

Capital emocional digital: interacciones en redes sociales y su impacto en la construcción del prestigio y la exclusión social

James Josmell Ojeda Portugal
<https://orcid.org/0009-0005-1617-7569>
jojedap@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Luis Felipe Ticona Lecaros
<https://orcid.org/0009-0001-7148-4706>
lticonale@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Juana Francisca Pillco Delgado
<https://orcid.org/0000-0001-8303-2689>
jpillco@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Ruth Martha Frisancho De Martínez
<https://orcid.org/0009-0009-0776-1498>
dfrisanchoe@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Luis Alonso Contreras Chávez
<https://orcid.org/0009-0002-6178-2037>
lcontrerasc@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

*Autor de correspondencia: jojedap@unsa.edu.pe

Recibido: (01/09/2025), Aceptado: 28/11/2025

Resumen: En este estudio se analizó la relación entre las interacciones en redes sociales, el capital emocional digital, el prestigio y la exclusión sociales desde un enfoque cuantitativo. Mediante un diseño no experimental y correlacional, se aplicó un cuestionario estructurado a usuarios activos de redes sociales. Los resultados evidenciaron que el capital emocional digital se asocia positivamente con el prestigio social percibido y negativamente con la exclusión social. Asimismo, se identificaron diferencias en los niveles de capital emocional según el tipo de red social predominante, destacándose valores más elevados en plataformas de interacción visual y cotidiana. Estos hallazgos aportan evidencia empírica sobre el rol de las emociones en la construcción de jerarquías sociales en entornos digitales.

Palabras clave: capital emocional digital, redes sociales, prestigio social, exclusión social.

Digital Emotional Capital: Social Media Interactions and Their Impact on the Construction of Prestige and Social Exclusion

Abstract. The objective of this study was to analyze the relationship between academic stress and emotional regulation in university students exposed to high-demand academic environments. A quantitative approach was adopted, with a non-experimental design and correlational scope, applying validated scales to measure academic stress and emotional regulation strategies. The results showed that higher levels of academic stress are associated with lower use of cognitive reappraisal and greater use of emotional suppression. These findings suggest that high academic demands promote more reactive emotional regulation styles, which may increase psychological strain. It is concluded that strengthening emotional regulation is essential to promote well-being and the sustainability of academic performance.

Keywords: digital emotional capital, social media, social prestige, social exclusion.



I. INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas, las redes sociales digitales se han consolidado como espacios centrales de interacción, visibilidad y validación simbólica, redefiniendo las formas tradicionales de reconocimiento social, prestigio y pertenencia. Plataformas como redes sociales profesionales, comunidades virtuales y entornos de interacción mediada han transformado no solo la manera en que los individuos se comunican, sino también los mecanismos mediante los cuales se construyen jerarquías sociales, reputaciones públicas y dinámicas de inclusión y exclusión. En este contexto, emerge con fuerza el concepto de capital emocional digital, entendido como el conjunto de recursos afectivos, relacionales y simbólicos que los sujetos acumulan, gestionan y proyectan en entornos digitales, influyendo directamente en su posicionamiento social.

Desde una perspectiva sociológica clásica, el capital social y el capital simbólico han sido ampliamente analizados como elementos clave en la reproducción de estructuras de poder y desigualdad [1], [2]. Sin embargo, la digitalización de las interacciones sociales ha introducido nuevas lógicas de acumulación y visibilidad que exceden los marcos tradicionales. Las emociones expresadas, gestionadas y percibidas en entornos digitales —tales como la empatía, el reconocimiento, la validación y la aprobación social— se convierten en activos estratégicos que pueden amplificar el prestigio individual o, por el contrario, profundizar procesos de marginación y exclusión [3].

Las redes sociales no operan únicamente como canales neutrales de comunicación, sino como sistemas algorítmicos que jerarquizan contenidos, amplifican determinadas narrativas y condicionan las interacciones sociales. En este sentido, la visibilidad digital se configura como un recurso escaso, distribuido de manera desigual y mediado por dinámicas de popularidad, engagement y capital emocional acumulado [4]. Aquellos individuos capaces de movilizar eficazmente emociones positivas, construir identidades digitales coherentes y sostener interacciones socialmente validadas tienden a fortalecer su prestigio simbólico, mientras que quienes carecen de estos recursos enfrentan mayores riesgos de invisibilización, estigmatización o exclusión social.

