

Organizaciones sociales: actores que incentivan la formación de capital social

José Juan Méndez Ramírez, Teresa Becerril Sánchez y Fernando Ensastegui Bernardino

Resumen *Abstract*

En la actualidad la participación de la sociedad civil se ha hecho presente en distintos ámbitos de la vida social. Ésta se manifiesta de manera organizada a través de diversos organismos sociales que tienen la capacidad de incidir en la formación de capital humano mediante la socialización de información compleja entre grupos o comunidades desinformadas; incentivando con ello el desarrollo de capital social.	<i>Nowadays the participation of civil society is making itself felt in different ambits of social life. It is apparent in an organized fashion through various social organizations which have the ability to make an impact on the formation of human capital through the socialization of complex information among uninformed groups and communities, stimulating in this way the development of social capital.</i>
--	--

Palabras clave: *Key words*

Capital social, Organizaciones sociales, Costos de información	<i>Social capital, social organizations, information costs</i>
--	--

Introducción

El cambio de paradigmas en el mundo trajo como resultado, que el Estado se retirara de ciertos espacios públicos y limitara su ejercicio en la elaboración de la política social, de ahí que quedaran ciertos huecos que no son atendidos por el mercado ni por el Estado. Ante este contexto, el rol que asumió la sociedad civil, es el de corregir las fallas del mercado y las deficiencias del Estado. En un primer momento, algunas organizaciones sociales se dan a la tarea de socializar información compleja en comunidades desinformadas, con ello, pretenden contribuir a la formación de capital humano; en una segunda etapa, aprovechan las relaciones de confianza y solidaridad que tienen con algunos grupos o comunidades con el propósito de conformar estructuras sociales, con las cuales, puedan interactuar con otros actores sociales y niveles de gobierno.

En este trabajo se pretende discutir el concepto de capital social, los costos que enfrentan los individuos para obtener información y a través de qué mecanismos las organizaciones sociales puedan incentivar la conformación de capital social.

Contexto general

Actualmente el concepto de capital social, ha sido abordado desde un enfoque economicista; es decir, a éste se le ha vinculado de manera directa con el impulso del desarrollo de cualquier sociedad. *“A comienzos de los años noventa, el capital social aparece como un instrumento de análisis muy prometedor, sobre todo para el estudio de los fenómenos económicos; un concepto que permite interesantes aplicaciones en el plano microsociológico”.* (Trigilia, 2003:10)

En palabras de Stiglitz *“el desarrollo económico de un país está insertado en su organización social, de manera que abordar las inequidades estructurales requiere no sólo cambios económicos, sino también transformaciones de la sociedad misma”.* (Stiglitz, 1998)

Este concepto ha destacado un aspecto importante del comportamiento socioeconómico, cuál es el papel de las relaciones que no son de mercado, en la determinación del comportamiento individual o colectivo y por lo mismo, el concepto de capital social está entrando con fuerza en los análisis de la pobreza y por ende del desarrollo. (Durlaf, 1999)

José Juan Méndez Ramírez, Teresa Becerril Sánchez y
Fernando Ensastegui Bernardino

Esto es, las relaciones económicas no provienen de un modelo propio, sino que están embedded, es decir incrustadas, en un tejido social y cultural, lo cual permite establecer conexiones de los fenómenos económicos con la esfera sociocultural (Granovetter, 1985) arraigando todas las relaciones sociales en un sólo sistema que también incluye intercambios económicos. El concepto de capital social¹, ha surgido en distintos ámbitos disciplinarios como una aproximación para abordar precisamente esas conexiones y analizar, en ese marco, algunas de las fuerzas sociales que interactúan con los procesos de desarrollo. (CEPAL, 2001)

Este concepto “fue inicialmente elaborado por sociólogos que querían echar luz sobre el funcionamiento del mercado de trabajo y las formas de organización de la economía, pero su popularidad creció, sobre todo cuando se intentó aplicarlo al estudio de los fenómenos políticos, especialmente con la publicación, en 1993, del libro *La tradizione civica nella regione italiana*, del politólogo estadounidense Robert Putnam”. (Trigilia, 2003:10)

Orígenes y definición de capital social

En el debate sobre el concepto de capital social encontramos dentro de la literatura que “Uno de los primeros que se refirieron al capital social fue Glenn Loury (1977), quien trata de explicar el nivel de óxido obtenido por los jóvenes en lo atinente a acrecentar su “capital humano”, esto es, los conocimientos y las habilidades empleables en el mercado laboral. El capital social sirve para indicar las redes de relaciones familiares y sociales que pueden aumentar el capital humano”. (Trigilia, 2003: 8)

Otro de los pioneros en la introducción, desarrollo y uso de este concepto fue “James Coleman y más adelante desarrollado por Pierre Bourdieu. Coleman utilizó el término para describir un recurso de individuos que emerge de sus “lazos sociales”, y Bourdieu lo usó para referirse a las ventajas y oportunidades que obtienen las personas al ser miembros de ciertas “comunidades”.” (Portes and Landolt, 1996, citado en Putnam, 1993) Coleman y Bourdieu son los dos sociólogos que más tempranamente expresaron el concepto de capital social en una forma relativamente detallada y completa.

