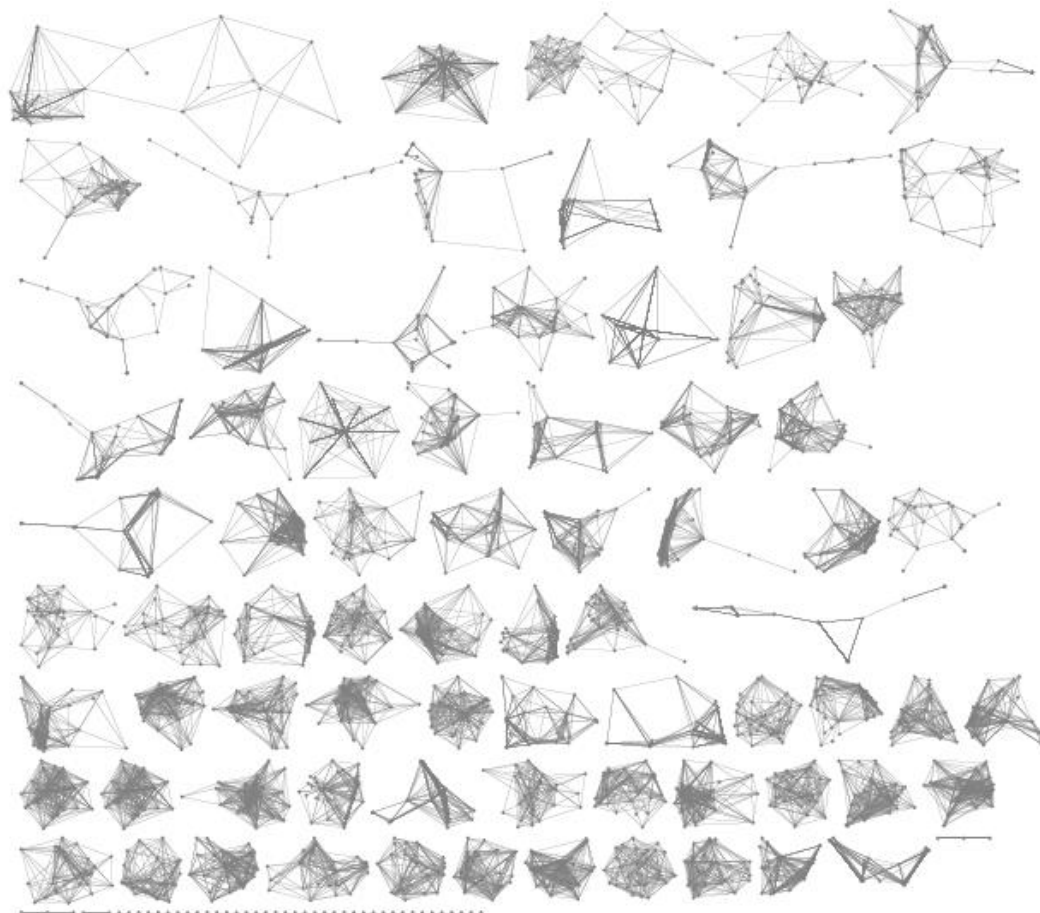
Atributo ocupacional		Prestigio Accedido					
		Total	Promedio	Máximo	Rango	Posiciones	
Grupo Principal de Ocupación	Directores y Gerentes	Media	337.40	40.36	66.80	47.60	8.40
		N	5	5	5	5	5
		Desv. típ.	78.18	1.65	15.34	19.77	2.19
	Comerciantes	Media	345.40	39.10	70.00	53.40	9.00
		N	5	5	5	5	5
		Desv. típ.	37.75	6.56	12.33	11.33	1.58
	Empleados de ventas	Media	228.80	34.92	57.40	39.80	6.80
		N	5	5	5	5	5
		Desv. típ.	44.77	6.61	14.06	14.62	2.17
	Artesanos	Media	212.60	30.39	48.60	33.60	7.00
		N	5	5	5	5	5
		Desv. típ.	43.44	3.79	1.95	1.95	1.23
	Operadores de Maquinaria	Media	143.20	31.71	51.60	34.00	4.60
		N	5	5	5	5	5
		Desv. típ.	40.89	7.39	16.15	15.76	1.14
	Total	Media	253.48	35.30	58.88	41.68	7.16
		N	25	25	25	25	25
		Desv. típ.	91.76	6.52	14.63	15.06	2.21

