



Las redes sociales en línea como facilitadoras de la participación cívica

Online social networks as enablers of civic participation

LORETO VÁZQUEZ-CHAS (Universidade da Coruña)¹

Artículo recibido: 31 de agosto de 2023
Solicitud de revisión: 10 de diciembre de 2023
Artículo aceptado: 28 de julio de 2024

Vázquez-Chas, Loreto (2024). Las redes sociales en línea como facilitadoras de la participación cívica. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 29(2), pp. 1-26.
doi: <http://dx.doi.org/10.6035/recerca.7643>

Resumen

La reciente pandemia COVID-19 hizo que la vida social se transformase y las redes sociales en línea pudieran ser clave para mantener la participación cívica. Así, en este trabajo se analiza la *Encuesta sobre capital social y redes sociales online en la provincia de A Coruña 2022* con los objetivos de conocer los niveles de participación cívica *offline* y *online* durante la pandemia y determinar tanto si la participación cívica *online* y *offline* guardan relación con la edad como si la participación cívica de los jóvenes está relacionada con el género. La principal conclusión a la que se llegó fue que las redes sociales en línea actuaron como facilitadoras de la participación cívica reflejando, en el caso de la juventud, los avances en la superación de los roles de género.

Palabras clave: participación cívica, redes sociales en línea, capital social, pandemia, participación juvenil.

Abstract

The COVID-19 pandemic caused a huge transformation in social life. In this context online social networks could have been key to maintain civic participation. So this paper analyzes the 2022 Survey about social capital and online social networks in the province of A Coruña in order to answer to three aims: to measure both online and offline levels of civic participation during the pandemic, to get to know if there is a statistical association between age and both kinds of civic participation and also, to find out if youth participation is gender related. The data analysis suggests that online social networks worked as enablers of civic

¹ loreto.vazquez@udc.es

participation also reflecting the advances in overcoming gender roles when it comes to young citizens.

Key Words: civic participation, online social networks, social capital, pandemic, youth participation.

INTRODUCCIÓN

La rápida evolución de la adopción de Internet como herramienta de uso diario por parte de la sociedad supuso una gran revolución social, cambiando la forma que tenía la ciudadanía de relacionarse tanto entre ella como con las instituciones y otras organizaciones, así como ampliando el abanico de posibilidades para participar en la sociedad, especialmente desde la irrupción de las redes sociales en línea.

Dichas herramientas cuentan con 28,3 millones de usuarios en España de entre 12 y 70 años, de los cuales un 51 % son mujeres y un 49 %, hombres (Elogia e iabSpain, 2022). Son, además, el tercer servicio más utilizado en Internet, solo por detrás de la mensajería instantánea y del correo electrónico (AIMC, 2023).

Si centramos la atención en la participación ciudadana y las redes sociales en línea, dos de los primeros movimientos que posiblemente vengan a la mente son la revolución de las cacerolas en Irlanda, que nació del colapso financiero y que dio lugar a una nueva Constitución creada a través de Internet, y el 15-M en España (Castells, 2012). Pero la participación a través de las redes es mucho más amplia y fue creciendo con el paso del tiempo, convirtiendo las acciones colectivas en descentralizadas, más en red y más participativas que anteriormente (Yuen y Tang, 2021 siguiendo a Bennet y Segerberg, 2013 y a Castells, 2015) y demostrando ser especialmente útil en situaciones de crisis, como fue el caso de la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2, que alteró de forma muy importante la vida social (Kovacs, Caplan, Grob y King, 2020) y que provocó incluso situaciones de aislamiento social, incluidos confinamientos domiciliarios (Real Decreto 436/2020, de 14 de marzo de 2020).

El hecho de no poder socializar ni participar socialmente como se había hecho hasta el momento supuso un reto, especialmente para la participación tradicional en organizaciones y para organizarse de cara a lograr objetivos comunes, pudiendo todo ello provocar un descenso del capital social.

No obstante, las redes sociales en línea se convirtieron en herramientas que tuvieron un papel clave tanto para mantener informada a la ciudadanía

sobre la pandemia (Aleixandre-Benavent, Castelló-Cogollos y Valderrama-Zurián, 2020), especialmente en el caso de los jóvenes de 18-24 años (Vázquez-Chas, 2023) como para organizarse y participar en la sociedad.

Es en este contexto en el que nace el presente trabajo, que tiene como objetivo principal conocer los niveles de participación cívica *offline* y *online* de la ciudadanía durante la pandemia y, como objetivos específicos, determinar, por un lado, si la participación cívica tanto *online* como *offline* guarda relación con la edad y, por otro lado, si la participación cívica de los jóvenes de 18 a 24 años, tanto *online* como *offline*, está relacionada con el género.

Para ello, se realiza una investigación exploratoria limitada a la provincia de la Coruña, en la que se analizan los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales online 2022* (Vázquez-Chas, 2022).

Para dar a conocer los resultados, este trabajo se estructura en cuatro apartados, a saber: marco teórico, metodología, resultados y conclusiones, cerrándose con la bibliografía.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Participación y capital social

Mantener unos niveles adecuados de capital social es clave para que cualquier sociedad pueda conservar la cohesión social y prosperar. No obstante, no resulta sencillo encontrar una definición unánimemente aceptada de *capital social*. Así, Fukuyama afirma que «Social capital is an instantiated informal norm that promotes cooperation between two or more individuals» (Fukuyama, 2001: 7); por su parte, Ferlander indica que, desde una perspectiva macro, «social capital is understood as allowing people to solve dilemmas of collective action more smoothly» (Ferlander, 2003: 68), mientras que, para Putnam, el capital social consiste en «features of social life —networks, norms, and trust— that enable participants to act together more effectively to pursue shared objectives» (Putnam, 1996: 66).

Es precisamente este último autor, Robert Putnam, quien da la voz de alarma acerca del declive, primero en Estados Unidos, del capital social en su obra *Solo en la Bolera* (2002), donde sugiere que el principal problema es el declive del compromiso cívico debido a las presiones de tiempo y dinero, a la suburbanización, a los efectos del entretenimiento electrónico y al cambio generacional que implica la sustitución de una generación cívica por otras

«menos arraigadas en la vida de la comunidad» (Putnam, 2002: 371). Tal como el mismo autor afirma, una de las consecuencias de estos factores es el descenso de la participación social. Pero este descenso no se está produciendo únicamente en el país norteamericano mencionado, sino también en las democracias industriales de la OCDE (Putman y Goss, 2003), del que lleva a hablar el descenso en la participación electoral, el descenso del compromiso con los partidos políticos (especialmente en el caso de los jóvenes), en la afiliación sindical y en la asistencia a la Iglesia, produciéndose, así, el declive en la participación y el compromiso con estas instituciones.