1 Este concepto se remonta al clásico estudio de Edward Banfield pero solo se populariza a partir de finales de los 80 con los trabajos de James Coleman, *Foundations of social theory*. Belknap Press, Cambridge, Mass. 1988, y Robert Putnam

El capital social de acuerdo con estos autores “sirve para indicar las redes de relaciones familiares y sociales que pueden aumentar el capital humano. En 1980 este concepto fue propuesto por el sociólogo francés Pierre Bourdieu quien distingue explícitamente el capital social del económico o cultural, y se refiere a él como la red de relaciones personales directamente empleables por un individuo para perseguir sus fines y mejorar su posición social”. (Trigilia, 2003: 8)

Por su parte Coleman dedica una buena parte de su obra intitulada *Foundations of social theory* al estudio y discusión del concepto de capital social “como red de relaciones dirigida a los individuos”. (Trigilia, 2003: 10)

En este sentido, “se pueden indicar algunos elementos centrales para el estatuto teórico del capital social en Coleman. En primer lugar, sostiene la postura de que la acción social está conformada mediante interacciones; en segundo lugar, las relaciones generan la interdependencia de los actores. La interacción genera una especie de estructura para los participantes en ella, y ese plano va más allá de la noción del actor aislado. Es la interacción la que, en un primer momento, dispone un vínculo y, por tanto, es la estructura de esa interacción la que, en principio, contiene elementos que pueden constituir al capital social, porque presupone cooperación y coordinación. La estabilización del vínculo se da en un segundo momento porque (...) la acción de los individuos ocurre en contextos institucionalizados que regulan y dan permanencia a las interacciones. Cuando los individuos se apropian de estos elementos, se constituye el capital social”. (Millan y Gordon, 2001: 715)

A su vez, como enfoque emergente del análisis social, la teoría de los costos de transacción, ha abordado el análisis de las instituciones sociales, esto se puede constatar en los trabajos de Oliver Williamson y los aportes de Douglas North, por citar sólo algunos. Estos autores desarrollaron el supuesto que expresa que las instituciones van a ser aquellas que regularán las relaciones de los distintos agentes en la sociedad. En este sentido, una de las funciones de las instituciones formales e informales es la de proveer niveles de certidumbre aceptables a fin de que los actores puedan llevar a cabo con mayor tranquilidad sus diversas transacciones o celebrar diversos contratos.

El papel que las instituciones juegan en las diversas transacciones en muchos de los casos son decisivas; ellas contribuyen a reducir los costos de transacción. Esta reducción de los costos de transacción, según North, se realiza a través de las reglas institu-

cionales, dado que si se hace uso de éstas, se reduce en buena medida la incertidumbre y la actitud oportunista; son las instituciones las que van a establecer una mejor regulación de la interacción entre los individuos; esta regulación se lleva a cabo a través de las instituciones formales e informales. Se entiende como instituciones formales a todas aquellas que hacen uso de la ley, constituciones, códigos, reglamentos, etcétera, para la regulación de esta interacción; y las instituciones informales son aquellas que hacen uso de valores, costumbres, tradiciones, la cultura, etcétera, como mecanismos de regulación y control de los individuos.

Para el caso de las instituciones informales, las normas o reglas que regulan las relaciones de algún grupo social o comunidad, “A juicio de North y Putnam, estas normas que forman parte de ciertas culturas y son específicas de ellas, se transmiten de generación en generación, sobre todo merced a la socialización temprana que tiene lugar en el seno de la familia. Las redes de intercambio, por su parte, se basan en la confianza que surge de factores como los lazos de parentesco, la vecindad, la amistad o la pertenencia a un mismo grupo étnico”. (Durstun, 2002: 20)

Lo que puede desprenderse del señalamiento de North y Putnam es que dentro de la sociedad, las relaciones informales, como las costumbres, tradiciones, la confianza, la honorabilidad, entre otros, juegan un papel importante para el buen funcionamiento de la sociedad, además que dichos factores propician la formación de redes sociales que en un momento dado pueden convertirse en actores que tienen la capacidad de incidir y modificar las relaciones de poder, el nivel de participación, la capacidad de gestión, o incidir en la capacidad de conformar asociaciones productivas, entre otras.

Si trasladamos la noción de redes a lo que Lin entiende como capital social, Lin (2001: 24-25) “*el capital social debe ser concebido como recursos accesibles a través de lazos sociales que ocupan lugares estratégicos y/o posiciones organizativas significativas. Operacionalmente, el capital social puede ser definido como los recursos arraigados en redes sociales a los que unos actores acceden y los usan para acciones.*”

En este sentido el capital social sólo se puede entender cuando un grupo o comunidad conforman estructuras organizativas que les permite ser mejores con respecto a otros grupos o comunidades.

Definición de capital social

Para el desarrollo de este trabajo se retoma la definición de capital social que manifiesta Putnam al final de su obra, en la cual define lo que entiende por este concepto: *“por capital social entendemos aquí la confianza, las normas que regulan la convivencia, las redes de asociación cívica, elementos éstos que mejoran eficiencia de la organización social promoviendo iniciativas tomadas de común acuerdo”*. (Putnam, 1993 citado por Trigilia, 2003: 12)

Como se ve, el capital social es identificado con la civiness, y con elementos tales como la participación asociativa, que tienden a producirla y a mantenerla (...) el concepto de capital social se encuentra radicado a escala micro y atañe a las relaciones personales entre sujetos individuales. (Trigilia, 2003: 12)

Con el concepto de *civiness*, Putnam individualiza una orientación de los ciudadanos hacia la política que no está movida por una visión del interés individual ligada a una concepción del bien común. La referencia es al “interés personal propiamente dicho” del que habla Tocqueville, “o sea, un interés ‘iluminado’ y no miope, abierto al bien común” (1993:103). Putnam identifica la *civiness* con la difusión de una amplia confianza interpersonal, que facilita la cooperación entre los ciudadanos para objetivos comunes y, de este modo, favorece el funcionamiento de las instituciones políticas y las mismas actividades económicas”. (Trigilia, 2003: 11)

Robert Putnam afirma que el capital social está *“comprendido por aquellos factores que se encuentran dentro de una comunidad y que facilitan la coordinación y cooperación para obtener beneficios mutuos. Esto significa que si uno trabaja en una comunidad donde hay confianza, valores, redes y aspectos similares, el resultado será más efectivo que el trabajo realizado dentro de una comunidad donde no existan estos factores.”* (citado en educación electoral, www.aceprojet.org/main/expand/ve/ve.htm)

Esta definición tiene un enfoque interesante dado que permite observar las interacciones entre los individuos, organizaciones sociales y la comunidad.