Descripción y análisis de composición y estructura de las redes

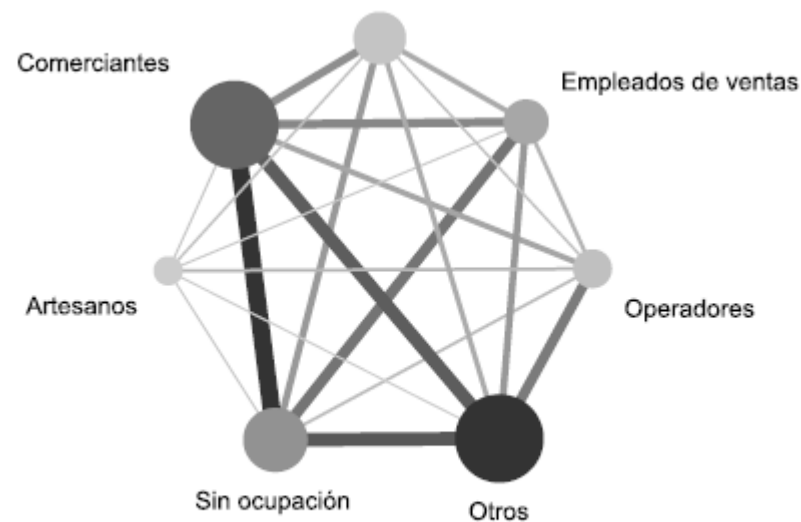
Grupo Principal de ocupación / Sexo Ego		Variables Alteri						
		Sexo		Tipo de relación				
		Hombres	Mujeres	Familiares	Amigos	Trabajo /Negocio	Conocidos	Nada cercanos
Directores y gerentes	Mujer	0.35	0.65	0.35	0.36	0.15	0.14	0.01
	Hombre	0.69	0.31	0.27	0.51	0.18	0.04	0.06
	Total	0.60	0.40	0.29	0.47	0.17	0.07	0.05
Comerciantes	Mujer	0.46	0.54	0.27	0.31	0.14	0.29	0.04
	Hombre	0.75	0.25	0.22	0.55	0.05	0.18	0.01
	Total	0.61	0.39	0.24	0.44	0.09	0.23	0.02
Empleados de ventas	Mujer	0.43	0.57	0.24	0.64	0.05	0.06	0.01
	Hombre	0.60	0.40	0.32	0.58	0.02	0.07	0.02
	Total	0.51	0.49	0.28	0.61	0.04	0.06	0.01
Artesanos	Mujer	0.37	0.63	0.38	0.28	0.11	0.22	0.09
	Hombre	0.70	0.30	0.28	0.62	0.11	0.00	0.00
	Total	0.46	0.54	0.35	0.38	0.11	0.16	0.06
Operadores	Mujer	0.41	0.59	0.43	0.41	0.06	0.10	0.01
	Hombre	0.69	0.31	0.27	0.63	0.08	0.02	0.00
	Total	0.51	0.49	0.37	0.49	0.06	0.07	0.00
Total	Mujer	0.40	0.60	0.35	0.39	0.09	0.16	0.03
	Hombre	0.69	0.31	0.27	0.56	0.09	0.07	0.02
	Total	0.54	0.46	0.31	0.48	0.09	0.12	0.03



Muestra de redes personales (N=75) Y grafos agrupados de los Alteri en dos colectivos