Este descenso en la participación social supone un problema ya que, como indica Rheingold (2000) hablando de la teoría del capital social de Putnam, a nivel macro «When citizens are involved in civic life, their schools run better, their politicians are more responsive, and their streets are safer» (Rheingold, 2000: 386).

No obstante, la teoría del declive del capital social de Putnam generó un gran debate académico. En cuanto al contenido de las críticas a la teoría, destaca la preocupación sobre la forma de medir el capital social y es precisamente en este punto en donde encontramos el argumento de Inglehart y Welzel (2006) de especial relevancia para este trabajo. Estos autores no comparten «que el descenso de la implicación en asociaciones formales experimentado en Estados Unidos es un signo de la erosión del capital social», sino que ahora se tiende a participar más en acciones concretas; específicamente indican que el «capital social vinculante ha aumentado con la propagación de las actividades colectivas autoorganizadas y desafiantes para la élite» (Inglehart y Welzel, 2006: 190).

En esta misma línea y hablando del compromiso cívico, Wuthnow (1998, citado por Rheingold, 2000), unos años antes, afirma que están teniendo lugar nuevas formas de expresar dicho compromiso que ocupan el lugar de las que están en declive, ya que incluso en los comienzos de la democratización de internet, muchos usaban la red para conectar con otras personas con las que compartían ideas o intereses, así como para unirse en asociaciones menos formales.

En esta línea que tiene en cuenta a las redes cibernéticas, ya en el 2001, Lin indicaba que las actividades que se realizan en ellas se relacionan con el capital social, incluso creándolo o proporcionándolo y manteniendo la acción colectiva.

1.2 Participación cívica mediada por redes sociales en línea

La adopción de las redes sociales en línea como herramientas de uso cotidiano, no solo en el ámbito relacional y de socialización, sino también con las oportunidades que abren para la participación cívica, tanto en el marco comunicativo e informacional como de acción propiamente dicha, es interesante para toda la sociedad, pero muy especialmente para los jóvenes, dado que son los que menos suelen participar de forma *offline* y sobre los que recae la posible reducción de compromiso cívico vista en el punto anterior.

El hecho de que los jóvenes empleen las redes sociales con tanta frecuencia permite pensar que estas también pueden ser una herramienta para canalizar su participación social. De hecho, ya en el 2013, cuando el nivel de empleo de estas redes era inferior al actual, la población juvenil declaraba que utilizaba las redes sociales en línea tanto para participar como para animar a otros a la movilización social y para informarse acerca de cómo participar (García y Del Hoyo, 2013). Y es que, como indican Yuen y Tang (2021), las redes como Facebook, Twitter o Instagram permiten, especialmente a los adolescentes, que no tienen ni el poder, ni la experiencia o las conexiones sociales de los adultos, movilizar a sus coetáneos «circumventing conventional, adult-led political organizations» (Yuen y Tang, 2021: 2).

Así, como constataron García, Del Hoyo y Fernández (2014), son muchos los jóvenes de 16 a 18 años (en este caso, usuarios de la red social Tuenti, ya desaparecida) que emplean las redes sociales en línea con fines cívicos y solidarios, de hecho «más de un 80 % de los jóvenes encuestados canaliza vía redes su respuesta a campañas de apoyo o rechazo a determinados hechos» (García, Del Hoyo y Fernández, 2014: 41).

El estudio de la participación en actividades políticas en su versión en línea también resulta especialmente interesante teniendo en cuenta la desafección política a la que se hizo referencia en el subapartado anterior. En esta línea, el estudio realizado por Delfino, Beramendi y Zubieta (2019), centrado en los residentes de entre 18 y 67 años de la zona metropolitana de Buenos Aires, tuvo en cuenta actividades políticas como

- a) firmar o compartir una petición en Internet, b), compartir información política en Internet [...], c) poner «me gusta» o seguir temas o grupos políticos en los medios sociales, d) unirse a un grupo político o a un grupo relacionado con una causa social en los medios sociales, y e) crear un grupo político o relacionado con una causa social en los medios sociales (Delfino, Beramendi y Zubieta, 2019: 204)

para compararlas con las actividades puramente sociales, como pueden ser las relacionales, y determinó que las políticas tienen una menor tasa de realización, existiendo diferencias por edad. Así, los menores de 34 años son los que más acciones políticas en línea realizan, aunque son los que menos hablan de política.

La importancia de las redes sociales en los procesos electorales también requiere atención debido tanto al descenso en el voto como, de nuevo, a la desafección de los jóvenes. Cabe destacar que, de acuerdo con González-Oñate, Jiménez-Marín y Sanz-Marcos (2020), a partir de su estudio centrado en estudiantes universitarios de universidades españolas de 18 a 25 años, realizado en dos etapas (mayo y diciembre del 2019, coincidiendo con el fin de procesos electorales), detectan que la mayoría de los encuestados no sigue a ningún partido o líder político en las redes sociales en línea pero algo más de la mitad (el 56 %) siguió en estas herramientas los debates políticos y los comentó, pero sin compartirlos. También siguen en redes las noticias y las entrevistas a líderes políticos y también las comentan, pero sin compartirlas. Todo ello sugiere a las autoras que «se detecta cierta cautela a la hora de manifestar en público sus preferencias políticas» (González-Oñate, Jiménez-Marín y Sanz-Marcos, 2020: 10).

Pero los movimientos y las acciones también pueden nacer en las redes y después saltar a las calles. Un ejemplo de esto fue el movimiento #MeToo que, tal como indica Domínguez (2021), a pesar de haber nacido en el 2006 de la mano de una activista en Myspace para empoderar a las mujeres negras de las que abusaron sexualmente, se convirtió en viral en el 2017, cuando una actriz de fama internacional lo empleó para denunciar los abusos de un conocido director cinematográfico y «animó a relatar sus vivencias a muchas mujeres que habían callado hasta entonces» (Domínguez, 2021: 199). Este movimiento traspasó la frontera del cine y unió a millones de personas, tanto conocidas como anónimas, que denunciaban situaciones similares o apoyaban a las víctimas.

