

Internet y capital social en localidades aisladas de Chile

Rubén Pino Ibáñez

Sociólogo, Profesor Universidad de Los Lagos, Chile.

Email: rpino@socialis.cl

Resumen: ¹ El artículo aborda la relación entre capital social, internet y geografía. Se trabajó con una metodología de estudio de casos en seis localidades de Chile con características de aislamiento, de dos regiones del país (Aysén y Región Metropolitana). Mediante encuesta presencial se logró entrevistar a 623 casos. Los principales resultados obtenidos posicionan internet como un medio eficiente (costo y tiempo) para generar (mediante relaciones tipo *bridging social capital*) o mantener capital social (apuntando a relaciones tipo *bonding social capital*), independiente del grado de aislamiento en que habiten las personas. Sin embargo, se observa que el tipo de recurso al que se puede acceder mediante redes y las expectativas de co-presencialidad continúan siendo condicionadas por la distancia geográfica. El influjo geográfico se manifiesta de modo más potente considerando los desplazamientos que las personas deben realizar de forma cotidiana fuera de sus localidades: mayor desplazamiento, mayor heterogeneidad de contactos en las redes sociales personales.²

Palabras clave: Internet, capital social, redes personales, aislamiento geográfico.

Internet and social capital in isolated villages in Chile

Abstract: The article discusses the relationship between social capital, internet and geography. We worked with a case study methodology on six locations in Chile with isolation characteristics, from two regions (Aysén and the Metropolitana Region). Through presential survey, we interviewed 800 cases. The main results positioned Internet as an efficient means (cost and time) to generate (by relationships of the type of bridging social capital), or maintain social capital (aiming to bonding social capital type relationships), independent of the degree of isolation in which the people inhabit. However, it is observed that the type of resource that can be accessed through networks and co-presentiality expectations remain constrained by geographical distance. The geographic influence is manifested most powerfully considering the perambulation that people must make on a daily basis outside their communities: increased displacement, greater heterogeneity of contacts on personal social networks.

Key words: internet, social capital, personal networks, geographic isolation.

Internet e capital social em aldeias isoladas no Chile

Resumo: O artigo discute a relação entre capital social, internet e geografia. Nós trabalhamos com uma metodologia de estudo de caso com seis localidades no Chile, com características de isolamento em duas regiões (Aysén e Región Metro-

politana). Através de entrevistas foi alcançado 623 casos. Os resultados posicionam internet como um meio eficiente (custo e tempo) para gerar (mediante relações tipo *bridging social capital*) ou manter o capital social (apontando para relações tipo *bonding social capital*), independente do grau de isolamento que as pessoas habitam. No entanto, observa-se que o tipo de recurso que pode ser acessado por meio de redes e expectativas dos co-presencialidade contínua ainda limitada pela distância geográfica. A influência geográfica manifesta-se mais potente, considerando os movimentos que as pessoas devem fazer diariamente para fora de seus assentos: mais de viagem, maior heterogeneidade de contatos em redes sociais pessoais.

Palavras-chave: Internet, o capital social, as redes pessoais, isolamento geográfico.

* * *

Introducción

Las investigaciones en el mundo que relacionan capital social e Internet han proliferado en los últimos años, especialmente considerando el auge de Facebook y Twitter (Antoci, Sabatini, y Sodini, 2012; Bauernschuster, Falck, y Woessmann, 2011; Beaudoin, 2008; Burke, Kraut, y Marlow, 2011; Ellison, Steinfield, y Lampe, 2007; Kraut et al., 2002; Miyata y Kobayashi, 2008; Pénard y Poussing, 2010; Sum, Mathews, Pourghasem, y Hughes, 2008; Valenzuela, Park, y Kee, 2009). Hay estudios que concluyen que el uso de Internet aísla a los individuos y reduce el tiempo que gastan en actividades sociales cara-a-cara y cívicas (Putnam, 1995). Pero también hay fuertes evidencias que su uso puede fortalecer vínculos o crear nuevos lazos (ver Kraut et al. 2002; Lin, 2001; Pénard y Poussing, 2010). Kraut et al. (2002), sobre la base de una encuesta longitudinal en los años 1998-99 a personas que habían comprado recientemente computadores y televisores, concluye que los casos, generalmente, experimentaron efectos positivos del uso de Internet en comunicaciones y participación social. Asimismo, consistente con un modelo *rich get richer*, lo mejores resultados fueron para aquellos con rasgos más extrovertidos y con mayor capital social previo. Pénard y Poussing (2010) obtienen resultados similares casi una década después, analizando datos provenientes de la encuesta realizada en Luxemburgo entre abril y agosto de 2002 a 1,554 individuos entre 16 y 74 años de edad.

En Chile los estudios que relacionan capital social con Internet son escasos. Los estudios sobre capital social han tendido a analizarlo con relación al desarrollo rural (Durston, 2001), a la movilidad social y pobreza (Serrano, 2002), al asociativismo y desarrollo humano (PNUD, 2000). Algunos hallazgos sobre capital social e internet han sido producidos a través de la evaluación de programas públicos, tales como los infocentros del Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), el programa BiblioRedes o el portal de Contenidos Locales del mismo BiblioRedes. También se cuenta el estudio por encargo de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) sobre infocentros y capital social (SUBTEL-ARSchile, 2006). Algunos de

los resultados de estas evaluaciones y estudios señalan que la edad de los usuarios de internet influye en sus usos: más jóvenes, mayor uso de Facebook u otras redes sociales; mayor edad, mayor uso de correo electrónico con conocidos. En cuanto capital social, se observa en los usuarios más jóvenes la tendencia a ampliar los vínculos débiles (conociendo personas en el espacio virtual que, eventualmente, se conocen de manera presencial); en el caso de mayores de 30 años, la tendencia es a fortalecer o mantener los vínculos ya existentes, principalmente con familiares y amistades.

Este artículo se propone explorar y profundizar en la relación entre capital social e internet, incorporando una tercera variable al análisis: el aislamiento territorial. ¿Los niveles de aislamiento influyen en la relación entre internet y capital social? ¿Cómo es el efecto de internet en la dinámica del capital social en localidades aisladas? Estas preguntas se sitúan en el ámbito de las dinámicas sociales a nivel micro. Pero sin duda, tienen una relación con dinámicas en otros niveles de análisis. En particular, son una ventana para visualizar efectos de la inversión pública en conectividad (telefonía, infraestructura vial, internet) y aportar a la discusión en torno a la contribución de internet al desarrollo socio-económico.

Si se decide potenciar la conectividad vía internet, es porque se pone en juego una serie de supuestos sobre su contribución al desarrollo socioeconómico de las personas y territorios. En este ámbito, temáticas como la brecha digital, gobierno electrónico y participación, oportunidades de negocio (piénsese en el impacto de Internet en la difusión del turismo), son usados como principales argumentos para llevar adelante inversiones que potencien la penetración de internet y reduzcan los costos para su acceso.

Una investigación como la planteada, en un nivel micro de relaciones sociales, entrega luces sobre el para qué pueden utilizarse las redes construidas en torno a internet, si existe algún tipo de capitalización económica de las mismas, o si se trata de redes usadas básicamente para obtener beneficios inmateriales, asociados a beneficios psicosociales tales como entretención, cercanía, apoyo, etc. Delimitar los efectos sociales de internet permitiría generar indicadores para evaluar el impacto de políticas públicas en este ámbito, más allá del acceso, sino en la dimensión de los usos que se le dan.