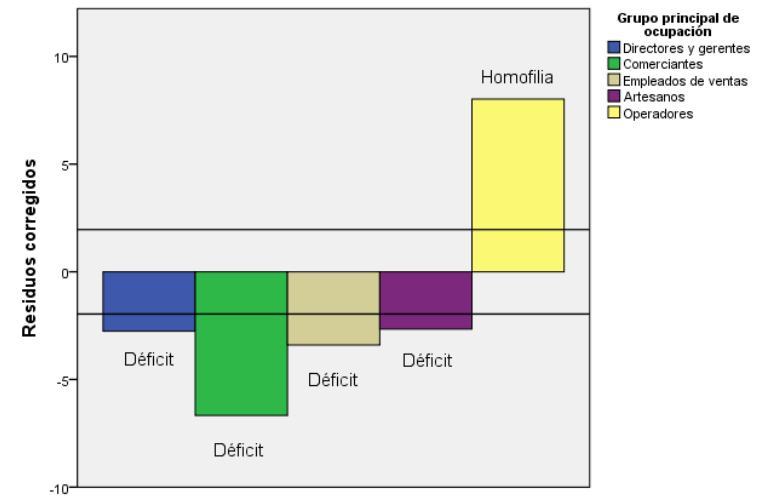
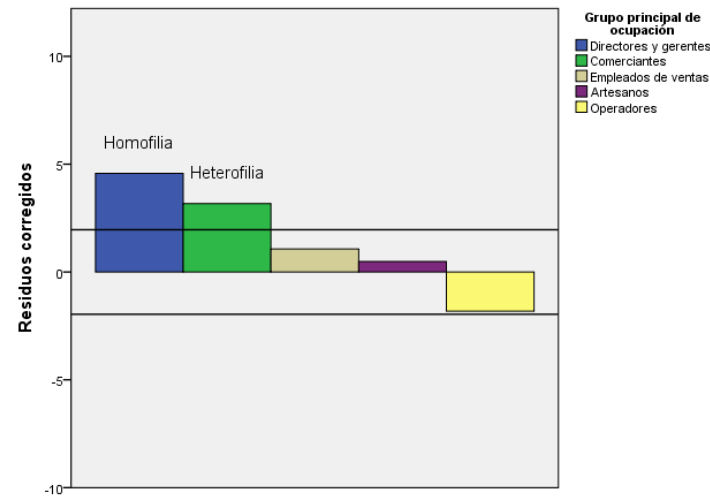
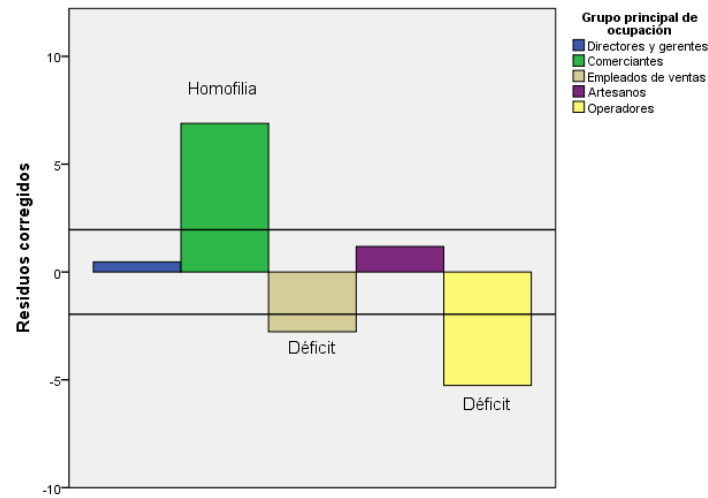