Centrando ahora la atención en el mundo de la cultura y del deporte, hay que tener en cuenta que el seguimiento no solo de organizaciones ligadas a ambos ámbitos, sino también de los propios artistas y deportistas, no debe ser menospreciado, ya que, además de los vínculos que pueden generar entre sus seguidores, dando nacimiento incluso a comunidades, muchas iniciativas de participación cívica se crean o se difunden gracias a ellos (Tsaliki, 2015; Ben-net, 2017).

También se debe tener en cuenta el caso de las redes sociales en línea por sí mismas, como es el caso de Facebook e Instagram, que permiten recaudar dinero a través de ellas con diversos fines (sin aplicar comisiones en el caso de que se recauden para ONG) y todas las donaciones pueden hacerse de forma privada. Se puede emplear esta utilidad para diferentes fines relacionados con el capital social, como costear tratamientos médicos o investigaciones científicas. Además, en cuanto se acerca el cumpleaños de un usuario o usuaria, Facebook muestra un mensaje para que elija una causa u organización de su interés para que sus contactos puedan donar dinero indicando que será Facebook quien se encargará del proceso (Facebook, 2022), lo que facilita mucho las cosas para la ciudadanía, a quien, de otra forma, le sería muy difícil implicar a sus contactos en la donación y, además, tendría que realizar las tareas burocráticas.

Al revisar acciones ya propias del período de pandemia dentro del territorio español, destaca la unión de más de treinta artistas (Warner Music Spain, 2020) que interpretaron la canción *Resistiré*, versión estrenada en pleno confinamiento, siendo una acción promovida por la emisora radiofónica Cadena 100 para recaudar fondos para Cáritas (Cadena 100, 2021). Como indica Cáritas en su blog (2020), los fondos se recaudaban con cada visualización del videoclip de la canción en la plataforma YouTube, lo que constituye una forma fácil de participación para la ciudadanía con una acción concreta de una ONG sin necesidad de ser miembro de ella. La noticia y la difusión del vídeo también se realizó en las diferentes redes sociales con la etiqueta #Resistiré, redes tanto de los artistas como de otros personajes conocidos y de personas anónimas, facilitando el conocimiento de la iniciativa y la participación en ella. La canción, convertida en himno de la lucha contra la pandemia, también acompañó a los aplausos sanitarios en los balcones, generando más sentimiento de unidad entre la población, lo que ayudaba a mantener la cohesión social.

2. METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación se utilizó la base de datos *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*, que forma parte del proyecto de investigación *El papel de las redes sociales online en el capital social en tiempos de pandemia. El caso de la provincia de A Coruña* (Vázquez-Chas, 2022), objeto de una bolsa de investigación en Ciencias Sociales de la Deputación da Coruña.

El trabajo de campo se realizó de noviembre del 2021 a enero del 2022. El cuestionario se difundió ampliamente, tanto a través de diversas redes sociales en línea (Facebook, Instagram y LinkedIn) y de la aplicación de mensajería instantánea Whatsapp como por medio de listas de correo electrónico de organizaciones de diferentes ámbitos, incluido el educativo, que aceptaron distribuir el cuestionario (y en las que se encuentran representadas personas de diferentes municipios de la provincia, distintas edades y diversas situaciones económicas); no obstante, no se puede tener la seguridad al cien por cien de que toda la población de estudio, la ciudadanía residente en la provincia de A Coruña de 18 a 65 años, tuviese las mismas oportunidades de ser parte de la muestra, por lo que se considera una encuesta no probabilística. La muestra está compuesta por 566 casos válidos de más de cuarenta municipios de la provincia y se distribuye en un 87,9 % de usuarios de redes sociales en línea y un 12,1 % de no usuarios de dichas redes, lo que constituye una distribución muy similar a la que se da en el total de la población internauta española (Elogia e iab Spain, 2022). En cuanto al género, las mujeres representan el 65,1 % de la muestra y los varones, el 34,9 %. Por edades, las personas de 18 a 24 años suponen el 42,9 % de la muestra; las que tienen de 25 a 34 años, el 18%; de 35 a 44 años, el 12,8 %; de 45 a 54 años el 13,7 % y las personas de 55 a 65 años representan el 12,6 % restante.

Sin embargo, teniendo en cuenta la importancia de la variable *edad* en este trabajo, en el que se incide en los más jóvenes, se transformó la variable original recodificándola en una nueva variable de forma que se crearon tres grupos de edad, el de 18 a 24 años (42,9 % de la muestra), el de 25 a 44 años (30,8 %) y el grupo de 45 a 65 años (26,3 %).

En esta investigación se trabajó tanto con la totalidad de la muestra como con la submuestra de usuarios de redes sociales en línea y con la submuestra de jóvenes de 18 a 24 años.

Cabe mencionar que el hecho de que se trabaje con una muestra no probabilística y que, si fuese procedente calcular el error muestral para ella, sería de ± 4.1 % para datos globales con un nivel de confianza del 95 % y de un ± 6.1 % para la población de 18-24 años con el mismo nivel de confianza, hace que haya que tomarse los resultados con cautela. Esta investigación constituye un punto de partida para futuros trabajos que ahonden en el mismo objeto de estudio.

A lo largo del análisis de datos se emplearon diferentes técnicas de análisis estadístico con el programa informático SPSS versión 20. Así, se realizaron análisis univariantes y bivariantes, estudiándose las frecuencias de diferentes

variables para realizar una primera aproximación al objeto de estudio, además de realizar análisis bivariantes, como tablas de contingencia, que dieron lugar a las tablas que se presentan en este trabajo, para poder observar las distribuciones entre pares de variables y análisis de correlaciones bivariadas, utilizando el coeficiente V de Cramer, para determinar si existen relaciones estadísticamente significativas entre las variables objeto de estudio.

2.1 Objetivos e hipótesis

Tal y como se indicó en la introducción, en este *paper* se plantea un objetivo principal y dos específicos.