Putnam ha sistematizado cuatro dimensiones importantes de capital social. Dos se refieren a características de su base organizacional y dos a las orientaciones que el capital social puede adquirir. Estas cuatro dimensiones constituyen además elementos básicos

del debate actual, por lo que sus implícitos representan asuntos de gran escala para la teoría del capital social.

La primera se refiere a la discusión sobre si el capital social es formal o informal, es decir, a las modalidades de asociatividad. Pese a que para Putnam ambas son formas de capital social, las informales (por ejemplo, cenas familiares) son más proclives a la instrumentalidad que las formalizadas. La segunda alude al carácter “grueso” o “delgado” del capital social; es decir, a la mayor frecuencia de los contactos y a la diversidad de actividades que involucran. A partir de Granovetter, Putnam asume la distinción entre lazos fuertes y lazos débiles. Los primeros se definen precisamente por la frecuencia y la cercanía del contacto. Hay un lazo fuerte cuando varias personas son amigas entre sí y pasan mucho tiempo juntas; en cambio, tenemos lazos débiles cuando hay contactos esporádicos y pocas amistades en común. Granovetter mismo estableció que para la obtención de ciertos beneficios (por ejemplo, conseguir trabajo) son más importantes los lazos débiles, porque al otorgar o recibir el “favor” fuera del círculo de amigos se abren nuevas posibilidades de relación y otro horizonte de oportunidades. De esa forma, se eleva la conectividad social y, podemos considerar, el insumo para el capital social. En este sentido, los lazos débiles —dice Putnam— también pueden ser mejores para unir a una sociedad y para constituir amplias normas de reciprocidad generalizada. Los lazos fuertes probablemente son mejores para otros propósitos, tales como movilización y certidumbre social, aunque es justo agregar que la ciencia social apenas ha empezado a conocer los efectos positivos y negativos de varios tipos de capital social. (Putnam y Goss, 2002, citado en Millán y Gordon, 2004: 728-729)

Capital social individual y capital social comunitario

La CEPAL (2001) ha puesto *“especial importancia a la diferenciación entre el capital social individual y el capital social comunitario (el capital social que posee un individuo y el capital social que es propiedad de un conjunto). El primero se define como la confianza y la reciprocidad que se extienden a través de redes ego-centradas. Este tipo de capital consta del crédito que ha acumulado la persona en la forma de reciprocidad difusa que puede reclamar en momentos de necesidad, a otras personas a las cuales les ha ofrecido servicios o favores en el pasado. El segundo se define como aquel que se expresa en instituciones complejas, con contenido y gestión. En esta acepción, el ca-*

pital social reside, no en las relaciones interpersonales sino en sus estructuras normativas, gestionarias y sancionarias. En ambos casos, sin embargo, la noción de red (como sustrato de asociatividad) juega un rol significativo". (CEPAL, 2001)

El capital individual además de contener lo referido por la CEPAL, también se encuentra conformado por la cantidad de saber que cuenta cada individuo, es decir, aquel agente que cuenta con mayor saber o que tiene un grado de conocimiento que sobrepasa al grueso de la población también contará con un capital social muy significativo, al grado de convertirse en polo de atracción para los demás miembros de la comunidad.

Producto de este capital individual, en la sociedad se hacen presente agentes que se encuentran más o mejor relacionados, originado, entre otros aspectos, por formar parte de redes más amplias; en buena medida, ampliar sus redes de pertenencia tiene relación con el grado de información o conocimiento con que cuenta algún agente social, en algunos casos los actores mejores informados presentan ventajas que aprovechan para obtener mayores beneficios sobre los individuos que cuentan con menor información; en ocasiones, esto ha provocado que algunos individuos busquen constituirse en grupos u organizaciones sociales con el propósito de satisfacer las distintas carencias, tanto físicas como informativas.

Para el caso del capital social comunitario, este tendrá relación directa con las instituciones que en cierto modo regulan las relaciones sociales en un grupo social, dichas relaciones pueden estar determinadas por un fuerte contenido cultural, ideológico, religioso, por citar sólo algunos, y que a través de estas normas se pueden conformar redes sociales que cohesionan a la comunidad o grupo.

Siguiendo lo que Putnam plantea como elementos básicos del capital social: la confianza así como las normas que regulan la convivencia; esa confianza dará la pauta para estrechar los lazos comunitarios a través del elemento reputación, dado que, si uno o varios agentes gozan de buena reputación, las partes que conforman algún grupo social o comunidad no tendrán inconveniente en depositar sus intereses en estos agentes, ya que, contar con buena reputación contribuye a reducir la incertidumbre, pues se ha podido identificar que si un actor social cuenta con alta reputación la incertidumbre tenderá a disminuir y si la reputación de éste se encuentra muy deteriorada la incertidumbre se incrementa.