(a) **Empresarios**



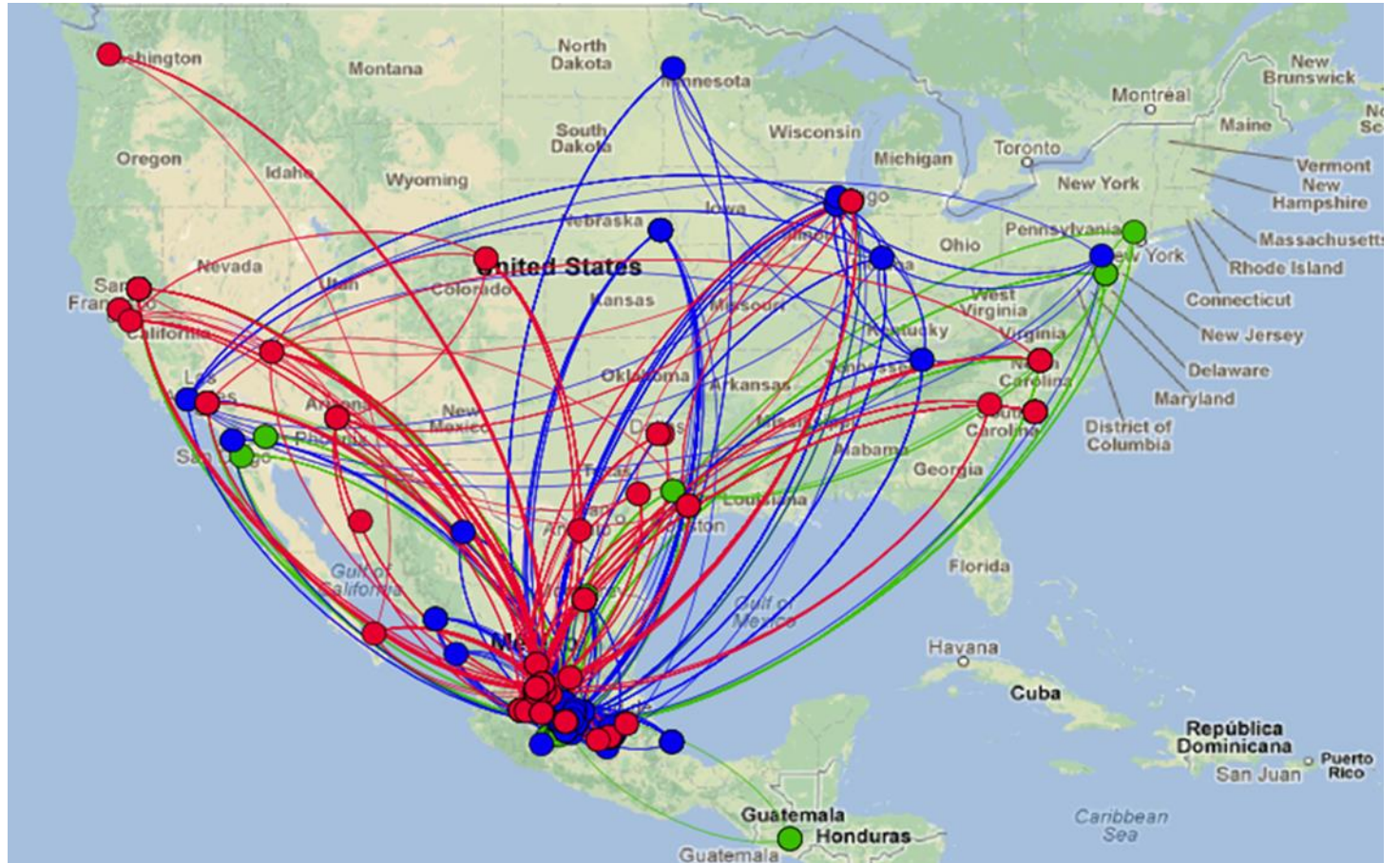
(b) **Comerciantes**

Homofilia *baseline*, endogámica (*inbreeding*), heterofilia y déficit de integración en la muestra de redes personales