En otras palabras, la problemática del acceso a Internet -en lo académico y en el plano de las inversiones públicas y/o privadas- debe ir acompañada de la investigación sobre sus usos en la cotidianidad, observando cómo es la penetración de este recurso en este espacio social que bordea lo íntimo y lo colectivo, cómo puede modificar la forma del relacionamiento social y el acceso a beneficios o aprovechamiento de oportunidades de desarrollo (capacitaciones, postulaciones a fondos de capital).

A modo de hipótesis se plantea que el acceso y el uso regular de internet modifica el patrón de relaciones de las personas que habitan en

comunas con altos niveles de aislamiento ampliando y diversificando el número de vínculos y, por tanto, ampliando las oportunidades para el acceso y la movilización de recursos. Clave en la investigación es identificar tales recursos.

La primera parte del artículo está dedicada a desarrollar el marco teórico-conceptual sobre internet, capital social y distancias geográficas. La relación entre capital social e internet tiene tantos matices y alcances como definiciones podemos identificar de capital social, por ello se hace necesario explicitar los fundamentos teóricos y conceptos a utilizar en el análisis de datos. En segundo lugar se desarrollan aspectos metodológicos: las hipótesis que orientaron el trabajo, así como la metodología definida para su abordaje. A continuación se presentan los principales resultados del estudio y conclusiones derivadas de su análisis.

Marco conceptual

Capital social y redes sociales

Independiente del tipo de definición de capital social, todas coinciden en lo que Burt (2005) identifica como metáfora de la ventaja: tener capital social pone a los individuos en una situación de mayor ventaja que aquellos que no lo tienen en determinados contextos. Más allá de este elemento común, hay una gran diversidad de definiciones y énfasis (Lin, 1999; Millán y Gordon, 2004; Portes, 1998; Ramírez, 2005; Ruz, 2011; Saiz y Jiménez, 2008; Woolcock y Narayan, 2000). Una de las disyuntivas más importantes es si el capital social es un atributo individual o una propiedad de la comunidad o colectivo (como valor de la comunidad o bien público). Otra disyuntiva, no menor, y quizás anteceda a la discusión por el nivel en que se despliega el capital social, es el contenido mismo de éste, lo que en términos ontológicos se puede entender como su **esencia** (Adi, 2004)³.

En este artículo interesa una noción de capital social próxima a la sostenida por Lin (1999), desde el enfoque de redes sociales como conjunto de nodos unidos por sus vínculos (lo que se denomina comúnmente como *network theory of social capital*⁴). Este autor sitúa las raíces del capital social en la interacción entre individuos y los recursos circulantes en sus relaciones. Siendo así, el capital social se define como el cúmulo de redes sociales que las personas utilizan para producir o distribuir bienes y servicios (Rose, 1998). En otras palabras, es la inversión en relaciones sociales con expectativas de acceso y movilización de recursos (basados en Lin, 1999).

El capital social es tanto las redes sociales como los recursos a que éstas permiten acceder y/o movilizar. Ruz (2011) considera las redes en sí mismas como un recurso de primer orden⁵, algo que el análisis de Burt (2005), sobre las dimensiones reticulares del capital social, deja en evidencia. Los recursos a que dichas redes permiten el acceso son de segundo

orden. La relación o vínculo es un flujo de recursos que pueden ser materiales o inmateriales (Wasserman y Faust, 1999). Los recursos pueden incluir el apoyo social, apoyo emocional, compañerismo, el tiempo, información, conocimientos, dinero, las transacciones comerciales, la actividad compartida, y así sucesivamente (Williams y Durrance, 2008).

Esta definición y enfoque, se distancia en distinto grado de autores como Bourdieu (2000), Coleman (1988) o Putnam (1993). Respecto de Bourdieu, retomando a Granovetter (1973), hay un matiz referido al valor de los lazos débiles, algo no incluido en el esquema del sociólogo francés, que por el uso y articulación teórica del concepto, su rendimiento se da sobre todo en el plano de la reproducción y reforzamiento de privilegios de grupos sociales (o clases) mediante lazos fuertes. En Coleman, el capital social es una variable dependiente, constituido por elementos de la estructura social que facilitan determinados tipos de acción. En Lin (1999) y el enfoque de redes sociales, el análisis se despliega en el campo de las redes en que se insertan recursos. Elementos estructurales pueden actuar como facilitadores/obstaculizadores, pero no deben confundirse con el capital social en sí mismo. Con Putnam, las diferencias son más claras y pasan por la consideración de los elementos constitutivos del capital social.

En esto hay que evitar todo tipo de confusiones. En tanto valor relacional, el capital social no debe confundirse con normas, confianza, reglas, convenciones, etc. El situar el capital social como un atributo de la comunidad o grupos sociales implica confundir factores socio-culturales que facilitan el relacionamiento e intercambios entre personas, con el nivel en donde se dejan sentir tales efectos. Desde la ontología del Realismo Crítico y la teoría de la **emergencia**, siguiendo a Elder-Vass (2008), esta forma de entender el capital social lo ubica tanto como propiedades de entidades sociales (reglas y normas) que contribuyen a generar prácticas sociales de relacionamiento, como las relaciones mismas que se generan. Esta circularidad respecto de definiciones como la Putnam ya han sido destacadas por autores como Portes (1998): en Putnam el capital social es causa y efecto⁶.

Portes (1998), Lin (1999), Ruz (2011) están de acuerdo en considerar el capital social tanto un atributo individual como colectivo⁷. Los beneficios individuales, en un nivel agregado, beneficia al grupo en conjunto. En otras palabras, el capital social termina siendo propiedad de colectivos en la medida que determinados recursos valorados están incrustados en una red de redes, y a los cuales los individuos tienen acceso en su calidad de participantes de tales redes (Bourdieu, 2000; Lin, 1999).

Internet, capital social y distancias geográficas

Wellman (2001) afirma que la proliferaciones de redes sociales apoyadas por computadores promueve cambios en las formas en las cuales las personas se conectan, interactúan y obtienen recursos (p. 76, traducción

propia). Cada vez más, por tanto, las herramientas disponibles en Internet permiten la creación de interacciones sociales entre personas con intereses, gustos e inquietudes similares y que se relacionan para intercambiar información, pero también para construir conocimientos colectivos. En otras palabras, internet influye en la dinámica del capital social, ampliando o fortaleciendo las redes sociales de las personas, y el acceso potencial a recursos (Wellman, 2001; Miyata y Kobayashi, 2008; Prenard, 2012; Lin, 2001).

Con el foco en las relaciones sociales y capital social, se distingue en la literatura entre tipos de vínculos: de unión (*bonding*), de puente (*bridging*) y enlace (*linking*) (Woolcock, 2001), refiriéndose a las relaciones de unión entre individuos relativamente homogéneos (familiares, amigos cercanos y vecinos), a las relaciones de puente entre las personas relativamente más distantes socialmente, y al enlace que une personas de diferentes estratos sociales o posiciones de poder (la capacidad de movilizar recursos, ideas e información de instituciones formales más allá de la comunidad) (Ruz, 2011; Woolcock, 2001). Para Burke et. al (2011), internet (en particular el uso del Facebook) fortalece el capital social influyendo en la calidad de los vínculos de las personas, mediante actividades de comunicación directa entre amigos o conocidos. La comunicación dirigida tiene el potencial de mejorar tanto el capital social de unión (vínculo fuerte) como el capital social de puente (vínculos débiles), debido a: el contenido de la comunicación y la fuerza de la relación con el interlocutor. Por el hecho de estar dirigido a otros particulares, los mensajes pueden ser ricos en contenido que fortalecen las relaciones, tales como la auto-revelación, el apoyo y la positividad (Burke et al., 2011: 2, traducción propia).