La confianza también se adquiere por la frecuencia de negociaciones que establecen los agentes sociales, es decir, si dos o más in-

dividuos han llevado a cabo una serie de contactos en los cuales han salido satisfechas las partes negociadoras, trae como resultado la confianza, y ésta “es una actitud que se basa en el comportamiento de que se espera de la otra persona que participa en la relación que se establece entre ambas. Esta confianza tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad y un soporte emocional, que es el efecto que sentimos hacia aquellas personas que creemos confiables y que nos dan muestra de su confianza hacia nosotros. Tal actitud se expresa en conductas reiteradas y reforzadas con acciones que comunican esa confianza en discursos y en acciones de entrega de control sobre determinados bienes”. (Durstón, 2002: 16)

Dentro de las negociaciones que llevan a cabo los individuos, según Thomas Shelling en su obra *La estrategia del conflicto*², entran en juego elementos como la *reputación*, la *amenaza* y la *promesa*. Estas, junto con las características institucionales y las estructuras de las negociaciones pueden facilitar o dificultar la táctica del compromiso, o hacerla más accesible a una de las partes, o afectar la probabilidad para celebrar un compromiso simultáneo.

Si bien es cierto que este enfoque está dirigido al ámbito contractual en el sentido empresarial, haciendo una analogía, sucede lo mismo en los distintos ámbitos de la vida social, claro está con sus respectivas particularidades

La *reputación* tiene fuerte incidencia en lo que Williamson denomina la frecuencia de intercambio.³ Si se crea mala reputación en el incumplimiento de contratos, éstos difícilmente se repetirán, así pues, las posibilidades de futuras negociaciones o acuerdos se reducen con la existencia de una mala reputación y se incrementan con la existencia de una buena reputación.

La *amenaza* es otro elemento que se hace presente a la hora de celebrar transacciones y ésta es vista por Shelling como la comunicación a otro(s) individuo(s) con quien(es) se ha celebrado o se va a celebrar alguna contratación, de una serie de incentivos negativos a

2 Thomas Shelling. *La estrategia del conflicto*, Cambridge mass: Harvard University, 1980.

3 Oliver Williamson. Las instituciones económicas Este autor se refiere a la frecuencia de intercambio como las posibles negociaciones o transacciones que se puedan efectuar en el futuro con algún agente, motivado por la confianza o desconfianza que se deriva de la buena o mala reputación con que goce algún agente, es decir al contare con mala reputación menor posibilidades de contratación existen en el futuro y a mejor reputación, la repetición en la celebración de transacciones en el futuro se incrementa.

fin de hacer cumplir el contrato contraído, ya que de no hacerlo saldrá perjudicado. De este modo en la celebración de contratos se pone en juego la reputación tanto de quien amenaza, como de quien es amenazado; si quien amenaza no cumple la misma, ante los demás será un agente a quien no se le puede respetar, y quien soporta las amenazas gana buena reputación ante los demás.

La *promesa* también se hace presente en las relaciones contractuales y a ésta se refiere Shelling, como el compromiso con la otra parte que participa en una negociación; radica en la confianza mutua de los contratantes, ya que el contrato es visto como un compromiso informal dentro de la negociación, y en caso de ruptura de este compromiso no habrá posibilidad de futuras negociaciones. Lo que da fuerza a muchos acuerdos de este tipo, es el reconocimiento de que quedaría eliminada la posibilidad de ulteriores acuerdos si no se crea y sostiene una mutua confianza.

La reputación, la amenaza y la promesa son elementos que en cierto modo establecen normas que regulan la conducta dentro de la comunidad; si se violara alguno de los principios comunitarios o de grupo, quien lo viola enfrentaría la reprobación de los demás integrantes, y sería visto como sujeto no deseable, etiquetándolo socialmente y haciendo públicas sus malas prácticas, a través de estos mecanismos se pretende reducir y evitar actitudes oportunistas o la práctica de la traición en comunidades o grupos pequeños.

Del mismo modo, la 'reputación' también es asociada a otro contenido simbólico, es decir, es una palabra que denota por un lado 1) "*la persistencia de calidad, y la reputación tiene un precio (o significa un castigo) porque economiza la búsqueda*". (Stigler, 1977: 77) La reputación es en cierto modo una garantía que dan las empresas para ofrecer servicios de calidad y es a través de ésta como se comprometen a cumplir un compromiso que hacen implícitamente con los consumidores y, 2) La calidad moral de un individuo, es decir, un sujeto que tiene una conducta intachable, y que no haya incurrido en actos de corrupción o delictivos, y que no haya lucrado en beneficio propio, que sea respetuoso de las normas sociales, que su familia cuente con una honorable trayectoria dentro del tejido social, ofrece mayor certidumbre para llevar a cabo cualquier tipo de transacción; sucede lo contrario con los sujetos que gozan de mala calidad moral; además los agentes prefieren efectuar transacciones con individuos que cuenten con buena reputación dado que ésta proporciona una mayor garantía para llevar a un buen término cualquier transacción, dado que el no cumplimiento de quien goza

de buena reputación representaría perder el respeto social, esto no sucedería con sujetos que cuenten con mala reputación.

Si trasladamos el concepto de la reputación al ámbito comercial y/o empresarial nos encontraremos que la buena o mala reputación incide de manera determinante en la toma de decisiones de los individuos, además de contribuir a reducir los costos de información. Los consumidores preferirán un producto que goce con buena reputación a un producto desconocido en el mercado, esto se podría ejemplificar con los productos deportivos de la marca *NIKE*; donde un consumidor preferirá pagar un costo más alto para adquirir este producto, *que cuenta con alta reputación por todo el mundo*, que comprar productos que sean de una marca desconocida y ponen en duda su calidad además, los consumidores prefieren no arriesgarse en adquirir productos que en pocos días comiencen a deteriorarse de manera significativa.