El objetivo principal es conocer los niveles de participación cívica *offline* y *online* de la ciudadanía durante la pandemia. La hipótesis correspondiente a este objetivo es que la participación *offline* será baja y los niveles de participación *online* superarán, en la mayor parte de los casos objeto de estudio, a la participación tradicional.

El primer objetivo específico es determinar si la participación cívica tanto *online* como *offline* guardan relación con la edad. Se plantea la hipótesis que sí existirá dicha relación, siendo los jóvenes de 18 a 24 años los que menos participen de forma *offline*, aumentando su participación *online*.

Por último, el segundo objetivo específico consiste en determinar si la participación cívica de los jóvenes de 18 a 24 años, tanto *online* como *offline*, está relacionada con el género. En este caso, se trabaja con la hipótesis de que apenas habrá diferencias en la participación *offline*, pero es posible que los roles de género sí guarden relación con la participación referente a alguna temática como la deportiva en línea.

3. RESULTADOS

3.1 Participación en organizaciones cívicas

Para estudiar la participación en organizaciones cívicas de forma *offline*, en la que se tiene en cuenta la totalidad de la muestra, y su posible relación con la edad se emplean las variables surgidas de la pregunta «A continuación, se muestra una lista de organizaciones voluntarias. Indique, por favor, si es Vd. miembro de alguna de ellas y si participa en ellas». Las categorías de respuesta

propuestas son tres de carácter excluyente: «Participa activamente», «Pertenece (no participa)» y «No pertenece».

Como cabía esperar teniendo en cuenta los datos ofrecidos por investigaciones anteriores a las que se hizo referencia en el marco teórico, el nivel de participación en organizaciones cívicas o voluntarias es bajo. De hecho, si se establece un *ranking* de las organizaciones estudiadas en las que más se participa (sumando la pertenencia inactiva² «Pertenece (no participa)» y la pertenencia activa «Participa activamente»),³ se obtiene que el mayor porcentaje de participación lo logran las ONG, en las que participa un 30,9 % de la población; le siguen las organizaciones educativas, culturales, artísticas o musicales (en adelante, culturales) con un 29,9 %, cerrando el *top* tres las organizaciones deportivas con un 23,5 %; en cuarto lugar se encuentran las asociaciones profesionales con un 16,6 % y, a partir de aquí, la participación ya baja considerablemente hasta situarse en el 9,7 % de las organizaciones religiosas, el 8,6 % de las medioambientales y el 5,8 % de las organizaciones o grupos políticos.

Figura 1
Distribución del tipo de participación *offline* en organizaciones por grupo de edad

	18-24			25-44			45-65		
	No pertenece	P. Inactiva	P. Activa	No pertenece	P. Inactiva	P. Activa	No pertenece	P. Inactiva	P. Activa
Org. religiosas	94,1	3,4	2,5	88,2	9,3	2,5	85,3	10,1	4,6
Org. deportivas	77,1	4,2	18,6	79,7	11,4	8,9	70,8	15	14,2
Org. culturales	78,5	6	15,5	67,7	14,9	17,4	55,8	17,7	26,5
Partidos o grupos políticos	97	1,7	1,3	93	5,1	1,9	89,7	5,6	4,7
Asoc. profesionales	95,3	3	1,7	75,9	15,4	8,6	69,4	18,9	11,7
Org. medioambientales	96,6	2,6	0,9	89,9	6,9	3,1	82,4	13,9	3,7
ONG	88,5	6,8	4,7	63,2	25,8	11	40,9	41,7	17,3

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

² Por ejemplo, paga una cuota.

³ Lo que implica participar en alguna de sus actividades.

Al observar la distribución por grupos de edad que se muestra en la figura 1, se aprecia que el nivel de participación siempre es menor en el caso de la ciudadanía que tiene de 18 a 24 años, con la excepción de la participación en organizaciones deportivas, en las que el grupo de 25 a 44 años participa un 2,6 % menos que ellos.

A pesar de observarse lo que podría ser una tendencia, es necesario determinar si existe una relación no debida al azar entre la participación *offline* y el grupo de edad al que se pertenece.

Figura 2
Relación entre participación en organizaciones cívicas *offline* y grupo de edad

	Coef. V de Cramer	Sig. ⁴
Organizaciones religiosas	.096	.051
Organizaciones deportivas	.136	.001
Organizaciones culturales	.149	<.001
Partidos o grupos políticos	.094	.064
Asociaciones profesionales	.214	<.001
Organizaciones medioambientales	.142	<.001
ONG	.296	<.001

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Como muestra la figura 2, solo la participación en dos tipos de organizaciones no guarda relación con la edad. Se trata de las religiosas y de los partidos o grupos políticos, dos de las que menos participación registran.

Estudiando la participación por grupo de edad en el resto de organizaciones (figura 1), se observa que la tasa más baja de no pertenencia es la del grupo de 25 a 44 años, mientras que la de participación activa es la del grupo más joven. Por lo que respecta a las personas de 45 a 65 años, si bien son los que más participan globalmente, tienen la mayor tasa de participación inactiva.

En cuanto a la participación en organizaciones culturales, la mayor tasa de participación, tanto activa como inactiva, la muestra el grupo de mayor edad, mientras que la menor tasa pertenece a los más jóvenes. Lo mismo ocurre en

⁴ El estadístico V de Cramer resulta significativo cuando su significación es $\leq .05$

las asociaciones profesionales, pero de forma mucho más evidente, al igual que en el caso de las organizaciones medioambientales y de las ONG.

Para conocer la participación en línea mediada por redes sociales en línea, se preguntó a la submuestra de sus usuarios si «En estas redes, ¿sigue a personas, instituciones u organizaciones relacionadas con las temáticas que se indican y/o publica o comparte contenido acerca de dichas temáticas?» Las categorías de respuesta, excluyentes, fueron, «Seguidor/a», «Sigue e interactúa», «Publica o comparte», «No seguidor/a», identificándose ser únicamente seguidor/a con participación inactiva, seguir e interactuar y publicar o compartir con participación activa y no ser seguidor/a con no participar.

Al elaborar un *ranking* con las mismas características que el anterior, en el que se sumen la participación activa más la inactiva para conocer la participación mediada por las redes sociales en línea, se obtiene que el primer lugar lo alcanzan, con mucha diferencia, los contenidos culturales (91,3 %), seguidos de los deportivos (57,9 %) y de los medioambientales (50,9 %); ya con una participación inferior a la mitad de la muestra, se encuentran la política (41,8 %), las asociaciones profesionales (38,2 %), las ONG (36,8 %) y, en último lugar, con bastante diferencia, el contenido religioso (6,7 %).