Una tercera variable en juego es la geográfica. Internet tiene, según sus características intrínsecas, una capacidad de intromisión mucho más acentuada que otro tipo de tecnologías anteriores para quebrar la impermeabilidad fundada en el arraigo a lo geográfico. Internet es por definición una red global más que local. De hecho, su principal caracterización viene dado por ser una tecnología que permite trascender las limitaciones espaciales y facilitar la comunicación y coordinación de actividades a nivel global al instante. Tal como señala Bauman, (2002), la instantaneidad de la comunicación mediante internet devalúa el valor del espacio. Esto significa que la vivencia puede ser global, que el territorio se constituye en un dato que no determina los alcances geográficos de la estructura de relaciones sociales.

Sin embargo, esta tesis es matizable. La reificación de las redes de información, los medios, sus usos y posibilidades, significa que se obvia el contexto geográfico y social en el cual éstas se insertan y son producidas (Cuadra, 2003). Superar esta reificación en términos metodológicos consiste en considerar el contexto geográfico y social en donde se insertan las personas participantes de redes virtuales. Proenza et al. (2001), refiriéndose a los usuarios de internet en los espacios rurales, señala que

éstos son diferentes a los usuarios urbanos no por aspectos asociados al ingreso o conocimientos sobre el uso de los computadores, sino a su condición de miembro de una comunidad donde las relaciones sociales se encuentran mucho más condicionadas por factores territoriales que en el ámbito urbano. En particular, la percepción del tiempo es diferenciada en ambos contextos. Si en lo rural el tiempo se percibe de modo más lento, sin tanta premura, es de esperar que la necesidad de establecer lazos instantáneamente (Bauman, 2005) no se viva con la misma intensidad en lo rural que en contextos urbanos. En cierto modo, persiste cierta pausa para la elaboración de relaciones sociales (Cárcamo y Cladellas, 2009).

De modo más amplio, Molina, Bolívar y Cruz (2011) destacan la importancia del factor geográfico en las redes sociales. Citando Hampton y Wellman (2002, en Molina et al, 2001), hacen referencia a la tendencia de las personas a concentrar los contactos activos en un corto radio geográfico, conviviendo simultáneamente con un porcentaje más pequeño de contactos distribuidos globalmente. Por su parte, Araya y Maya (2005), investigan sobre la configuración de redes personales en universitarios de Sevilla con residencia en Alcalá, en donde concluyen que aquellos estudiantes que pasan más tiempo en Sevilla aumentan la proporción de lazos no locales en las redes personales, produce una ligera expansión de las redes entre espacios socio-geográficos diferentes y atenúa el sentido de pertenencia a la comunidad de origen .

Uno de las primeras investigaciones sobre la temática, el libro *The Wired Neighbourhood* de Doheny-Farina (1996), puso en evidencia que la mayoría de los usuarios de la comunidad estudiada buscaban a través del uso de Internet obviar las barreras territoriales para comunicarse y contactarse con la red global. Uno de los pocos estudios que en Chile han dado continuidad a esta línea de investigación el de SUBTEL-ARSchile (2006), que también pone en evidencia como la instalación de puntos de acceso público a Internet en comunas rurales produce cambios notorios en la configuración del capital social individual y colectivo. También, el apoyo social, un tipo de relación que suele ser más independiente de la geografía, decrece con la distancia (Mulder et al. 2009, en Molina et al, 2001).

Si el capital social está compuesto de redes y recursos, el tipo y fuerza de la relación es un dato relevante. El origen o cómo se producen las relaciones no es algo que hay que dar por hecho. Grossetti (2009) destaca que las relaciones se producen primordialmente en contextos colectivos (familia y organizaciones), en donde cabe agregar el componente de co-presencialidad que estos contextos implican. Si bien internet puede eliminar el efecto de la distancia y tiempo en la comunicación, no puede eliminar la ubicación geográfica donde residen los actores en una red, el condicionante de la co-presencialidad y, yendo más allá en la lógica del capital social, tampoco puede superar el condicionante geográfico respecto del tipo de recursos, y el momento y modo en que se estos se pueden obte-

ner. En este sentido, la tensión entre internet y geografía contribuye a comprender la dinámica del capital social, la formación de redes y circulación de recursos.

Hipótesis

La hipótesis investigada corresponde a: El acceso y el uso regular de internet modifica el patrón de relaciones de las personas que habitan en localidades con altos niveles de aislamiento ampliando y diversificando el número de vínculos y, por tanto, ampliando las oportunidades para el acceso y la movilización de recursos.

Esta hipótesis pone el foco en las redes sociales y el acceso potencial a recursos, así como en su amplitud y diversidad como atributos modificables por el uso de internet. La dimensión geográfica (localidades con altos niveles de aislamiento) no es un mero dato, sino que es una variable tomada como independiente para el caso.

Algunas precisiones sobre los términos que componen la hipótesis:

(i) El patrón de relación se refiere al modo habitual en que las personas establecen y mantienen sus relaciones sociales. La modificación de este patrón ocurre a través de: a) la ampliación de contactos y relaciones (más contactos, más relaciones diádicas en principio); b) la diversificación de contactos (de diferentes zonas, con variedad de características sociales), lo que a su vez diversifica las oportunidades de acceder a recursos: fortaleciendo vínculos pre-existentes (vínculos fuertes) o incorporando nuevos vínculos débiles (o de puente).

(ii) Los condicionantes geográficos no sólo refieren a las distancias entre personas, sino también a la dispersión de servicios dentro de una localidad, así como la distancia a lugares de trabajo o estudio. Estas características influirían en los usos de internet, teniendo consecuencias en la configuración del capital social en términos de redes y recursos potenciales. En particular, condiciona la tendencia de usos, es decir, orienta la instrumentalidad del internet a tipos de relaciones sociales en particular.

Metodología

La investigación tuvo un carácter exploratorio. El universo de estudio estuvo compuesto por personas mayores de 14 años que residen en las localidades seleccionadas por su grado de aislamiento (tabla 1) y que cumplían la condición de ser usuarios habituales de Internet (más

de 3 veces por semana). El muestreo que se utilizó en el estudio fue aleatorio simple con cuotas por localidad. La aplicación de la encuesta fue presencial y abarca 623 casos entre septiembre y diciembre de 2012.

El grado de aislamiento fue tomado del índice establecido por el Comité Interministerial para el Desarrollo de las Zonas Extremas y Especiales (CIDEZE)⁸. El aislamiento aparecería de este modo como una situación más extrema y precisa que la ruralidad en términos de conexión con el entorno. Para efectos de este artículo, es foco de análisis está puesto en la dimensión físicas (condiciones climáticas) y demográficas del aislamiento (dispersión de la población). También se consideró la cercanía geográfica de la localidad con un polo urbano (en este caso, a capital del país, Santiago). La inclusión de este criterio se justifica con miras a comparar comunas con aislamiento, pero diferenciadas por su cercanía geográfica con centros urbanos, lo que puede modificar sus pautas de relacionamiento a través de desplazamientos cotidianos a lugares de estudio o trabajo.