Información: un bien intercambiable en el mercado

Si bien es cierto que *“el capital social debe ser concebido como recursos accesibles a través de lazos sociales que ocupan lugares estratégicos y/o posiciones organizativas significativas. Operacionalmente, el capital social puede ser definido como los recursos arraigados en redes sociales a los que unos actores acceden y los usan para acciones.”* (Lin, 2001: 24-25)

Pero ¿cómo se accede a estos recursos?, recordando uno de los principios de la teoría de los costos de información, en el cual se hace referencia que para que todo agente adquiera información, consiga un saber o desarrolle algún aprendizaje, éste debe enfrentar costos de información.

En este sentido, el conocimiento, al igual que las cosas, se convierten en un bien que son intercambiados en el mercado; este bien se encuentra compuesto por un gran acervo de información y, aunque el conocimiento y la información, tienen *“muchos aspectos de la propiedad, su capacidad de reproducción en muchas mentes y su accesibilidad en forma de palabra escrita, a través de la vía oral o haciendo uso de otros medios, lo convierten en una forma muy peculiar de propiedad (...), en donde éstos pueden ser exclusivos, como los secretos comerciales y las patentes, que así se convierten en propiedad. Es tal vez más importante aun el hecho de que el conocimiento capaz de generar más conocimiento en una mente dada es también exclusi-*

vo y se convierte en propiedad del individuo que lo posee". (Boulding, 1977: 25)

De este modo, la información se ha transformado en "*un recurso valioso: el conocimiento es poder*", (Stigler, 1977: 59) ya que el conocimiento o la información tiene la capacidad de generar cambios en todos los sistemas en los que se encuentren operando, es decir, el conocimiento principalmente afecta a la toma de decisiones y esta afectación "*puede ser pequeño o grande, según sea la importancia del conocimiento en cuestión*"; (Boulding, 1977: 25) el conocimiento puede ser más especializado o simple de acuerdo a la situación en que se encuentren inmersos los individuos.

Si un individuo cuenta con más información las posibilidades de tomar decisiones que deriven en mayores beneficios se incrementan; en cambio, entre menos información tengan los individuos, menores serán las posibilidades de tomar las decisiones correctas, ya que, a menor información mayor será la incertidumbre a la hora de tomar alguna decisión; lo mismo sucede cuando los agentes afrontan grandes dificultades para mantenerse informados o para adquirir conocimiento.

Por otro lado, los agentes se enfrentan también a la dificultad que representa conseguir información que se encuentre codificada de tal modo que difícilmente pueden llegar a comprenderla; "*la asimilación de la información no es una tarea fácil o agradable para la mayoría de la gente; muchos individuos estarán dispuestos a pagar más por la información transmitida en forma agradable*" (Stigler, 1977: 74) o codificada de tal manera que lleguen a comprenderla, si no en su totalidad, sí logren captar la parte que les interesa.

Así pues, al tiempo invertido, esfuerzo realizado, dinero gastado, a las pérdidas económicas, sentimentales o emocionales, así como a los descuidos de actividades laborales por los individuos, producto de la búsqueda de información, lo denominaremos costos de información; dichos costos se pueden resumir como el conjunto de recursos tangibles e intangibles que invierten los individuos para allegarse información.

Tratar de reducir estos costos que enfrentan los agentes sociales para adquirir información y buscar que los actores menos informados tengan acceso y puedan entender y manejar información compleja, podría contribuir a desarrollar habilidades, con las cuales, los individuos puedan tener un mejor desenvolvimiento en distintos ámbitos de la vida social, la socialización de esta información puede derivar en un proceso de enseñanza de procesos completos

para llevar a cabo gestiones, la socialización de nuevos procesos productivos, difundir la existencia de nueva tecnología, hacer saber a algunos agentes de sus derechos y obligaciones que como ciudadano cuenta; con base en esta socialización se daría la pauta para fortalecer los lazos y redes sociales de tal manera que permita conformar estructuras organizativas de la sociedad misma, a través de las cuales interactúen con los distintos niveles de gobierno y con otras formas de organización social; ésta es, también, una forma de creación de capital social.

Redes sociales

En la búsqueda de información sobre un tema en específico, una ciudad, personaje, cultura, tema científico o la búsqueda de información en cualquier mercado, se hace presente el capital social individual y el capital social comunitario, es decir, la búsqueda se puede facilitar si el capital social individual es significativo, ya que el abanico de los posibles informantes se multiplica, mientras que en algunos casos el capital comunitario puede frenar la búsqueda por ese fuerte contenido ideológico, religioso, etc.

La exploración o indagación de nueva información *“tiene un margen extensivo y otro intensivo. Un comprador puede buscar el margen extensivo obteniendo una cotización de otro vendedor. Puede buscar el margen intensivo obteniendo información adicional acerca de una oferta ya recibida. Cuando los bienes y servicios vendidos son muy estandarizados, el margen extensivo es el más importante; cuando la calidad varía mucho, el margen intensivo pasa a primer plano”*. (Rees, 1977: 107)

Para desarrollar esta búsqueda intensiva el individuo tiene que enfrentar los costos de información que ya hicimos referencia, dado que al querer obtener información adicional sobre algún bien o producto, ya sea la referente a precio, calidad, lugares de comercialización debe invertir tiempo, dinero y esfuerzo para llevar a cabo su búsqueda y en mucho de los casos, los costos de la búsqueda pueden resultar más altos que los beneficios.