Los datos más llamativos al comparar el *ranking offline* con el *online* son que la participación religiosa baja en el ámbito *online*, mientras que sube en todas las demás temáticas, especialmente en el caso de la política, que pasa de ser la que menos participación *offline* registra a ocupar el cuarto lugar *online*, constituyendo el segundo dato llamativo y haciéndose patente la cautela mencionada por González-Oñate, Jiménez-Marín y Sanz-Marcos (2020), extendiéndose, en el caso de la muestra objeto de estudio, a la religión y a las ONG.

Figura 3
Distribución del tipo de participación en línea por grupo de edad

Edad	Participación	Religión	Deporte	Cultura	Política	Medioambiente	ONG	Asociaciones profesionales
18-24	No sigue	94	37,9	9,9	54,3	52,2	73,3	71,4
	Sigue	4,3	35,3	53	26,7	29,3	19	22,9
	Sigue e interactúa	0,4	19,8	28,9	10,3	8,2	4,3	3,5
	Publica o comparte	1,3	6,9	33,3	8,6	10,3	3	2,2

25-44	No sigue	96,1	43,1	7,1	57,1	46	54,2	53,3
	Sigue	2,6	38,6	49,4	29,2	33,3	28,1	30,3
	Sigue e interactúa	0,6	10,5	30,8	7,1	13,3	11,1	9,2
	Publica o comparte	0,6	7,8	12,8	6,5	7,3	6,5	7,2
45-55	No sigue	86,2	51,1	8,4	70,9	46,6	51,6	51,7
	Sigue	9,2	33,7	50,5	22,1	31,8	33,3	27
	Sigue e interactúa	1,1	10,9	22,1	5,8	11,4	6,5	11,2
	Publica o comparte	3,4	12,5	18,9	1,2	10,2	8,6	10,1

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Al estudiar la participación mediada por redes sociales en línea por tipo de participación y grupo de edad (figura 3), lo que más llama la atención es que todos los datos de participación activa suben, excepto en el caso de la religión, que baja en todas las edades, y de las ONG, que lo hace en los grupos de 18 a 24 años y de 45 a 65 años.

Figura 4
Relación entre participación mediada por redes sociales en línea y grupo de edad

	Coef. V de Cramer	Sig.
Religión	.100	.146
Deporte	.107	.089
Cultura	.100	.142
Política	.110	.077
Asociaciones Profesionales	.165	<.001
Medioambiente	.071	.581
ONG	.163	<.001

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

El hecho de que la mayor parte de los casos muestren las mismas tendencias puede implicar que la relación con la edad sea más débil que en el caso *offline* o incluso que desaparezca en algunos contenidos.

Como se observa en la figura 4, únicamente existe una relación estadísticamente significativa entre edad y participación en línea en el caso de las asociaciones profesionales y de las ONG.

Las asociaciones profesionales registran una menor participación global por parte de los usuarios más jóvenes, mientras que los que tienen entre 25 y 44 años registran la mayor participación inactiva y el grupo de 45 a 65 años es el que más participa activamente. En este caso, que los más jóvenes sean los que menos participan puede tener su explicación en que muchos de ellos todavía no forman parte del mercado laboral.

Las personas de 18 a 24 años son también el grupo de edad que menos participa con las ONG; el grupo de 45 a 55 años es el que más participa tanto de forma inactiva como publicando y compartiendo contenido y el de 25 a 44 años es el que más sigue e interactúa, aunque cabe mencionar que la participación activa global (suma de seguir e interactuar más publicar y compartir) es más alta en el grupo de 25-44 que en el de 45-55 años.

3.2 Participación en acciones concretas

Para conocer el nivel de participación de la muestra en diferentes acciones cívicas concretas durante la pandemia se plante  la siguiente pregunta: «A continuación, se muestran una serie de actividades, indique, por favor, si Vd. participó en alguna de ellas durante la pandemia o si estaría dispuesto/a a hacerlo». Las categorías de respuesta, de nuevo excluyentes, fueron «Participó», «No participó» y «Lo haría».

Las acciones de apoyo a determinados colectivos contaron con la participación del 38,2 % de la muestra (siendo además la que registra el porcentaje más alto de intencionalidad, con un 22,8 %); el segundo lugar lo ocupan las acciones en línea (29,8 %); el tercero, las manifestaciones (18 %), seguidas de las recogidas de firmas (17,8 %) y, en último lugar, los boicots (2,6 %, siendo también los que menor intencionalidad registran con un 11,1 %). También cabe mencionar que las manifestaciones y las recogidas de firmas son, tras los boicots, los que registran los índices más altos de no participación (el 64 % en el caso de las manifestaciones, el 61,5 % por lo que respecta a la recogida de firmas y el 86,3 % ni participó en boicots ni estaría dispuesto a hacerlo).

Figura 5
Distribución de la participación en acciones concretas por grupo de edad

Edad	Participación	Manifestaciones	Boicots	Firmas	Acciones en línea	Apoyo
18-24	No participó	51,7	80,9	54	42,6	30,5
	Lo haría	23,1	17	29,1	25,5	29,7
	Participó	25,2	2,1	16,9	31,9	39,8
25-44	No participó	71	90,5	62,3	54,8	46,2
	Lo haría	16	8,3	19,2	17,5	21,3
	Participó	13	1,2	18,6	27,7	32,5
45-65	No participó	77,3	90,7	74,4	63,1	44,6
	Lo haría	11,4	3,9	7	8,5	12,9
	Participó	11,4	5,4	18,6	28,5	42,4

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Como se puede ver en la figura 5, las personas más jóvenes son las que presentan una mayor participación en manifestaciones y en acciones en línea, mientras que aquellas que tienen edades comprendidas entre los 45 y los 65 años son las que más participaron en boicots, acciones de apoyo a determinados colectivos y, en la misma proporción que el grupo de 25 a 44 años, en recogidas de firmas. Estas variaciones pueden sugerir que la participación en las distintas acciones tenga relación con la edad.