Adicionalmente, para complementar este índice de aislamiento, y caracterizar de mejor modo las localidades en estudio, de tal modo de poder dimensionar el peso del acceso a internet, se consideraron otros antecedentes de conectividad digital, referidos a proyectos o iniciativas, públicas y/o privadas, que pudiesen estar en funcionamiento en la comuna referidos al ámbito de internet. En este aspecto, se encontraron iniciativas tales como: Proyecto Infraestructura Digital para la Competitividad e Innovación, cuyo propósito es dotar de Infraestructura y servicios de telecomunicaciones a localidades rurales con vocación productiva y mayor densidad poblacional; BiblioRedes, programa de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), que en alianza con municipios, implementa puntos de acceso a Internet; Proyecto Todo Chile Conectado, Entel (con financiamiento de Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones - SUBTEL), lleva Banda Ancha Móvil a más de 3 millones de habitantes de 1.465 localidades en todo el país.

Como referencia, el valor de un plan de Banda Ancha Móvil en el marco de Todo Chile Conectado alcanza un valor de 14.220 pesos, con una vigencia de 30 días y cuota de tráfico ilimitado. Mientras que la opción Tarifa 1 día Chile Comunicado cuesta 1.886 pesos con una vigencia de 1 día.

La presencia de este tipo de iniciativas, tanto en localidades de la región de Aysén como Metropolitana, da cuenta de cierta similitud en sus condiciones de conectividad digital, los costos asociados a la infraestructura y grado de penetración de internet, complementando la clasificación de aislamiento crítico y alto hecha de acuerdo al índice de aislamiento propuesto por el CIDEZE.

Tabla 1. Localidades del estudio.

Región	Comuna	Grado aislamiento	Tipo de comuna para el estudio	Proyectos o iniciativas de conectividad a internet
Aysén	Río Ibáñez	Crítico	rural aislada	<ul style="list-style-type: none"> • BiblioRedes. • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL.
	Lago Verde	Crítico	rural aislada	<ul style="list-style-type: none"> • BiblioRedes. • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL.
	O'Higgins	Crítico	rural aislada	<ul style="list-style-type: none"> • BiblioRedes. • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL.
	Tortel	Crítico	rural aislada	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Infraestructura Digital para la Competitividad e Innovación. • BiblioRedes. • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL.
Metropolitana	San Pedro	Alto	rural aislada, pero cerca de polo urbano	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Infraestructura Digital para la Competitividad e Innovación. • BiblioRedes • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL
	María Pinto	Alto	rural aislada, pero con mayor conectividad y cerca de polo urbano	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Infraestructura Digital para la Competitividad e Innovación, • BiblioRedes. • Proyecto Todo Chile Comunicado, Entel-SUBTEL.

El procesamiento de datos se realizó usando técnicas de estadística descriptiva (frecuencias, medidas de dispersión y tendencia central) y análisis multivariado (tablas de contingencia, estadísticos de contraste y correlaciones). Para ello, se trabajó con el software SPSS 17.

Resultados

Caracterización de usuarios

Es importante identificar el perfil de usuarios de internet de las personas que participaron el estudio, puesto que permite interpretar los resultados dentro de un contexto determinado. Esta caracterización importa en términos de diferencias entre personas de zonas de aislamiento alto y crítico⁹. En definitiva, se trata de responder a la pregunta: ¿El grado de aislamiento produce distintos tipos de usuarios de internet?

En primer lugar, los lugares de acceso a Internet son variados para encuestados de ambas zonas de análisis. La disponibilidad de internet en el hogar se da por sobre el 50% en zonas de aislamiento crítico y alto. Es interesante destacar pensando en una tendencia a futuro la penetración del uso de celular como medio de conectividad digital: 31,5% en zonas de aislamiento alto, y un 15% en zonas de aislamiento crítico. En parte, esto puede estar siendo efecto de los proyectos de conectividad ejecutados en las localidades estudiadas. El fenómeno de las antenas de celular en las localidades aisladas cambio el comportamiento y acceso a esta herramienta

ta. Esto facilita que se conecten con mayor frecuencia desde sus hogares a través de modem o chip con 3G.

Tabla 2. Lugares de conexión a internet (respuesta múltiple).

		Nivel de Aislamiento	
		Alto	Crítico
Lugar de conexión a internet	Su hogar	59,8%	79,9%
	Su lugar de trabajo	44,9%	37,4%
	Su lugar de estudio	20,5%	2,5%
	Cibercafés	3,9%	1,8%
	Bibliotecas, telecentros	11,0%	5,1%
	Celular	31,5%	15,0%
	Otro	,8%	1,2%

Fuente: elaboración propia.

Por su parte, la frecuencia semanal de conexión a internet de los encuestados es alta (relacionado con los múltiples puntos de acceso disponibles). En ambas zonas se encuestó a usuarios con una frecuencia de conexión de 3 a 7 días por semana: 80,1% en zonas de aislamiento alto y 78,3% en zonas de aislamiento crítico. Esto permite controlar el efecto de la variable frecuencia de conexión en las diferencias entre encuestados de ambas zonas.

En segundo lugar, hay diferencias de proporciones en el caso del uso de redes sociales. Si bien en zonas de aislamiento alto y crítico la mayoría tiene cuenta de Facebook, en la primera es mucho más pronunciada la preferencia: 95,2% contra un 78,3% en aislamiento crítico. A Facebook le sigue Twitter, pero también en este caso es mayor la proporción de usuarios en zonas de aislamiento alto (21,3%) que crítico (11,3%). Al contrario, es mayor la proporción de casos sin cuenta en ninguna red social en zonas de aislamiento crítico (20%) que en zonas de aislamiento alto (4,8%). Por otro lado, los usuarios de Facebook lo utilizan principalmente para conectarse con familiares y amigos: 88,8% en zonas de aislamiento alto y un 91,2% en zonas de aislamiento crítico. En cambio, entre quienes tienen Twitter, su es básicamente para dar opiniones o seguir opiniones de otros.

En tercer lugar, un par de variables que se aproximan al dinamismo en las relaciones sociales, apuntan a identificar si en los últimos tres años, (i) la cantidad de personas consideradas amigos se ha modificado, lo mismo que (ii) la cantidad de personas conocidas que viven fuera de la misma

localidad. Respecto de primera variable, en zonas de aislamiento alto hay mayor proporción de casos que señalan que ha aumentado el número de amigos (49,6%) en zona de aislamiento crítico (38,2%). Estos últimos, tienden a señalar que la cantidad de amigos se ha mantenido con más fuerza (55,1%) que las personas de zonas de aislamiento alto (39,2%). En cuanto a la segunda variable, se repite la misma tendencia: aislamiento crítico, tendencia más pronunciada a mantener las relaciones ya existentes con conocidos fuera de la localidad (41,8%) que en zonas de aislamiento alto (29,9%).

En cuarto lugar, hay diferencias importantes en cuanto a la intención de conocer personas a través de internet (tabla 3).

Tabla 3. Disposición a conocer personas a través de internet según nivel de aislamiento

		Nivel de Aislamiento	
		Alto	Crítico
¿Con qué frecuencia utiliza usted Internet para ...? Conocer nuevas personas	Nunca	48,0%	67,6%
	Un par de veces al mes	16,0%	12,2%
	Un par de veces a la semana	17,6%	9,5%
	Todos los días o casi todos los días	18,4%	10,7%
	Total	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia.