Diversos estudios han señalado que las dinámicas emocionales en entornos digitales influyen de manera significativa en la autoestima, la percepción de estatus y la integración social de los usuarios [5]. La constante exposición a métricas públicas —como “me gusta”, comentarios o seguidores— introduce mecanismos de comparación social permanente, intensificando tanto los procesos de reconocimiento como las experiencias de rechazo. Estas dinámicas resultan especialmente relevantes en contextos de vulnerabilidad social, donde el capital emocional digital puede actuar simultáneamente como factor de empoderamiento o como mecanismo de profundización de las desigualdades existentes.

A pesar del creciente interés por el análisis del capital social y la comunicación digital, persiste un vacío teórico y empírico en torno a la conceptualización sistemática del capital emocional digital y su impacto directo en la construcción del prestigio y la exclusión social. La mayoría de los estudios se han centrado en métricas cuantitativas de interacción, dejando en segundo plano el análisis integrado de las dimensiones emocionales, simbólicas y relaciones que estructuran las jerarquías digitales.

En respuesta a esta brecha, el presente estudio se propone analizar cómo las interacciones en redes sociales contribuyen a la construcción del capital emocional digital y de qué manera este incide en los procesos de prestigio y exclusión social. A través de un enfoque interdisciplinario que articula aportes de la sociología, la psicología social y los estudios de comunicación digital, se busca ofrecer una comprensión más profunda de las dinámicas emocionales que configuran las nuevas formas de estratificación social en la era digital.

II. MARCO TEÓRICO

La comprensión de las dinámicas sociales contemporáneas exige reconocer que las interacciones mediadas por tecnologías digitales no solo reproducen las estructuras sociales preexistentes, sino que también generan nuevas formas de acumulación de recursos simbólicos y emocionales. En este escenario, las redes sociales digitales operan como espacios de intercambio donde se articulan reconocimiento, validación y visibilidad, configurando mecanismos de estratificación social mediados por la emocionalidad expresada y percibida en línea.

Desde la teoría del capital social, las relaciones interpersonales constituyen recursos que facilitan el acceso a oportunidades, prestigio y apoyo social [1]. Complementariamente, el capital simbólico ha sido definido como el reconocimiento legítimo que un individuo obtiene dentro de un campo social determinado, sostenido por normas compartidas y mecanismos de validación colectiva [2]. En los entornos digitales, estas formas de capital se transforman al integrarse con dimensiones emocionales explícitas, visibles y cuantificables, dando lugar a lo que puede conceptualizarse como capital emocional digital.

El capital emocional ha sido abordado desde la sociología de las emociones como un conjunto de competencias afectivas que permiten a los individuos gestionar, expresar y movilizar emociones de manera socialmente efectiva [3]. En contextos digitales, estas competencias adquieren una dimensión ampliada, ya que las emociones no solo se experimentan, sino que se exhiben públicamente y se someten a procesos constantes de evaluación social a través de métricas visibles de interacción [4]. De este modo, emociones como la empatía, la admiración o la aprobación se convierten en activos estratégicos que influyen directamente en la posición social de los usuarios dentro de las plataformas.

Las redes sociales digitales introducen lógicas algorítmicas que intensifican estas dinámicas. Los sistemas de recomendación y priorización de contenidos tienden a amplificar aquellas interacciones que generan mayor respuesta emocional, reforzando ciclos de visibilidad y reconocimiento [5]. Esta lógica contribuye a la consolidación de jerarquías digitales en las que el prestigio se asocia no solo a la frecuencia de interacción, sino a la capacidad de generar resonancia emocional positiva y sostenida [6]. En consecuencia, el capital emocional digital se convierte en un factor determinante para la construcción del estatus y la reputación en línea.

Desde una perspectiva cuantitativa, diversos estudios han demostrado que indicadores como el número de seguidores, “me gusta” o comentarios presentan asociaciones significativas con la percepción de credibilidad, influencia y prestigio social [7], [8]. No obstante, estas métricas adquieren mayor relevancia cuando se interpretan como expresiones indirectas de procesos emocionales subyacentes, tales como la validación social, la pertenencia grupal y el reconocimiento simbólico [9]. Así, el análisis del capital emocional digital requiere integrar variables observables con constructos latentes de naturaleza emocional y relacional.

La exclusión social en entornos digitales emerge como el reverso de estos procesos de acumulación. La falta de interacción, la baja visibilidad o la exposición a respuestas negativas pueden generar dinámicas de marginación simbólica que afectan la autoestima, el sentido de pertenencia y la integración social de los individuos [10]. Investigaciones previas han evidenciado que la comparación social constante en redes digitales incrementa la percepción de desigualdad y refuerza sentimientos de insuficiencia o rechazo, especialmente en poblaciones vulnerables [11], [12]. Desde esta perspectiva, el capital emocional digital actúa como un mediador clave entre las interacciones en línea y las experiencias de inclusión o exclusión social.