Figura 6
Relación entre participación en acciones concretas y grupo de edad

	Coef. V de Cramer	Sig.
Manifestaciones	.167	<.001
Boicots	.142	<.001
Recogida de firmas	.156	<.001
Acciones en línea	.142	<.001
Apoyo a determinados colectivos	.139	<.001

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Efectivamente, tal y como se puede comprobar en la figura 6, la participación en las acciones concretas sí está relacionada con la edad, en todos los casos. Destaca, además de la información sobre participación efectiva que se expuso en el párrafo anterior, que el nivel de intencionalidad de participación es mayor en el grupo de edad de 18-24 años, en todas las acciones estudiadas. También resulta importante mencionar que, en todos los casos, la ausencia de participación es menor en el grupo de edad más joven, mientras que es mayor en el grupo de 45 a 65 años, excepto en el caso de las acciones de apoyo a determinados colectivos en donde se ven superados por la ciudadanía de 25-44 años.

Para estudiar la participación en acciones concretas se tuvo en cuenta también si habían recibido información sobre ellas a través de las redes sociales en línea: «Durante la pandemia, ¿ha recibido información, a través de las redes sociales en Internet, para participar en actividades como las mencionadas a continuación?». En este caso, para medir la efectividad de las redes a la hora de lograr la implicación en la participación social, se propusieron las siguientes opciones excluyentes de respuesta: «No», «Sí» y «Sí y participó».

Las muestras de apoyo fueron las que mostraron una mayor capacidad de movilizar a la ciudadanía estudiada, ya que el 33,3 % de ella recibió información sobre estas y además participó en ellas, seguidas de las recogidas de firmas (20,5 %), las iniciativas solidarias (19,5 %) y, ya con diferencia, las manifestaciones (7,1 %) y los boicots (1,7 %).

Figura 7

Distribución de la recepción de información en redes sociales en línea y participación por edad

Edad	Recibió información	Solidaridad	Apoyo	Firmas	Boicots	Manifestaciones
18-24	No	33,5	25,5	49,6	86,1	47
	Sí	53,2	43,3	29,6	11,7	43,5
	Sí y participó	13,3	31,2	20,9	2,2	9,6
25-44	No	30,8	22,6	42,9	79,9	57,1
	Sí	42,9	43,2	37,8	19,5	37
	Sí y participó	26,3	34,2	19,2	0,6	5,8

45-65	No	20,4	18,6	34,4	69,6	62
	Sí	56,1	44,3	43,8	28,3	34,8
	Sí y participó	23,5	37,1	21,9	2,2	3,3

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Como se observa en la figura 7, los más jóvenes son los que menos declaran haber recibido, a través de las redes sociales en línea, información acerca de las acciones estudiadas, excepto en el caso de las manifestaciones, en el que ocurre justo lo contrario. Por lo que respecta al grupo de más edad, es en el que una mayor proporción de ellos recibió información y, además, participó en muestras de apoyo, recogida de firmas y boicots, mientras que el grupo de 25 a 44 años participó en iniciativas solidarias. Cabe destacar también que, en el grupo de más edad, una mayor proporción de ellos recibió información, pero no participó en todas las acciones objeto de estudio, con la excepción de las manifestaciones, en las que los más jóvenes ocupan su lugar.

Figura 8
Relación entre la recepción de información y participación en acciones cívicas y grupo de edad

	Coef. V de Cramer	Sig.
Iniciativas solidarias	.127	.003
Muestras de apoyo	.048	.686
Recogida de firmas	.092	.083
Boicots	.123	.006
Manifestaciones	.099	.053

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Al estudiar si existe relación entre la recepción de información y posterior participación en acciones concretas y la edad, únicamente se resuelve como estadísticamente significativa en dos casos (figura 8): las iniciativas solidarias y los boicots.

Así, al focalizar la atención en estos dos casos, se observa que es el grupo de 45 a 65 años en el que una mayor proporción de personas recibió informa-

ción y que, por el contrario, es el grupo de 18-24 años en el que una menor proporción de personas recibió información; en cuanto a quienes recibieron información y, además, participaron, fue en mayor medida el grupo de 25-44 años en el caso de las iniciativas solidarias y, empatados con un 2,2 %, los de 18 a 24 años y los de 45 a 65 años en la realización de boicots. Un dato que resulta curioso es el referente a los boicots, que indica que el grupo más joven es en el que una menor proporción de personas recibió información, pero su tasa de participación fue igual a la del grupo en el que más cantidad de componentes sí recibieron información.

3.3 Participación juvenil y género

Como se pudo ver en el marco teórico, el género suele relacionarse con el tipo de organizaciones en las que se participa, por lo que resulta especialmente interesante estudiar si también, en el caso de las personas más jóvenes, el género guarda relación con las organizaciones en las que participan y con la información que reciben acerca de acciones concretas, razón por la que en este subapartado se trabaja con la submuestra de jóvenes de 18 a 24 años.

Figura 9
Relación entre participación en organizaciones cívicas *offline* y género

	Coef. V de Cramer	Sig.
Organizaciones religiosas	.087	.405
Organizaciones deportivas	.185	.017
Organizaciones culturales	.055	.699
Partidos o grupos políticos	.096	.339
Asociaciones profesionales	.084	.440
Organizaciones medioambientales	.132	.131
ONG	.073	.535

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Como se puede observar en la figura 9, la significancia del coeficiente V de Cramer nos indica que únicamente existe una relación estadísticamente significativa entre la participación en organizaciones deportivas y el género.

En las mencionadas organizaciones son los hombres los que participan en mayor medida (figura 10), tanto de forma activa como inactiva, ya que en el caso de simplemente ser miembro de una organización de este tipo superan en un 7,2 % a las mujeres y en el caso de, además, participar en alguna de sus actividades, en un 5,1 %.

Figura 10
Distribución del tipo de participación en organizaciones deportivas por género

Organizaciones deportivas	Mujer	Hombre
No pertenece	81,1	68,8
Pertenece	1,9	9,1
Participa activamente	17	22,1

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Cabe preguntarse si el hecho de que los datos sugieran que se han superado las diferencias por género en cuanto a la participación de la juventud en distintas organizaciones *offline*, también se refleja en la participación en acciones concretas *offline*.