Esta búsqueda de información se puede emprender a través de las redes oficiales como podrían ser los anuncios clasificados, las instituciones, los distintos medios de comunicación, las oficinas estatales, oficinas privadas, entre otros, los cuales pueden ser considerados *“redes de información formales”*. (Rees, 1977: 106)

Sin embargo, La búsqueda de información también se puede llevar a cabo haciendo uso de las redes de información informales, las cuales están conformadas por amigos, vecinos, familiares o por los distintos medios que proporcionan información a los agentes y que no tienen carácter oficial. En muchos de los casos las redes informales contribuyen a reducir los costos de información para encontrar un trabajo, por citar un ejemplo, ya que las *“fuentes de información informales producen (...) beneficios importantes para el solicitante, que pueden obtener una cantidad mucho mayor de información de un amigo que hace el tipo de trabajo en que él se interesa que de un anuncio en el periódico o de un consejero de una agencia de empleos, y confía más en la información del amigo”*. (Rees, 1977: 106)

A través del uso de las redes informales también se puede obtener información sobre empleos mejor remunerados, artículos que se encuentran en oferta en X o Y tienda comercial, la manera más rápida para trasladarse a algún lugar, los centros educativos que cuentan con buena reputación, alguna información para conseguir ciertos bienes e inmuebles, entre otros aspectos.

Cuatro factores explican por qué los actores invierten en las redes y por qué pueden esperar que esa acción obtendrá retornos: 1) las redes facilitan el flujo de información; tal característica compensa situaciones de mercado imperfecto, por lo que un individuo puede aprovechar oportunidades (pagar un menor precio en un viaje turístico, saber a dónde dirigirse para conseguir empleo); 2) los lazos en las redes sociales pueden ubicarnos en posiciones valoradas con relación a los agentes que desempeñan un rol importante en la toma de decisiones, en distintos ámbitos de organización (mantener un vínculo con una persona que tiene influencia en los espectáculos puede asegurar un boleto); 3) los lazos sociales de un individuo pueden ser concebidos por la organización en la que se dan esos lazos o por sus agentes como credenciales; estas credenciales expresan los recursos que se poseen a través de redes y relaciones (a la escuela donde está mi hijo, y a mí, nos convendría una visita del secretario con el que juego tenis); 4) las relaciones sociales refuerzan la identidad y el reconocimiento (como en el caso de la escuela y el secretario). Ser reconocido garantiza el mantenimiento de ciertos recursos. (Lin, 2001a: 20; 2001b: 6-7, citado por Millán y Gordon, 2001: 740)

Las redes involucran a gran cantidad de personas que se identifican con una causa, interés u objetivo común. Aquellos que trabajan en el sector salud (doctores, enfermeras, personal clínico, voluntarios), por ejemplo, pueden formar una red con el fin de dar a conocer información en relación con su trabajo. La red permite igualmente que las personas difundan su experiencia dentro de un sector y transfieran sus destrezas.

Existen extensas redes que abarcan a un gran número de personas de diferentes sectores de una comunidad y con diferentes intereses. Los educadores (...) pueden utilizar esas redes para diseminar su información. Un punto de entrada en la sociedad es todo lo que se necesita. Un club de fútbol puede reunirse una vez a la semana. La información de esa reunión puede ser retransmitida socialmente por los miembros a través de las redes a las que pertenecen. Un miembro puede ser parte de un grupo de lectura mientras que otro puede ser parte de un grupo de cocina. Esta información puede entonces extenderse a lo largo de la comunidad a través de dichas redes. (www.aceprojet.org/main/expand/ve/ve.htm)

Por tanto, un actor social que forme parte de distintos grupos, por consecuencia, sus redes sociales serán más amplias que las redes de los agentes sociales que forman parte de grupos reducidos.

En este sentido podemos decir que “*Los grupos pobres no tienen riquezas materiales, pero en ocasiones tienen un bagaje cultural, como sucede con las poblaciones indígenas que datan de siglos o milenios. El respeto profundo por su cultura creará condiciones favorables para la utilización, en el marco de los programas sociales, de saberes acumulados, tradiciones, modos de vincularse con la naturaleza, capacidades culturales naturales para la autoorganización, que pueden ser de alta utilidad*”. (Kliksberg, 2000: 49-51) Con base en estos elementos constituyen cierto capital social, del cual y en muchos de los casos los individuos no cobran conciencia del mismo.

Como se ha expresado, el concepto de capital social ha dado la pauta para el desarrollo de investigaciones en diversos ámbitos de la sociedad “El concepto se ha aplicado en estudios urbanos para explicar la diferencia en las tasas de violencia en barrios con características sociodemográficas semejantes (Sampson, y otros, 1997); en análisis sobre migración para comprender los mejores resultados que logran ciertos grupos de inmigrantes respecto de otros en el acceso a puestos de trabajo, en condiciones de oportunidades similares” (Portes, 1995) es decir, ha ampliado su radio de análisis a la acción social, misma que, cuenta con fuerte contenido simbólico, a la vez que crea sus estructuras y formas de organización social a través de las cuales interactúan los agentes sociales y crean sus propias interdependencias, sus mecanismos de cooperación, coordinación, control y vigilancia de cada uno de los integrantes.

