



MIRADAS,
ENCUENTROS Y CRÍTICAS
ANTROPOLÓGICAS

Aitzpea Leizaola, Jone Miren Hernández
(Coordinadoras)

UNA EXPLORACIÓN DEL *CAPITAL SOCIAL* ENTRE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y ANTROPOLÓGICAS. CONCEPTOS, USOS Y DISCURSOS EN CIENCIAS SOCIALES

RICHARD PFEILSTETTER
Universidad de Sevilla

ASMAA SKAREB
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

El capital social es un concepto en boga y ha producido una serie de estudios y utilizaciones institucionales como una exhaustiva teorización académica. Una de las causas claves de dicha emergencia ha sido, según nuestra argumentación, el cruce que representa y es capaz de establecer el concepto entre estudios economicistas y culturalistas, a las cuales están vinculados en mayor o menor medida determinadas disciplinas como es el caso de las Ciencias Económicas y la Antropología. Ese cruce no sólo se hace visible en los contenidos discursivos de las diferentes definiciones, usos y proyectos políticos que se han elaborado en torno al concepto, sino también en los lugares desde los cuales escriben los autores del concepto que representan diferentes posiciones dentro del mundo académico fragmentado en disciplinas.

1. EL CAPITAL SOCIAL COMO UN RECURSO DE PODER

Lo social para Weber es todo lo que está orientado hacia y relacionado con la conducta del otro desde la intencionalidad y el sentido del o de los que actúan (Weber, 1980)¹. El poder es aquella relación social en la que no sólo la acción es intencionada en función de otros, sino que además existe la posibilidad unilateral de modificar la conducta del otro. Recordándonos ese vocabulario sociológico básico, nos permite

¹ “Soziales Handeln aber soll ein solches Handeln heißen, welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist”.

analizar una definición del capital social por parte de A.M. Chiesi quien entiende por él “a set of steady interpersonal relations based on reputation, through which ego can mobilize the action of alter in order to pursue his/her own goals” (Chiesi, 2007:3). Vemos que esa definición concuerda bastante con la noción de poder de Weber: el capital social como unas relaciones sociales duraderas basándose en algún tipo de legitimidad capaz de instrumentalizar la acción de otros. También J. DeFilippis anota en un artículo suyo que Max Weber habla de capital social en su obra (DeFilippis, 2001). Llamativamente esto no lleva al autor a reflexionar sobre la manera en que se puede relacionar el concepto de hoy con el pensamiento de ayer; esto es, en qué sentido emplean Weber y los autores contemporáneos dicho concepto.

Pero no hace falta limitarnos sólo a orígenes Werberianos en cuanto al concepto de capital social. ¿Cabe pensar si la idea de Comte de consenso, la solidaridad orgánica de Durkheim o la noción del tejido social de Gramsci no han querido apuntar ya previamente algo parecido? También la concepción de Bourdieu del capital social se aproxima a una visión de unos recursos de poder que poseen individuos (DeFilippis, 2001). El capital social para él, es un

“conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizados de inter-conocimiento y de interreconocimiento; o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no solo están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros o por ellos mismos), sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles” (Bourdieu, 1980:2; citado y traducido por Gutiérrez, 1995:37).

Narotzky le critica a Bourdieu que su concepto sólo es apto para una sociedad concreta, economizada y capitalista (Narotzky, 2007), una crítica que pudiéramos extender a todo el bloque de concepciones instrumentalistas del capital social. Bourdieu reconoce que el capital social es creador de desigualdad y diferenciación social y como observa DeFillipis: si el capital social es un elemento clave en los estudios de desarrollo, necesariamente tiene que haber “ganadores y

perdedores”. Si todo el mundo se beneficiara del capital social ya no tiene sentido el propio concepto, porque ya no es capital propiamente dicho, con todo lo que supone ese término (acumulable, contable, bien escaso, etc.) (DeFilippis, 2001).

En ese sentido Adam Smith ya ha apuntado que las redes sociales en la economía mercantilista tienen efectos negativos al favorecer la monopolización (DeFilippis, 2001). Por lo tanto, ¿cómo diferenciar el concepto de las nociones antropológicas del clientelismo, compadrazgo, amistad y parentesco? Dhesi por ejemplo equipara la identidad social, redes sociales, normas, valores y conocimiento compartido con el capital social (Chesi, 2007). Para Chiesi engloba reconocimiento, cooperación, confianza, reputación, información, fidelidad y solidaridad (Chiesi, 2007). Vemos como en este tipo de definiciones el capital social se convierte en un cajón de sastre de “todo lo social y cultural” o “intangible” que la economía clásica es incapaz de comprender mediante sus teorías y métodos.

2. EL CAPITAL SOCIAL COMO RECURSO EN UN MERCADO DE CONOCIMIENTO

En los estudios económicos, el capital social es concebido como la nueva fuente de ventajas competitivas para las organizaciones en economía basada cada vez más en lo “intangible” como fuente de creación de valor y riqueza. Franke Sandra (2005) en su trabajo sobre la medición del capital social lo identifica como factor de igual importancia que el capital financiero, humano y físico en el ciclo de vida de las organizaciones. En esa economía del conocimiento, las organizaciones crean valor y riqueza “al entrar en relación con otros agentes y actores de su entorno, desarrollando y estableciendo Redes de Relaciones que le permiten intercambiar y crear conocimiento (generar nuevo valor) para la mejora de competitividad” (Unamuno, 2004:2).