Figura 11
Relación entre participación en acciones concretas *offline* y género

	Coef. V de Cramer	Sig.
Manifestaciones	.092	.365
Boicots	.151	.069
Recogida de firmas	.024	.932
Acciones en línea	.070	.567
Muestras de apoyo	.034	.869

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

En este caso, ninguna de las acciones cívicas estudiadas guarda relación con la variable *género* (figura 11).

Dado que la participación *online* era mayor que la *offline*, resulta imprescindible determinar si las diferencias que ya parecen superadas en cuanto a

género (excepto en el caso de las organizaciones deportivas) se mantienen en el escenario virtual.

Figura 12
Relación entre participación en línea y género

	Coef. V de Cramer	Sig.
Religión	.110	.424
Deporte	.200	.026
Cultura	.224	.009
Política	.272	.001
Asociaciones profesionales	.086	.638
Medioambiente	.102	.493
ONG	.016	.996

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Como se observa en la figura 12, no solo se mantiene la relación entre participación deportiva y género, sino que reaparecen en el caso de la cultura y de la política. A continuación, se describen las diferencias.

Figura 13
Distribución del tipo de participación en línea relacionada con el deporte, la cultura y la política por género

	Tipo de participación	Mujer	Hombre
Deporte	No sigue	42,7	28,4
	Sigue	36,7	32,4
	Sigue e interactúa	15,2	29,7
	Publica o comparte	5,7	9,5
Cultura	No sigue	5,7	18,9
	Sigue	58,2	41,9
	Sigue e interactúa	27,8	31,1
	Publica o comparte	8,2	8,1

Política	No sigue	62,3	37
	Sigue	25,2	30,1
	Sigue e interactúa	6,9	17,8
	Publica o comparte	5,7	15,1

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

Tal y como se desprende de la figura 13, los hombres superan a las mujeres en participación activa en los tres casos (un 18,3 % más en el deporte, un 3,2 % más en la cultura y un 20,3 % más en la política). En lo referente a la participación inactiva, son las mujeres las que más participan de esta forma en dos de los tres casos, un 4 % más en el caso del deporte y un 16,3 % en el de la cultura; sin embargo, en cuanto a política, los hombres participan un 4,9 % más que las mujeres.

Al tener en cuenta los datos globales de participación en línea, incluyendo la participación inactiva («Sigue»), se comprueba que los jóvenes de 18 a 24 años participan más que ellas en lo deportivo y la política, mientras que las jóvenes del mismo grupo etario los superan en el ámbito cultural.

Por último, es importante determinar si existe una relación estadísticamente significativa entre el género y la recepción de información a través de redes sociales en línea para participar en acciones cívicas.

Figura 14

Relación entre la recepción de información a través de redes sociales en línea para participar en acciones cívicas y el género

	Coef. V de Cramer	Sig.
Iniciativas solidarias	.058	.671
Muestras de apoyo	.038	.844
Recogida de firmas	.074	.537
Boicots	.114	.223
Manifestaciones	.124	.170

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la *Encuesta sobre capital social y redes sociales en la provincia de A Coruña 2022*.

En este caso, como se observa en la figura 14, no existe relación estadística alguna entre recibir información acerca de acciones cívicas y participar en ellas y el género.

4. CONCLUSIONES

Hace poco más de una década, el estudio realizado acerca del capital en Galicia, al referirse a los niveles de asociacionismo (Pena López y Castellanos García, 2010) o de participación en organizaciones *offline*, como fue calificado en el presente trabajo, concluyó que «se podría hablar de una reducción de los niveles de pertenencia» (Pena López y Castellanos García, 2010: 298), lo que estaría en línea con la teoría del declive del capital social, pero, además, detecta un cambio en el tipo de organizaciones de pertenencia, disminuyendo el nivel de las religiosas y aumentando el de las deportivas y culturales.

En este contexto de descenso en la forma de participación tradicional, surgieron las redes sociales en línea que, de acuerdo con el análisis realizado en este trabajo, parecen estar realizando una función facilitadora de la participación cívica, evitando las temidas consecuencias que se derivarían del declive del capital social, en un período de tiempo especialmente complicado como fue el de la pandemia.

Como cabía esperar, la participación *online* supera a la *offline* en casi todos los casos, excepto en el caso de la temática religiosa y en la referente a ONG (salvo para el grupo de 25-44 años en el que sube), lo que contrasta la primera hipótesis planteada y se alinea con la teoría de Yuen y Tang (2021).

Además, existe una relación estadísticamente significativa entre la edad y la participación *offline* en todas las organizaciones, con la excepción de las religiosas y de las políticas, siendo el grupo de 18-24 años el que menos participa y el de 45-65 el que más. En el caso de la participación en línea, si bien solo existe una relación estadísticamente significativa entre seguir a personas, organizaciones o contenidos relacionados con las asociaciones profesionales y ONG, siendo en ambos casos los más jóvenes los que menos participan, cabe destacar que su participación mediada por redes sociales en línea aumenta y lo hace de forma considerable, por lo que se contrasta parcialmente la segunda hipótesis, ya que no hay relación entre algunos tipos de participación y la edad. Este resultado sugiere el refuerzo de la teoría del cambio de forma a la hora de participar en la sociedad (Inglehart y Welzel, 2006) y permite ver la evolución de la participación a través de redes sociales en línea, un tipo de participación

que antes era característica de las generaciones más jóvenes (véase, por ejemplo, los trabajos de García y Del Hoyo (2013) y de García, Del Hoyo y Fernández (2014), y que actualmente parece extenderse a los demás grupos de edad.

En cuanto a la última hipótesis, relativa a la relación entre la participación de los jóvenes y el género, cabe destacar que *offline* únicamente se mantiene la relación con la participación en organizaciones deportivas, mientras que *online* se mantiene con la temática deportiva, pero además reaparece en el caso de la cultura y la política, lo que hace que se contraste la tercera hipótesis.

Ya en el 2013, al estudiar la participación en organizaciones *offline* en España y el género, teniendo en cuenta el efecto de la edad, Muñoz Goy concluyó que su análisis sugería que «the changes in the last decades in the gender role expectations are being reflected in the new generations» (Muñoz Goy, 2013: 91), ya que las diferencias no resultaron significativas entre las personas menores de 35 años en el caso de las asociaciones relacionadas con el medioambiente, la ecología, los derechos de los animales y las ONG, así como en las religiosas. Los resultados obtenidos en este trabajo son consistentes con los de Muñoz Goy y muestran el avance logrado en la última década, siendo únicamente significativa la participación en asociaciones deportivas, que era la asociación más problemática en cuanto al tema que nos ocupa.