Organizaciones sociales y capital social

Cohen y Arato señalan que los movimientos e instituciones de la sociedad civil pueden localizarse tanto en la esfera privada como en la pública y estar vinculadas al mercado y al Estado como puntos de contacto entre los subsistemas y la sociedad misma. Así, estos autores van más allá de la dicotomía habermasiana entre sistema y mundo de la vida y ubican la unidad de los movimientos propios de la sociedad civil en su forma de organización, que debe ser interactiva, es decir, fundada en la comunicación. (Olvera, 2001: 25)

Dichos movimientos sociales en buena medida son protagonizados por organizaciones de la sociedad civil, aunque en muchos de los casos las esferas gubernamentales se encargan de organizar a ciertos sectores de la sociedad e inducen sus acciones con base en objetivos específicos de estas esferas, las organizaciones sociales, son entendidas de acuerdo “con la definición más general, como una unidad social o colectividad humana que persigue metas específicas”. (Mc Connell, 1998: 56) A su vez han sido clasificadas por los estudiosos de la sociedad de acuerdo al ámbito en que están dirigidas sus acciones, al espacio en que se desarrollan, a sus manifestaciones culturales, entre otras.

Las organizaciones representan y reflejan la yuxtaposición de intereses de los participantes involucrados y del medio ambiente en el que operan. Al mismo tiempo, las organizaciones estructuran esos intereses individuales y participan en la configuración de su propio medio ambiente”. (Mc Connell, 1998: 59)

Las organizaciones de la sociedad civil han definido tradicionalmente su trabajo en términos de responder a necesidades concretas fuera del ámbito político, tales como alimentación, vivienda adecuada, salud y educación. Actualmente han expandido (...) sus programas para incluir no sólo la caridad tradicional y programas de asistencia, sino también programas de desarrollo y de capacitación y finalmente cabildeo y defensa de intereses específicos, respecto de asuntos locales, nacionales e internacionales. (Mc Connell, 1998: 59-60)

Si bien es cierto que una buena parte de las organizaciones sociales se originan fuera del ámbito político y adquieren cierta autonomía, éstas necesariamente interactúan con algún nivel de gobierno, a fin de alcanzar algunas de sus demandas y propuestas, sin tratar de politizar o de servir a los intereses partidistas o de gobierno, sino por lo contrario, en el mejor de los casos, pretenden coordinar sus acciones con el ámbito público y privado de la sociedad.

Organizaciones sociales e información

En la actualidad las sociedades se caracterizan por la rapidez de los flujos informativos facilitados en buena medida por el desarrollo de la tecnología, específicamente por el desarrollo de la informática; de este modo, el valor de la información se ha visto incrementado por ser el insumo más importante en la creación de conocimiento. *“Esto lleva a la conclusión de que el conocimiento está destinado a ser el principal producto de nuestra vida económica en el futuro próximo”*. (Roszak, 1990:35)

Dicha velocidad con la que circula la información ha provocado que grandes sectores de la población padezcan fuertes carencias informativas, motivado por un lado por la rapidez del cambio tecnológico, lo cual, ha revolucionado los distintos canales por donde circula la información; además, una buena parte de la población no camina al mismo ritmo con lo que lo hace la circulación de la información generando algún tipo de frustración en algunos sujetos ante su imposibilidad a aprehender la amplia gama informativa. Esto se debe a que el proceso para apropiarse de la información implica la decodificación que hace intangible a la misma.

Ante la imposibilidad de acceder a la información, en parte por la velocidad con que circula dicho bien y en parte por la falta de saber, así como a la ausencia de recursos materiales y la carencia de equipo de alta tecnología, los individuos tienen que enfrentar costos⁴ para poder allegarse este bien y obtener los beneficios de contar con la información necesaria que les permita desenvolverse de mejor manera en la dinámica impuesta por las sociedades informatizadas o en las sociedades inmersas en el proceso de adopción de dichos principios sociales; por lo tanto, para que los individuos sepan sobre un tema específico o desarrollen habilidades en el sentido de saber hacer, los costos a los que se enfrentan estos sujetos en algunos casos resultan ser demasiado altos.

La información ha sido y sigue siendo un elemento clave en el desarrollo del hombre. Ésta ha jugado un papel determinante en la vida social al marcar las pautas y ritmos de desarrollo en distintos ámbitos de la sociedad; al mismo tiempo, ha impuesto nuevas diná-

4 Los costos a los que se enfrentan los individuos, pueden ser de carácter monetario, de tiempo, esfuerzo, descuido de actividades en aras de mantenerse informado, entre otros.

micas en las relaciones sociales, en los procesos de producción y en las relaciones de poder en muy corto tiempo.

En las sociedades actuales se hace presente una gran complejidad en las diferentes esferas de organización; sistema político, económico o cultural, en ellas, los *“bienes materiales son producidos a través de la mediación de sistemas informativos y de universos simbólicos controlado por las grandes organizaciones. Estos bienes incorporan información y se convierten en signos que circulan por mercados de ámbito mundial”*, (Touraine, 1987) generando competencia en algunos sectores de la sociedad propiciado por la producción y apropiación de sistemas informativos, los cuales se convierten en el eje a través del cual se desarrollan muchos de los movimientos sociales contemporáneos.

Bajo este contexto, es importante destacar las diferentes formas de lucha que emprenden algunas organizaciones de la sociedad civil para acceder a los medios de información y de comunicación, a fin de decodificar o codificar información compleja y proporcionarla de manera accesible a ciertos grupos sociales.

De ahí que algunas de estas organizaciones se constituyan en actores que sirven como puentes de información entre comunidades y grupos sociales al desarrollar acciones encaminadas a la búsqueda de información compleja, decodificarla y procesarla a fin de proporcionarla a los miembros de la organización y a ciertos grupos sociales, contribuyendo con ello a reducir los costos de información. A través de este tipo de acciones, las organizaciones buscan romper con las formas de difusión que han predominado en la distribución de dicho bien. Algunos autores se han referido a estos actores sociales como *new brokers*, y al incorporarse nuevos *new brokers* en las comunidades se genera un reacomodo en las relaciones de poder.