En quinto lugar, la frecuencia de desplazamiento diario da cuenta de las condiciones cotidianas en que se desarrolla la vida social. En el caso de zonas de aislamiento alto, hay un desplazamiento frecuente fuera de la localidad: 78,4% de los encuestados se desplazan diariamente o al menos una vez por semana. En zonas de aislamiento crítico, 75,7% se desplaza 1 vez al mes o muy rara vez.

Por último, se indaga en la posibilidad de capitalización económica de Internet. Ésta se puede describir como el aprovechamiento de las oportunidades que brinda Internet para que los usuarios puedan mejorar sus condiciones económicas, a partir tanto de la transferencia de información y relaciones, como de la propia aplicación de las herramientas para la generación de negocios. Específicamente, se preguntó si al usar internet se buscaba información para el trabajo o estudios, o vender productos o servicios (por ejemplo, turismo). Al respecto, sobre la primera opción, se aprecia que existe una tendencia positiva en ambas zonas: 63,8% de encuestados de zonas de aislamiento alto señala que lo hace un par de veces a la semana o todos los días, mientras en zonas de aislamiento crítico se llega al 76,1% considerando ambas frecuencias de uso. Vale decir, hay un uso instrumental, que más que capitalización económica en estricto rigor, se trata de la

captura de oportunidades mejora en el eje trabajo/educación. En cambio, la venta de productos o servicios es escasa. En zonas de aislamiento alto, un 92% señala que nunca lo hace; en zonas de aislamiento crítico se llega al 81%. Al respecto, no se observan diferencias significativas por nivel de ingreso, edad o nivel socioeconómico.

En definitiva, en términos comparativos, las personas encuestadas en zonas de aislamiento crítico presentan una mayor tendencia a mantener relativamente estables sus redes de contactos (tanto sus lazos fuertes como débiles fuera de la localidad), presencia importante de Facebook, aunque menos que en zonas de aislamiento alto, así como una disposición más marcada a no interesarse por conocer personas a través de internet.

Ampliación y diversificación de recursos primarios: las relaciones a través de internet

Incorporar un medio de comunicación en nuestra cotidianidad supone un mayor rango de posibilidad de establecer contacto con nuestros conocidos. Si el medio de comunicación, además, posibilita conocer personas, estará contribuyendo a ampliar las redes sociales de los egos, recurso primario que eventualmente permite acceder a recursos de segundo orden.

Para indagar en esta dimensión, de un modo cuantitativo y dimensionar el acceso a nuevas relaciones, se aplicó una triada de preguntas: (i) ¿A cuántas personas ha conocido de forma virtual? (ii) De éstas, ¿a cuántas personas ha conocido de forma presencial? Y (iii) de éstas, ¿a cuántas considera sus amigos/as?

Para la pregunta (i), en promedio global de la muestra, se señala conocer a 17,3 personas. Respecto de las preguntas (ii) y (iii), los resultados son 10,4 y 5,5 personas, respectivamente. La descripción de datos según nivel de aislamiento, aplicando diferencia de medias (o prueba t), arroja una primera evidencia sobre un comportamiento diferenciado de las variables según territorialidad. En cuanto al número de personas conocidas de forma virtual: 28,2 personas promedio en el caso de encuestados de zonas de alto aislamiento, y 14,5 en el caso de zonas de aislamiento crítico. Esto hace pensar en una selectividad mayor en las zonas de aislamiento crítico, sobre todo, teniendo en cuenta el perfil de los encuestados en esta zona: menor disposición a conocer personas a través de internet, lo que también explica a su vez la menor cantidad promedio de conocidos en comparación a la otra zona.

De hecho, cuando se pregunta a los encuestados por la utilidad social que les ha dado internet, un 53% de casos de zonas de aislamiento alto señalan que les ha servido para aumentar su red de contacto, mientras sólo un 35,6% de casos de zonas de aislamiento crítico señala esta opción. Por el contrario, estos últimos señalan en un 89,5% que internet les ha servido para mantener la cercanía con personas que se encuentran físicamente lejos, mientras que en las zonas de aislamiento alto esta tendencia es un tanto

menor, y llega al 77,8%. Es decir, mientras unos tienden a aumentar su red egocéntrica o personal (a la vez que mantener las relaciones ya existentes), los otros, más aislados, tienden en mayor medida a mantener lo existente y en mucho menor grado a aumentar su red de contactos.

Otro aspecto de interés es que si bien respecto de las personas conocidas de modo virtual hay diferencias, éstas no tienen la misma magnitud respecto de las personas conocidas de modo presencial y aquellas consideradas amigos/as. Así, en las zonas de aislamiento alto, se conocen en promedio 10 personas de modo presencial y de éstas 5,3 son consideradas como amistades. Para las zonas de aislamiento crítico, las personas conocidas de modo presencial alcanzan las 10,5 y las consideradas amigos/as las 5,7. Se volverá sobre estos resultados en el acápite de análisis.

Acceso a recursos secundarios o con quiénes contamos

Una cosa es tener relaciones sociales, otra es saber con quién se cuenta en caso de requerirlo. Para evaluar esta dimensión del capital social se aplicó un conjunto de preguntas relacionadas entre sí el mismo procedimiento para evaluar la ampliación de relaciones: (i) Cuando tiene algún problema económico o personal, ¿a qué tipo de personas recurre en busca de apoyo? (respuesta múltiple) (ii) ¿Hay personas de este grupo que viven fuera de su localidad? Y (iii) ¿Suele mantener contacto con ellas a través de Internet?

Los resultados son categóricos respecto de dónde se ubica, en términos de grupos de personas, el capital social de las personas: Un 84,8% de los encuestados señaló que cuando requiere apoyo, recurre a familiares. En segundo lugar, con un 24,6% están los amigos. Vecinos o conocidos alcanzan un 4,1% y otras personas un 8,4%.

Considerando el nivel de aislamiento (tabla 4), las tendencias se mantienen en la categoría de personas más relevante: familiares. Vecinos y otras personas presentan baja frecuencia como para validar la comparación entre zonas. En el caso de las amistades, las personas de zonas críticas señalan recurrir menos (19,4%) a ellas que los de zonas de aislamiento alto (43,8).

Tabla 4. Capital social según nivel de aislamiento.

	Nivel de Aislamiento							
	Alto				Crítico			
	Capital social	Capital social (f)	Fuera de la comuna	Contacto a través de Internet	Capital social	Capital social (f)	Fuera de la comuna	Contacto a través de Internet
Familiares	90,2%	101	43,6%	72,7%	87,9%	370	37,8%	76,4%
Amigos/as	43,8%	49	51,0%	84,0%	19,4%	82	37,8%	80,6%
Vecinos o conocidos	7,1%	8	12,5%	100,0%	3,3%	14	21,4%	66,7%
Otras personas	6,30%	7	14,3%	100,0%	9,0%	38	21,1%	62,5%

Fuente: elaboración propia.

Para efectos del artículo, son otras dos variables las que son de interés: ubicación geográfica del capital social y vinculación/mantenimiento de ese capital vía internet, diferenciado por grado de aislamiento.