Índices de geodispersión Ego-Alt y Alt – Alt

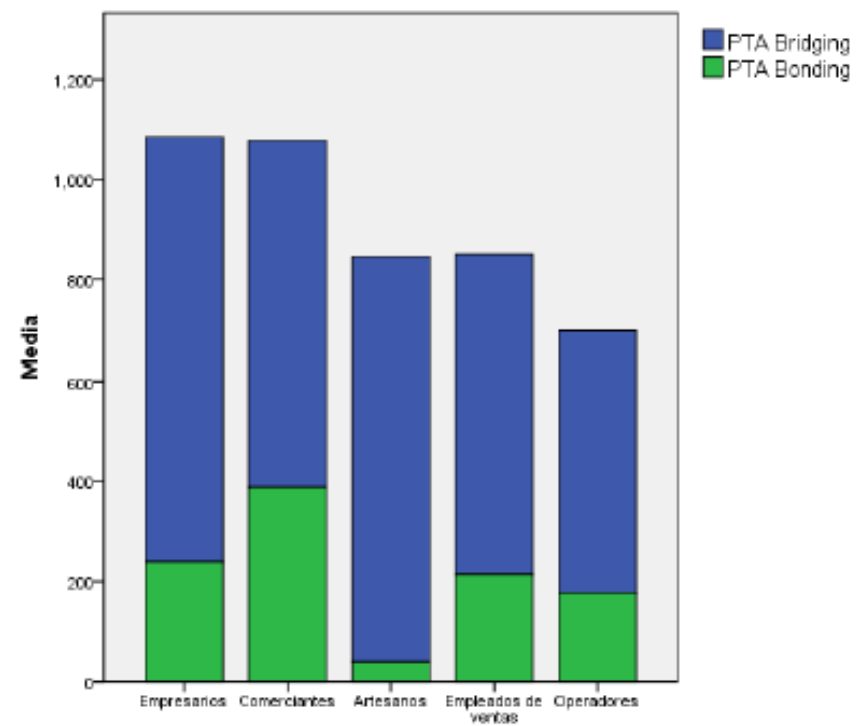
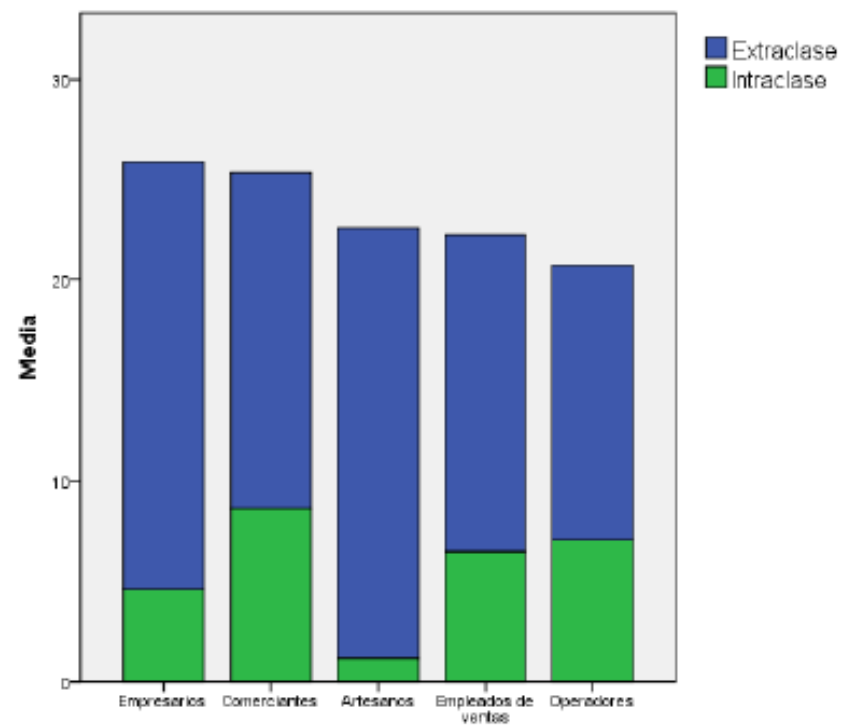
Georreferenciación de las
redes



Críticas de Lin al enfoque reticular

- Redes personales <<pequeñas>> (3-5 Alteri)?
- Los GN fundamentalmente capturan lazos fuertes, recursos homogéneos y relaciones homófilas, localmente concentradas.?
- Las relaciones Alter – Alter (la estructura) son irrelevantes al análisis puesto que se trata de conocer los recursos individuales a través del acceso a posiciones diferenciadas.?
- Caro y altamente consumidor de tiempo. OK!