El papel de estos actores sociales en un primer momento se puede caracterizar como de formadores de capital humano, al contribuir en el desarrollo de ciertas habilidades y competencias tanto en el ámbito productivo, comercial, jurídico, político y de sus garantías individuales, a continuación describiremos de manera general el actuar de algunas organizaciones sociales en cada uno de los rubros referidos.

Algunas organizaciones han desarrollado actividades enfocadas a mejorar los métodos y técnicas productivas, es decir, han trabajado en sectores desprotegidos a fin de modernizar su equipo productivo a través de gestiones ante las correspondientes depen-

dencias gubernamentales. Asimismo, las organizaciones sociales han socializado nuevos insumos con los que mejorarían de manera significativa las actividades de los productores, por citar un ejemplo, en actividades agrícolas han dado a conocer los beneficios del uso de abonos orgánicos tanto para la naturaleza, como para el consumidor.

En lo comercial, ciertas organizaciones han contribuido en la comercialización y distribución de productos que, por ignorancia de los productores no los han podido posicionar en los distintos mercados, es decir, éstas se han encargado de buscar la apertura de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales a productores que desconocen la importancia y demanda que tienen sus mercancías en distintos mercados.

Respecto al ámbito jurídico, algunas organizaciones sociales, en varios casos, han contribuido a la capacitación de algunos actores sociales en el conocimiento y desarrollo del proceso legal para llevar a cabo trámites de permisos, licencias, entre otros, para hacer uso adecuado del suelo, para la construcción de bienes inmuebles, para cubrir los trámites legales en la comercialización de cierto bien o producto, etc.

En la esfera política, las organizaciones sociales han incidido en ciertos grupos sociales para generar cambios en su cultura política, es decir, han motivado diferentes formas de participación a través de las cuales se persiguen objetivos específicos, generando con ello, aperturas democráticas en las relaciones de poder que llevan a cabo ciudadanos con gobernantes.

Referente al actuar de las organizaciones sociales con respecto al respeto de las garantías individuales, algunas organizaciones se han relacionado con cierta problemática de género, o en el peor de los casos, se han vinculado a los grupos marginados que desconocen por completo sus derechos y obligaciones manifestados en los diferentes códigos normativos, tal es el caso de algunas comunidades indígenas y grupos marginados que se encuentran en situaciones de extrema pobreza los cuales, se encuentran inmersas en realidades muy específicas, de la cual, se podrían destacar como elementos constitutivos a la pobreza, la ignorancia, atraso técnico y tecnológico, por hacer referencia de algunos de ellos.

Ante lo referido, podemos concluir que las organizaciones sociales en la primer etapa de sus actividades, se caracterizan por el sentido de sus acciones, es decir en ésta se busca la capacitación de algunos miembros de un grupo o comunidad a través de la sociali-

zación de información, con ello se sientan las bases para que estos grupos sociales transiten a estadios superiores, en los cuales tienen la capacidad de generar estructuras sociales dentro de una organización con capacidad para interactuar con otros actores sociales y con los distintos niveles de gobierno, además de que estos nuevos actores tienen la posibilidad de agruparse en redes más amplias. Cuando se alcanza este estadio, es cuando podemos hablar que las organizaciones tienen la capacidad de crear capital social.

Bibliografía

- Boulding, K., E., 1977: "La economía del conocimiento y el conocimiento de la economía" en *Economía de la información*, México: Fondo de Cultura Económica.
- CEPAL 2001: <http://www.redel.d/documentos/otros.html>).
- Durlaf, Steven, 1999: *The Case "Against" Social Capital*. University of Wisconsin. Madison, citado por CEPAL, 2001: <http://www.redel.d/documentos/otros.html>).
- Durston, John, 2002: *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos puentes y escaleras*, Santiago de Chile: CEPAL.
- Educación electoral, s/f: www.aceprojet.org/main/expand/ve/ve.htm.
- Granovetter, Mark, 1985: "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", en *American Journal of Sociology*, Vol., 91, No. 3, citado por CEPAL. <http://www.redel.d/documentos/otros.html>.
- Mc Connell, Sharon Lean, 1998: "Organizar a la sociedad civil para el desarrollo local", en *Sociedad civil. Análisis y debates*, No. 7, Vol. III, otoño, México: s/e.
- Millán, René y Sara Gordon, 2004: "Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas", en *Revista Mexicana de Sociología*, año 66, Núm. 4, octubre-diciembre, México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- Millán, René y Sara Gordon, 2004: "Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas" en *Revista Mexicana de Sociología*, Año 66, Núm. 4, octubre-diciembre 2004, México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- North, D., 1993: *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Olvera, Alberto J., 2001: *Sociedad civil, gobernabilidad democrática, espacios públicos y democratización: los contornos de un proyecto*, México: Universidad Veracruzana.

José Juan Méndez Ramírez, Teresa Becerril Sánchez y
Fernando Ensastegui Bernardino

- Putnam, Robert D. 1993. *Making democracy work. Civic traditions in modern Italy*, Princeton University Press, www.aceproject.org/main/espand/ve/ve.htm
- Rees, A., 1977: “Redes de información en mercados de mano de obra”, en *Economía de la información*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Shelling, Thomas, 1980: *La estrategia del conflicto*, Cambridge Massachusetts: Harvard University.
- Stigler, G. J., 1977: “La economía de la información” en *Economía de la información*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Stiglitz, 1998: citado por CEPAL, 2001: <http://www.redel.d/documentos/otros.html>.
- Touraine, Alain, 1987: *El regreso del actor*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Williamson, Oliver, 1985: *Las instituciones económicas del capitalismo*, México: Fondo de Cultura Económica.