En primer lugar, un 43,6% de los casos de aislamiento alto señala que parte de su capital social se ubica fuera de su comuna de residencia. Un 37,8% lo afirma en el caso de zonas de aislamiento crítico. Una diferencia menor si se considera que en el caso de los amigos/as, en la primera zona el resultado es de 51% y en la segunda de 37,8%. Respecto de vecinos y otras personas, las frecuencias son demasiado bajas en las zonas de aislamiento alto como para validar la comparación con la zona crítica. No obstante, considerando las dos categorías principales, la diferencia a explicar radica en las amistades.

Respecto del contacto a través de internet con el capital social fuera de la localidad de residencia, las diferencias en los porcentajes son menores entre zonas, no significativa en términos estadísticos. Lo interesante de destacar es que, en ambas zonas hay un alto porcentaje de capital social fuera de la localidad que se mantiene a través del uso de internet: más de un 70% en el caso de familiares y más del 80% en el caso de amistades. Eventualmente, dados los costos de la comunicación telefónica y tiempo asociado a otros medios de comunicación, sin la presencia de internet, esta porción de capital social estaría en riesgo de desvanecerse, reduciendo las oportunidades de acceso a recursos que poseen las personas.

Análisis de resultados

Los resultados obtenidos contribuyen a corroborar la hipótesis planteada al comienzo, a saber, que el acceso y el uso regular de internet modifica el patrón de relaciones de las personas que habitan en comunas con altos niveles de aislamiento ampliando y diversificando el número de vínculos y, por tanto, ampliando las oportunidades para el acceso y la movilización de recursos.

El análisis que sigue se orienta a responder la pregunta: ¿Los niveles de aislamiento influyen en la relación entre internet y capital social?

Los resultados permiten afirmar que internet propicia un cambio de lazos débiles a fuertes y con influencia de la co-presencialidad como factor explicativo. Efectivamente, internet constituye una herramienta que permite crear lazos en espacios virtuales, lazos que pueden devenir en fuertes o débiles, pero que en cualquier caso consiste en un patrón de relacionamiento que convive y se articula a patrones clásicos de relacionamiento basados en la co-presencialidad en ámbitos como el familiar, laboral o educacional (Grossetti, 2009). Sin embargo, hay diferencias según zonas que se pueden apreciar al considerar los resultados de la triada de preguntas sobre número de conocidos virtualmente, conocidos presenciales e inclusión en círculo de amigos.

Un análisis de correlaciones bivariadas (r de Pearson) independiente para cada zona (tabla 5), para profundizar más allá de los promedios (similares en cuanto a número de conocidos presencialmente y amistades), permitió observar que el cambio de estatus de conocido a amigo está mediado de manera importante por la co-presencialidad (sobre el 0,6 en ambas zonas), la cual a su vez está correlacionada con la cantidad de contactos conocidos virtualmente (también sobre el 0,6 en ambas zonas). Sin embargo, la correlación entre la cantidad de conocidos virtuales y amistades es mucho más baja en ambas zonas, por lo cual, la presencialidad estaría jugando el rol de bisagra entre ambas instancias. Es decir, a más conocidos virtuales, más conocidos presencialmente; y a más conocidos presencialmente, más amigos. El contacto presencial actúa como un mecanismo que influye en la transformación de lazos débiles a lazos fuertes. Siendo internet el instrumento que permite acumular lazos débiles, una suerte de caldo de cultivo para avanzar en el fortalecimiento de relaciones. Lo que se observa es un proceso de selectividad social tipo embudo, en donde desde un universo mayor de personas se va profundizando el contacto de manera cada vez más selectiva, pero en donde cada etapa condiciona los resultados en la siguiente.

Tabla 5. Correlaciones bivariadas

		¿A cuántas personas ha conocido de forma virtual?		De estas, ¿a cuántas personas ha conocido de forma presencial		De estas, ¿a cuántas de esas personas considera sus amigos/as?	
		AA	AC	AA	AC	AA	AC
¿A cuántas personas ha conocido de forma virtual?	Correlación de Pearson	1	1	,643**	,695**	,561**	,297**
	Sig. (bilateral)			,000	,000	,000	,001
	N	121	464	97	384	72	121
De estas, ¿a cuántas personas ha conocido de forma presencial?	Correlación de Pearson	,643**	,695**	1	1	,603**	,675**
	Sig. (bilateral)	,000	,000			,000	,000
	N	97	384	97	385	70	120
De estas, ¿a cuántas de esas personas considera sus amigos/as?	Correlación de Pearson	,561**	,297**	,603**	,675**	1	1
	Sig. (bilateral)	,000	,001	,000	,000		
	N	72	121	70	120	72	122

AA: Aislamiento Alto

AC: Aislamiento Crítico

** : La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Sin embargo, este análisis tiene un matiz trascendental para el estudio. La correlación entre conocidos de modo virtual y amistades es significativamente menor en zonas de aislamiento crítico (0,297) en com-

paración a la otra zona (0,561). Es decir, en términos simples, en casos de aislamiento alto tener más conocidos virtuales está relacionado con tener más amistades derivadas de esas relaciones, y viceversa. Mientras que en casos de aislamiento crítico, la cantidad de conocidos virtuales y amistades tienden a correr por carriles paralelos: se puede tener muchos conocidos virtuales, pero pocos amigos derivados de esas relaciones, o viceversa o mucho/poco de ambos. Técnicamente, no hay una relación estadística clara. En este sentido, el contacto presencial juega un rol más determinante como bisagra en zonas de aislamiento crítico, puesto que este encuentro aumenta las posibilidades de que un conocido virtual pase a ser amigo¹⁰.

Ahora bien, una vez que se conoce a otra persona de modo virtual, en ambas zonas habría probabilidades similares de conocer al contacto de modo presencial. En este punto el grado de aislamiento parece no influir, y quienes tienen disposición a conocer personas nuevas, seleccionaran del universo de contactos disponibles, se acomodaran a sus posibilidades y concretarán encuentros. Podría suponerse que las condiciones de aislamiento más extremas dificultan la posibilidad de encuentros presenciales, pero también es válido suponer a modo de hipótesis explicativa- (que existe una capacidad limitada para mantener lazos fuertes activos (Molina, 2005), lo que en conjunto a la selectividad influye en que, independiente del número de conocidos virtuales, las personas tenderán a manejar números relativamente similares de contactos más fuertes, conocidos presencialmente luego de un acercamiento virtual (en este caso poco más de 10 contactos).

Para complementar este análisis, se constata que, si bien internet elimina las barreras geográficas, no elimina los contextos socio-culturales anclados a determinados territorios con los cuales interactúan las personas (los matices en los perfiles de usuarios de internet de ambas da cuenta de ello). Las condicionantes objetivas que impone la dispersión de la población, la necesidad de desplazarse cotidianamente fuera de la localidad por trabajo o estudios, influyen en los modos de relacionamiento de las personas, sus intereses y, por tanto, en la relación entre internet y capital social.

Precisamente, considerando los desplazamientos fuera de la comunidad, se observa que las personas de zonas de aislamiento crítico tienden a permanecer dentro de su localidad, desarrollando allí sus actividades sociales y económicas. Las opciones de relacionamiento fuera de la localidad son mayores para los habitantes de zonas aislamiento alto, lo que podría explicar que prácticamente la mitad de amigos considerados como capital social se encuentre fuera de su misma comuna de residencia. Hay un capital social distribuido en más categorías de contactos de manera significativa, más diversas en términos de composición y ubicación geográfica (validando los resultados de Araya y Maya, 2005), a diferencia de los casos de zonas con aislamiento crítico, que tiene significativamente menos amigos considerados como capital social, y entre estos, muchos menos son quienes viven fuera de la comuna (tabla 3). Hay una composición de capital social más homogénea, más concentrada, tanto social como geográficamente, reflejo en parte de un interés más marcado por mantener las relaciones exis-

tentes (para esto les sirve preferentemente internet), una menor disposición a conocer personas a través de internet y una cotidianidad más localizada en lo geográfico y social.