Coleman define el capital social como “el conjunto de recursos que tienen los individuos, recursos que les faciliten su acción dentro de la estructura dónde se encuentran” (Bevort, 2003:409). Es una definición que ubica el capital social como elemento que dota al individuo de un

activo permitiéndole aumentar su productividad. El capital social a nivel organizativo es “igual que otras formas de capital productivo y hace posible el logro de ciertos fines que serían inalcanzables en su ausencia” (Coleman citado en Millán, 2004: 714).

R. Burt por su parte da una definición muy utilitaria al concepto capital social asociándole beneficio para la sociedad y los individuos. Es un factor determinante tanto como el factor humano y financiero, un elemento crítico de la rentabilidad en las organizaciones. “Society can be viewed as a market in which people exchange all variety of goods and ideas in pursuit of their interests. Certain people or certain groups do better in the sense of receiving better return to their efforts.” (Burt citado por Bevort, 2003: 4).

Siendo intangible, la problemática a la que se enfrentan las organizaciones con relación al capital social es su gestión. A diferencia de los elementos tangibles tratados por las ciencias económicas, el capital social es difícil de controlar, definir, medir y por lo tanto de gestionar. Por elementos intangibles la Comisión Europea de Estandarización adopta la siguiente definición:

“Intangible assets are those assets that can have great value for an organization, generating competitive advantage in the future, but which typically have no physical presence and have traditionally not been recognized from a financial perspective, except when they are sometimes grouped together as ‘goodwill’ on balance sheets”. (European Committee for Standardization, 2004: 10).

En economía “lo que se mide se gestiona”. En este sentido la metodología de Análisis de Redes Sociales es una aportación al mundo empresarial, ya que permite a los directivos medir el capital social a través de una serie de métricas e indicadores que cuantifican las interacciones entre los actores de una red y permiten su presentación de manera gráfica.

No obstante, todavía no existe consenso sobre los factores que contribuyen a la creación y al desarrollo del capital social. El análisis de las redes sociales es un método de las ciencias sociales que tiene como objetivo la exploración de la dinámica del capital social, vía la

comprensión de la naturaleza y las consecuencias de los vínculos entre individuos o grupos.

CONCLUSIONES

Hemos visto que los usos del concepto van desde un rechazo o afirmación por un lado a través de una inflación de significados o la imprecisión de los mismos, desde la cuantificación económica financiera de lo intangible hasta llegar a significar algo que quizás se ha descrito ya anteriormente con más claridad y precisión mediante otros conceptos.

Desde la teoría de la comunicación nos deberíamos preguntar, en palabras de Asmaa Skareb “how knowledge flows through informal networks” (Skareb, 2007:1) y en que sentido las teorizaciones alrededor del capital social nos permiten comprender mejor ese flujo con impacto para la estructura social.

Si a partir de tal análisis se quieren emprender estudios sobre la eficacia económica en un mercado competitivo de ideas o teorizar sobre las relaciones de dominación y explotación en una institución, ya es cosa de los gustos (en el sentido que da Bourdieu a esa palabra) de las disciplinas.

BIBLIOGRAFÍA

BEVORT, Antoine (2003) “À propos des théories du capital social: du lien social à l’institution politique”, *Sociologie du travail* 45, pp. 407-419.

BOURDIEU, P. (1980) “Le capital social”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 31.

CHIESI, A. M. (2007) “Measuring Social Capital and its Effectiveness. The Case of Small Entrepreneurs in Italy”, *European Sociological Review*, pp. 1-17.

DEFILIPPIS, J. (2001) “The Myth of Social Capital in Community Development”, *Housing Policy Debate* 12, pp. 781-806.

European Committee for Standardization (2004) *European Guide to Good Practice in Knowledge Management*, Brussels, Part 5: KM Terminology (CEN).

FRANKE, Sandra (2005) “La mesure du capital social. Document de référence pour la recherche, l’élaboration et l’évaluation de politiques publiques.” *Projet de Recherche sur les politiques, Gouvernement du Canada*, pp. 1-82.

GUTIÉRREZ, A. (1995) *Pierre Bourdieu. Las practicas sociales*, Posadas, Editorial Universitaria.

MILLAN, R. (2004) “Capital social: Una lectura de tres perspectivas clásicas”, *Revista Mexicana de Sociología* 66 (4), pp. 711-747.

NAROTZKY, S. (2007) “The project in the model. Reciprocity, Social Capital, and the Politics of Ethnographic Realism”, *Current Anthropology* 48(3), pp. 403-424.

SKAREB, A. (2007) “Analysis and evaluation of collaboration level, using social network analysis, in a research and development centre: CICEI case study.”

<http://www.eunis.org/events/congresses/eunis2007/CD/pdf/abstracts/p166.pdf>

UNAMUNDO, Ainhoa (2004) “Identificación y representación del capital social e intelectual en las organizaciones y regiones”
<http://www.revista-redes.rediris.es/webredes/ivmesahis/Portoroz%20Unamuno%20Abstract.doc>

WEBER, M. (1980) *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*, Tübingen, Mohr.