De cara a futuras investigaciones sería conveniente indagar acerca de por qué reaparecen las diferencias de género en la participación en línea en cuanto a las temáticas culturales y políticas, ya que en el resto de ellas y en las acciones concretas no se producen, y conocer los motivos por los cuales la juventud recibe menos información en las redes sociales acerca de acciones como iniciativas solidarias, boicots o peticiones de firmas que los demás grupos de edad. Así mismo, sería interesante repetir este estudio con una muestra representativa y más amplia en cuanto a territorio, ya que este trabajo se centra en el caso de la provincia de A Coruña.

BIBLIOGRAFÍA

- AIMC (2023). Servicios utilizados en Internet. Primera oleada de 2022. Recuperado de: <https://internet.aimc.es/index.html#/main/servicios-utilizados> [Consultado el 1 de agosto de 2023]
- Aleixandre-Benavent, Rafael, Castelló-Cogollos, Lourdes y Valderrama-Zurián, Juan-Carlos (2020). Información y comunicación durante

- los primeros meses de COVID-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Revista Internacional de Información y Comunicación*, 29(4). doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- Bennet, Lucy (2017). 'If we stick together we can do anything': Lady Gaga fandom, philanthropy and activism through social media. *Celebrity Studies*, 5 (1-2), 138-152. doi: <https://doi.org/10.1080/19392397.2013.813778>
- Bennett, W. Lance y Segerberg, Alexandra (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Cadena 100 (20 de abril de 2021). Javi y Mar recogen el Premio José Luis Gago por «Resistiré 2020». Cadena100.es. Recuperado de: https://www.cadena100.es/musica/resistire-2020/noticias/javi-mar-recogen-premio-jose-luis-gago-por-resistire-2020-20210420_1247099 [Consultado el 10 de julio de 2023]
- Cáritas (1 de abril de 2020). #Resistiré2020, el himno grabado por más de 30 artistas para vencer juntos al coronavirus. [Nuestro día a día. Blog de Cáritas]. Recuperado de: <https://www.caritas.es/blog/resistire-2020-el-himno-grabado-por-mas-de-30-artistas-para-vencer-juntos-al-coronavirus/> [Consultado el 20 de julio de 2023].
- Castells, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity.
- Delfino, Gisela, Beramendi, Maite y Zubieta, Elena (2019). Participación social y política en Internet y brecha generacional. *Revista de Psicología*, 37(1), 195-216. doi: <https://doi.org/10.18800/psico.201901.007>
- Domínguez, Yolanda (2021). *Maldito estereotipo. ¡Así te manipulan los medios y las imágenes!* Barcelona: Ediciones B.

- Elogia e iab Spain (2022). *Estudio de redes sociales 2022*. Versión reducida. Recuperado de: <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/> [Consultado el 1 de agosto de 2023]
- Facebook (2022). Recaudaciones de fondos. Recuperado de: <https://www.facebook.com/fundraisers/> [Consultado el 10 de enero de 2023].
- Ferlander, Sara (2003). *The Internet, social capital and local community*. Tesis doctoral. Stirling: University of Stirling.
- Fukuyama, Francis (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- García Galera, María del Carmen y Del Hoyo Hurtado, Mercedes (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer*, 18(34), 111-125. doi: <https://doi.org/10.1387/zer.10649>
- García Galera, María del Carmen, Del Hoyo Hurtado, Mercedes y Fernández Muñoz, Cristóbal (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, 43, 35-45. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-03>
- González-Oñate, Cristina, Jiménez-Marín, Gloria y Sanz-Marcos, Paloma (2020). Consumo televisivo y nivel de interacción y participación social en redes sociales: análisis de las audiencias millennials en la campaña electoral de España. *Profesional de la información*, 29(5), 1-13. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.01>
- Inglehart, Ronald y Welzel, Christian (2006). *Modernización, cambio cultural y democracia*. Madrid: CIS.
- Kovacs, Balazs, Caplan, Nicholas, Grob, Samuel y King, Marissa (2021). Social networks and loneliness during the COVID-19 pandemic. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 7, 1-16. doi: <https://doi.org/10.1177/2378023120985254>
- Lin, Nan (2001). *Social capital. A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñoz Goy, Celia (2013). Social capital in Spain: Are there gender inequalities? *European Journal of Government and Economics*, 2(1), 79-94.

- Pena López, Atilano y Castellanos García, Pablo (2010). En Veira Veira, José Luis (coord.). *La evolución del capital social en Galicia* (265-300). A Coruña: Netbiblo.
- Putnam, Robert D. (1996). Who killed civic America. *Prospect*, 66-72.
- Putnam, Robert D. (2002). *Solo en la bolera. Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Putnam, Robert D. y Goss, Kristin A. (2003). Introducción. En Putnam, Robert D. (ed.). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario* (7-33). Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Boletín Oficial del Estado, 14-03-20, 67, 25390-25400.
- Rheingold, Howard (2000). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Tsaliki, Liza (2015). "Tweeting the good causes": social networking and celebrity activism. En Marshall, P. David y Redmond, Sean (eds.). *A Companion to Celebrity* (236-257). doi: <https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch13>
- Vázquez-Chas, Loreto (2022). *El papel de las redes sociales online en el capital social en tiempos de pandemia. El caso de la provincia de A Coruña* [Beca de Investigación, Deputación da Coruña].
- Vázquez-Chas, Loreto (2023). Las redes sociales online como medio de comunicación y su utilidad percibida durante la pandemia en la provincia de A Coruña. *RedMarka. Revista de Marketing Aplicado*, 27(1), 134-153. doi: <https://doi.org/10.17979/redma.2023.27.1.9536>
- Warner Music Spain (1 de abril de 2020). Resistiré 2020 – Video Oficial [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hl3B4Ql8RtQ> [Consultado el 10 de julio de 2023].
- Yuen, Samson y Tang, Gary (2021). Instagram and social capital: youth activism in a networked movement. *Social Movement Studies*, 22(5-6), 706-727. doi: <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.2011189>