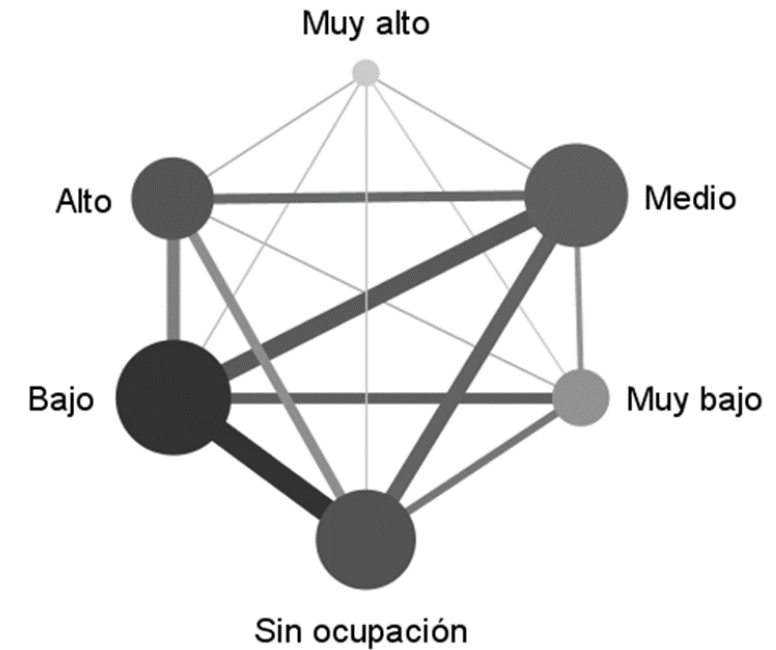
Indicador	Rasgo a Medir	MGP	Adaptación o Desarrollo / Definición operacional
Posiciones Totales (tamaño de la red)	Diversidad	SÍ	El número total de contactos que desempeñan una ocupación o actividad económica.
Posiciones Diferentes	Diversidad	NO	El número de posiciones que son distintas entre sí (En el MGP esto equivale al total de posiciones, que por definición son diferentes entre sí)
Posiciones intraclase	Bonding	NO	El número de posiciones en la misma división, grupo u ocupación que Ego.
Posiciones extraclase	Bridging	NO	En el MGP todas las posiciones son extraclase (salvo coincidencia)
Prestigio Total Accedido	Volumen	SÍ	La suma de las puntuaciones de prestigio ocupacional de los 30 contactos personales de Ego, codificadas conforme al SINCO y puntuadas conforme a la Escala SIOPS.
Prestigio Promedio	Volumen	SÍ	El valor del Prestigio Total, dividido entre las Posiciones Totales Accedidas.
Prestigio Promedio a 30 Alter	Volumen	NO	El valor del prestigio total, dividido entre el tamaño real de la red (incluye no ocupados, dimensiona el impacto de la “pérdida”).
Máximo Prestigio	Alcanzabilidad	SÍ	La puntuación individual más alta de prestigio ocupacional entre los contactos de Ego conforme a la SIOPS.
Rango de Prestigio	Diversidad	SÍ	La diferencia entre las puntuaciones de máximo y mínimo prestigio entre las Posiciones Totales (Se excluyen las puntuaciones cero de las Actividades No Económicas).
Prestigio accedido intraclase	Bonding	NO	El prestigio total proveniente del mismo grupo ocupacional de Ego.
Prestigio accedido extraclase	Bridging	NO	El prestigio total proveniente de las ocupaciones distintas a la de Ego. (no redundante)



(a) Posiciones accedidas totales, intracase y (b) Prestigio accedido Total, *Bonding* y *Bridging*

Atributo ocupacional		Posiciones Accedidas				Prestigio Accedido							
		Totales	Diferentes	Intraclase	Extraclase	Total	Prom.	Prom.30	Máximo	Rango	<i>Bonding</i>	<i>Bridging</i>	
Grupo principal de ocupación	Directores y gerentes (N=14, Media SIOPS=52)	Media	25.87	9.93	4.60	21.27	1084.67	41.74	36.16	60.87	37.47	239.93	844.73
		Desv. típ.	4.47	4.20	6.02	5.60	269.21	6.34	8.97	11.43	13.90	313.18	247.66
	Comerciantes (N=15, Media SIOPS=46)	Media	25.33	10.07	8.67	16.67	1077.93	42.54	35.93	65.27	42.73	388.13	689.80
		Desv. típ.	3.42	5.05	6.44	7.70	201.87	5.54	6.73	9.43	10.78	302.09	294.66
	Empleados de ventas (N=14, Media SIOPS=31.14)	Media	22.21	7.93	6.50	15.71	850.93	37.79	28.36	55.07	32.43	214.29	636.64
		Desv. típ.	6.65	3.32	5.11	6.71	346.03	6.54	11.54	10.13	12.62	169.47	373.16
	Artisanos (N=14, Media SIOPS=34.43)	Media	22.57	9.21	1.14	21.43	845.64	37.31	28.19	59.50	39.29	39.07	806.57
	Desv. típ.	4.69	2.46	1.46	4.55	245.75	6.56	8.19	8.38	11.01	49.18	239.82	
Operadores (N=17, Media SIOPS=27.71)	Media	20.71	9.12	7.06	13.65	698.18	33.11	23.27	56.18	37.18	177.18	521.00	
	Desv. típ.	5.02	3.37	4.85	6.29	260.75	5.04	8.69	6.63	8.83	121.51	296.10	
Total (N=75)	Media	23.29	9.27	5.68	17.61	907.47	38.38	30.25	59.35	37.85	213.07	694.40	
	Desv. típ.	5.21	3.76	5.59	6.87	302.34	6.82	10.08	9.74	11.64	238.47	309.93	