Conclusiones

En tanto herramienta, el uso de internet se transforma en una fuerza que evita la disolución de lazos producto de la distancia geográfica, se constituye como espacio de relacionamiento que puede trascender lo virtual, que cohabita con patrones tradicionales de inicio y desarrollo de relaciones sociales. Estos resultados se condicen con los de otros estudios - reseñados en anteriormente- sobre el impacto de internet en las relaciones personales y capital social. Se confirma esta tendencia, aún en zonas con grados de aislamiento significativos: Internet como tecnología que sirve para mantener lazos, así como para crearlos. En tanto plataforma orientada al relacionamiento entre personas (como pueden ser Facebook o Twitter), Internet es un catalizador de relaciones; su dinámica de funcionamiento pone en contacto a personas.

Sin embargo, el valor de los resultados obtenidos, no radica en esto, en su carácter confirmatorio de tendencias identificadas en otros estudios y regiones en el mundo. Sino, más bien, en observar cómo estas tendencias del uso de internet y su relación con el capital social presenta rasgos particulares (en la composición de las redes personales) dada una determinada condición de aislamiento, que obliga a desplazamientos fuera de las localidades en algunos casos, y en otros fomenta una vida social con fuertes rasgos de homofilia.

Este condicionamiento geográfico se acopla al modo de sociabilizar virtualmente, reforzando unos patrones de relacionamiento y debilitando otros. Sin duda, esta relación queda explorada en su superficie, pero estos primeros hallazgos abren un campo de análisis y genera insumos para preguntas de investigación preliminares considerando la realidad nacional: ¿Cómo se acoplan los medios no presenciales con la dinámica socio-económica (penetración del turismo) y su influencia en los patrones de relacionamiento? ¿En qué niveles esperan impactar las políticas públicas que apuntan a la conectividad digital? Al respecto, la investigación entrega unos hallazgos incipientes:

- La inversión pública y/o privada en conectividad digital tienen un impacto a nivel de relacionamiento de las personas. Internet es una herramienta que evita que se diluyan vínculos significativos para las personas.
- Si bien la mayoría de casos no utiliza internet como medio de capitalización económica, el pequeño porcentaje que sí lo hace confirma la existencia de un nicho de trabajo para los instrumentos de políticas públicas pro emprendimiento.
- En esta línea, la inversión en conectividad debiese considerar

indicadores de acceso y de uso, como parámetros para evaluar los resultados obtenidos. La variedad de puntos de acceso (tabla 1) y frecuencia de uso evidencian que el problema de acceso está avanzando significativamente hacia una accesibilidad universal. Por tanto, un segundo paso es decidir cómo se quiere impactar a través de los usos. Es decir, teniendo como dato el tipo de uso que las personas dan a Internet en zonas de aislamiento crítico o alto, es posible diseñar proyectos y sub-proyectos según los objetivos que se quieren potenciar: la penetración de internet o potenciar determinados usos. La experiencia del programa Contenidos Locales de DIBAM, que busca potenciar el uso de Internet con fines culturales, puede dar algunas pistas sobre la materia.

Finalmente, quizás uno de los desafíos más importantes en la temática es la vinculación entre niveles individuales y colectivos de relacionamiento social e identidades grupales. Este artículo aborda el primer término en discusión, a la espera de avanzar en el análisis de datos producidos en la investigación con miras a comprender la conexión con los niveles colectivos de la vida social: organizaciones sociales, acción colectiva e identidad.

Notas

¹ Este artículo es parte del Proyecto FONDECYT (n. 1120866) El Impacto de Internet en el Capital Social de las Comunidades Aisladas.

² Se agradecen los aportes a la discusión y contextualización de resultados de mi estimado amigo Miguel Pérez Bade.

³ Adi (2004) aborda la cuestión del capital social desde un esquema ontológico de tres niveles: (1) lo que lo constituye (su *esencia*), (2) las cualidades o atributos que genera, y (3) las estructuras o instituciones que son engendradas por (1) y (2) - consecuencias que se pueden atribuir a estos elementos y su interacción.

⁴ Con justificación, este enfoque ha sido clasificado dentro del campo de la sociología económica (Coradini, 2010) o en la línea de la teoría de los intercambios de Homans (Millán y Gordon, 2004). No obstante, para efectos del artículo y línea de investigación -y un tema que rebasa los alcances de este artículo- los elementos asociados a una racionalidad económica pueden ser matizados si se amplía la mirada hacia la relación estructura-agencia, desde una perspectiva realista o morfogenética (Elder-Vass, 2008). Esto no invalida el núcleo central del enfoque de redes sociales aplicado al capital social, al contrario, refuerza su ubicación ontológica debajo de normas y reglas como poderes causales que operan sobre un grupo determinado.

⁵ Investigaciones sobre la amplitud de las redes egocéntricas o personales, han establecido que en promedio las personas tienen alrededor de 291 contactos activos, con una desviación estándar de 250. Los lazos fuertes activos promedian 18 contactos. Esto significa que, si bien el número acumulado de relaciones en el tiempo puede ser muy superior (3.500 en promedio), la cantidad de lazos activos o la capacidad de las personas para mantener lazos activos es más limitada (Molina, 2005). Por lo tanto, es factible pensar en la estabilización de la estructura de redes sociales como un efecto de la capacidad de las personas para manejar su mundo de relaciones sociales.

⁶ La ontología asociada a las perspectivas de capital social define la epistemología y metodología utilizada (Grix, 2002). Por ejemplo, para Putnam y sus seguidores, el capital social es un concepto psicológico que puede ser medido cuantitativamente a nivel individual. En este marco epistemológico es en donde la confianza intersubjetiva es capital social.

⁷ Millán y Gordon (2004) consideran que en Lin el capital social no puede ser propiedad colectiva, puesto que los recursos insertos en las redes se capitalizan individualmente. No obstante, el mismo Lin, afirma que el capital social puede ser tanto colectivo como individual (1999:33). Para Lin el problema es si el análisis del capital social como bien colectivo se realiza incluyendo en el mismo, las normas, confianza y otros bienes públicos.

⁸ Específicamente, el CIDEZE ha definido los siguientes indicadores para evaluar el grado de asilamiento de comunas en el país:

- 1) Físico, relacionado con las características climáticas que condicionan el desarrollo de actividades productivas en función de las mayores o menores fricciones de éstas con el medio;
- 2) Demográfico, que examina la dispersión de la población y su pertenencia a etnias;
- 3) Económico, que indica la dependencia de fondos estatales y el nivel de actividades terciarias;

- 4) De acceso a servicios, que evalúa la accesibilidad a servicios; y
- 5) Político-administrativo, relacionado con la mayor o menor cercanía de los centros de poder (SUBDERE, 2008).

En Chile, para el 2008, existían 150 comunas con una grado de aislamiento crítico/alto.

⁹ Respecto a la edad y género, no se observaron diferencias estadísticas significativas en el cruce con las variables con que se trabajó en el perfil de usuarios.