- Consistencia entre indicadores.
- Hipótesis del MGP aceptadas vía el MRPO:
 - La distribución inequitativa y desigual del CS.
 - La proposición de la *fortaleza de la posición*.
 - La relación entre CS y capital humano.
- Presencia de <<desfases>> en los tres métodos:
 - Entre categorías que reflejan la estructura ocupacional atípica: Empresarios – comerciantes; Artesanos – Empleados de ventas
 - Proposición de la *fortaleza de los lazos débiles*.
 - Proposición de localización.



Tipología de redes personales

Tipo de Red		Fami ¹	Grado ²	IVQ ³	Geodis ⁴	PTA ⁵
1. Red diversificada familiar	Media	0.53	15.50	0.85	0.85	821.32
	N	19	19	19	19	19
	Desv. típ.	0.19	4.85	0.09	0.39	239.00
2. Red exitosa concentrada	Media	0.15	21.16	0.53	0.21	1210.60
	N	10	10	10	10	10
	Desv. típ.	0.12	4.76	0.25	0.24	205.55
3. Red exitosa dispersa	Media	0.15	7.99	0.75	0.73	1231.19
	N	16	16	16	16	16
	Desv. típ.	0.11	3.90	0.16	0.45	114.42
4. Red precaria enclavada	Media	0.31	13.89	0.77	0.27	688.33
	N	30	30	30	30	30
	Desv. típ.	0.19	3.46	0.09	0.19	184.05
Total	Media	0.31	14.01	0.75	0.51	907.47
	N	75	75	75	75	75
	Desv. típ.	0.22	5.62	0.17	0.42	302.34

¹ Proporción de familiares en la red

² Centralidad media de grado

³ Homogeneidad - Heterogeneidad ocupacional

⁴ Índice de geodispersión Ego-Alt-Alt

⁵ Prestigio Total Accedido

- Tipos <<exitosos>> de redes:
 - Lazos débiles: ambas poca familia.
 - Alta cohesión o baja cohesión.
 - Homogeneidad media – Heterogeneidad elevada.
 - Localmente concentradas o translocalmente dispersas.
 - Diferentes combinaciones *bonding* – *bridging* para fines instrumentales.
- El juego entre forma y contenido de la red. La persistencia de lo atípico.

En conclusión, el método dual MRPO...

- *Desmetaforiza* la idea de red del enfoque posicional.
- Incorpora al análisis posicional basado en recursos, las nociones de homogeneidad, homofilia y Capital Social Bonding.
- Cuestiona y matiza algunas de las aseveraciones que se dan por sentadas en este enfoque (y en el reticular mismo).
- El CS es contingente: son las diferentes combinaciones bonding – bridging, lazos fuertes – débiles, localidad – translocalidad, etc., y las formas de CS que producen, las que posibilitan la consecución eficaz de fines (instrumentales o expresivos) de los actores.
- (Lo que nos recuerda las tesis de mixed embeddedness, de Kloosterman, o Embeddedness mix, de Uzzi)

Una definición integradora

- El Capital Social de un actor individual (Ego) consiste simultáneamente
 - (i) del conjunto de vínculos sociales que sostiene con otros actores (Alteri) materializado en una red personal, que adopta diferentes configuraciones de composición y estructura conforme a los atributos y posiciones estructurales de Ego y de sus Alteri, y;
 - (ii) de la serie de recursos sociales incrustados en la red, potencialmente disponibles para ser accedidos y/o movilizados por Ego a través de sus vínculos sociales -bien sean de carácter *Bonding* o *Bridging*- para la consecución de fines de carácter instrumental o expresivo, aprovechables tanto en el plano individual como en el colectivo.

El tipo, la magnitud y la disponibilidad de estos recursos sociales son desiguales para cada Ego, de acuerdo a su propia posición en la estructura social jerárquica, así como a las características de composición y estructura de su red personal.

Gracias.

agarciam@gmail.com