¹⁰ Para probar esto, se realizó un ejercicio de correlaciones parciales, controlando precisamente por el número de conocidos presencialmente. En zonas de aislamiento alto, el coeficiente es de 0,302; mientras en zonas de aislamiento crítico, el resultado del coeficiente es de -0,325. Si bien la fuerza de la correlación tiende a ser baja, el cambio de signo es significativo. En el primer caso la relación es positiva (las variables tienden a aumentar o disminuir de manera conjunta) y en el segundo caso negativa (mientras una variables aumenta, la otra baja en algún grado, y viceversa). Esto podría interpretarse como: tener menos contactos, indica mayor selectividad, por tanto, puede que se tenga mejores contactos, aumentando el universo de potenciales para el contacto presencial. Cuando se incorpora el efecto del conocimiento presencial, se obtienen las correlaciones significativas de la tabla 5.

Bibliografía

Antoci, A., Sabatini, F., y Sodini, M. (2012), «See you on Facebook! A framework for analyzing the role of computer-mediated interaction in the evolution of social capital», en *The Journal of Socio-Economics*, 41, 541-547.

Araya, R., y Maya, I. (2005). «Los puentes interlocales: las redes personales de los universitarios alcazareños en Sevilla». En J. Porras y V. Espinoza (Eds.), *Redes. Enfoques y aplicaciones del análisis de redes sociales*, 183-213. Universidad de Santiago de Chile y Universidad Bolivariana.

Bauernschuster, S., Falck, O., y Woessmann, B. F. (2011), «Surfing alone? The Internet and social capital: Evidence from an unforeseeable technological mistake». IZA, Discussion Paper Serie N°5747.

Bauman, Z. (2002), *Modernidad líquida*, FCE, Argentina.

Ídem (2005), *Identidad*, Losada, Buenos Aires.

Beaudoin, C. E. (2008), «Explaining the relationship between Internet use and interpersonal trust: Taking into account motivation and information overload», en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 550-568.

Bourdieu, P. (2000), «Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social», en *Poder, derecho y clases sociales*, Editorial Desclée de Brouwer, Bilbao, 132-133.

Burke, M., Kraut, R., y Marlow, C. (2011), «Social capital on Facebook: Differentiating uses and users», en *ACM CHI 2011: Conference on Human Factors in Computing Systems*.

Burt, R. (2005), «Dimensiones reticulares del capital social», en J. I. Porras y V. Espinoza (Eds.), *Redes. Enfoques y Aplicaciones del Análisis de Redes Sociales (ARS)*. Santiago de Chile: Editorial Universidad Bolivariana.

Cárcamo, L. y R. Cladellas (2009), «Contextos culturales y percepción del tiempo en Chile», en *Revista Austral de Ciencias Sociales*, N°17, 99-108.

Coleman, J. (1988), «Social Capital in the creation of human capital», en *American Journal of Sociology*, Vol.94. 95-120.

Coradini, O. L. (2010), «The divergences between Bourdieus and Colemans notions of social capital and their epistemological limits», en *Social Science Information*, 49(4), 563-583.

Cuadra, Á. (2003), *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*, LOM, Santiago.

Doheny-Farina, S. (1996), *The Wired Neighbourhood*, Yale University Press, New Haven and London.

Durston, J. (2001), *Evaluando capital social en comunidades campesinas en Chile*. Presentación realizada a la Fundación Ford, Santiago, 19 de Diciembre de 2001.

Elder-Vass, D. (2008), «Integrating institutional, relational and embodied structure: an emergentist perspective», en *The British journal of sociology*, 59(2), 28-199.

Ellison, N. B., Steinfield, C., y Lampe, C. (2007), «The benefits of Facebook 'friends': Social capital and college students use of online social network sites», en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Granovetter, M. (1973), «The strength of the weak ties», en *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Grossetti, M. (2009), «¿Qué es una relación social? Un conjunto de mediaciones diádicas», en *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 6(2), 44-62.

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., y Crawford, A. (2002), «Internet Paradox Revisited», en *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.

Lin, N. (1999), «Building a Network Theory of Social Capital», en *Connections*, 22(1), 28-51.

Millán, R., y Gordon, S. (2004), «Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas», en *Revista Mexicana de Sociología*, 66(4), 711-747.

Miyata, K., y Kobayashi, T. (2008), «Causal relationship between Internet use and social capital in Japan», en *Asian Journal of Social Psychology*, 11, 42-52.

Molina, J. L. (2005), «El estudio de las redes personales: contribuciones, métodos y perspectivas», en *EMPIRIA - Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 10 (julio-diciembre), 71-105.

Molina, J.L., M. Bolívar e I. Cruz. (2011), «La dispersión geográfica de las redes personales. Cálculo y significado», en *REDES-Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, Vol.20 (5), Julio, 113-131.

Portes, A. (1998), «Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology», en *Annual Review of Sociology*, 24(1), 124.

Pénard, T., y Poussing, N. (2010), «Internet Use and Social Capital: The Strength of Virtual Ties», en *Journal of Economic Issues*, 44(3), 569-595.

- PNUD (2000), *Desarrollo Humano en Chile*. PNUD, Santiago.
- Proenza, F. et al (2001), *Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural en América Latina*, BID, Washington.
- Putnam, R. (1993), *Making democracy work*, Princeton University Press, New Jersey.
- Ídem (1995), *Bowling alone. America's decline of social capital*, en http://www.saddleback.edu/faculty/agordon/documents/Bowling_Alone.pdf (consultado 03-09-2013).
- Ramírez, J. (2005), «Tres visiones sobre capital social: Bourdieu , Coleman y Putnam», en *Acta Republicana Política y Sociedad*, 4(4), 21-36.
- Rose, R. (1998b), *Getting Things Done in an Anti-Modern Society: Social Capital Networks in Russia*. Social Capital Initiative Working Paper 8. World Bank, Social Development Department, Washington D.C.
- Ruz, M. (2011), «The concept of Social Capital Revisited». *Annual Meeting of the American Sociological Association*, Las Vegas, Nevada.
- Saiz, J. E., y Jiménez, S. R. (2008), «Capital social: una revisión del concepto», en *Revista CIFE*, 13, 250-263.
- Serrano, C. (2002), *Pobreza, Capital Social y Ciudadanía, Asesorías para el Desarrollo*.
- Subtel-ARSchile (2006), *El Impacto de los infocentros en el fortalecimiento del capital social*. Santiago.
- Sum, S., Mathews, M., Pourghasem, M., y Hughes, I. (2008), «Internet Technology and Social Capital: How the Internet Affects Seniors Social Capital and Wellbeing», en *Journal of Asian and African Studies*, 14, 202-220.
- Valenzuela, S., Park, N., y Kee, K. (2009), «Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students life satisfaction, trust, and participation», en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901.
- Wasserman, S. y Faust, K. (1999), *Social Network Analysis. Methods and Applications*, Cambridge University Press, Londres.
- Wellman, B. (2001), «Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking», en *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 25 (2), 227-252.
- Williams, K., y Durrance, J. C. (2008), «Social networks and social capi-

tal: Rethinking theory in community informatics», en *The Journal of Community Informatics*, 4(3), 120.

Woolcock, M. (2001), «The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes», en *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 11-17.

Woolcock, M., y Narayan, D. (2000), «Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy», en *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.

* * *

Recibido: 05.09.2013

Aceptado: 13.12.2013