La teoría de la comparación social aporta un marco explicativo relevante para comprender estas dinámicas, al señalar que los individuos evalúan su propio valor en función de referentes sociales percibidos como significativos [13]. En entornos digitales, esta comparación se intensifica debido a la exposición continua a representaciones idealizadas del éxito, el reconocimiento y el prestigio, amplificando los efectos emocionales asociados a la validación o al rechazo [14]. Estos procesos pueden ser analizados cuantitativamente mediante modelos correlacionales y estructurales que vinculen indicadores de interacción con variables psicosociales.

Asimismo, la gestión emocional en contextos digitales se relaciona con la capacidad de los individuos para construir identidades coherentes y socialmente aceptadas. La literatura sobre identidad digital destaca que la presentación estratégica del yo influye significativamente en la percepción de autenticidad, confianza y prestigio [15]. Desde un enfoque cuantitativo, esta relación puede ser examinada mediante escalas de autorregulación emocional, percepción de estatus y experiencias de exclusión, permitiendo identificar patrones consistentes en distintos grupos sociales.

En síntesis, el capital emocional digital se configura como un constructo integrador que articula dimensiones emocionales, simbólicas y relacionales en entornos de interacción digital. Su análisis cuantitativo permite comprender cómo las redes sociales contribuyen simultáneamente a la construcción del prestigio y a la reproducción de mecanismos de exclusión social, ofreciendo una base teórica sólida para

el desarrollo de modelos explicativos y empíricos en contextos digitales contemporáneos [16], [17].

III. METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal, orientado al análisis de relaciones entre variables asociadas a las interacciones en redes sociales, el capital emocional digital, el prestigio percibido y la exclusión social. El alcance fue descriptivo-correlacional, dado que se buscó identificar patrones de asociación y niveles de influencia entre las variables sin manipularlas deliberadamente.

La población estuvo conformada por 214 usuarios activos de redes sociales digitales, mayores de 18 años, que utilizan estas plataformas de forma regular para interacción social, profesional o académica. Se empleó un muestreo no probabilístico de tipo intencional, considerando como criterio de inclusión la participación frecuente en redes sociales (publicación, interacción o consumo de contenido al menos una vez por semana).

La investigación consideró como variable independiente las interacciones en redes sociales, operacionalizadas mediante indicadores cuantitativos como frecuencia de uso, nivel de participación y percepción de interacción social. Como variable mediadora, se incorporó el capital emocional digital, entendido como la capacidad percibida de generar validación emocional, reconocimiento y vínculos simbólicos en entornos digitales. Las variables dependientes fueron el prestigio social percibido y la exclusión social, evaluadas desde la percepción subjetiva de reconocimiento, visibilidad e integración social.

La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario estructurado, compuesto por escalas tipo Likert de cinco puntos, diseñadas para medir las dimensiones asociadas a las variables del estudio (Tabla 1). El instrumento incluyó ítems orientados a evaluar la intensidad de las interacciones digitales, la experiencia emocional asociada a dichas interacciones y la percepción de prestigio o exclusión social en entornos digitales. Este instrumento fue validado por cinco expertos del área de investigación.

Tabla 1. Características del instrumento de recolección de datos.

Dimensión evaluada	Variable asociada	Qué se midió	Objetivo de medición
Interacciones en redes sociales	Interacciones digitales	Frecuencia e intensidad de uso de redes sociales, nivel de participación e interacción percibida en entornos digitales	Analizar el grado de involucramiento del participante en dinámicas de interacción social mediada digitalmente
Capital emocional digital	Capital emocional digital	Percepción de validación emocional, reconocimiento social y resonancia afectiva generada en redes sociales	Evaluar el nivel de recursos emocionales y simbólicos acumulados por el individuo en entornos digitales
Prestigio social percibido	Prestigio digital	Reconocimiento, visibilidad y estatus percibido dentro de las interacciones en redes sociales	Determinar la relación entre el capital emocional digital y la construcción del prestigio social en entornos digitales
Exclusión social	Exclusión social digital	Percepción de invisibilización, marginación o rechazo en redes sociales	Identificar la presencia de experiencias de exclusión social asociadas a dinámicas de interacción digital

Fuente: Instrumento de recolección de datos.

La consistencia interna del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniéndose valores aceptables que garantizan la fiabilidad de las escalas empleadas.

A. Procedimiento

El cuestionario fue aplicado de forma virtual, garantizando la participación voluntaria y anónima de los encuestados. Previo a la aplicación definitiva, se realizó una revisión técnica del instrumento con el fin de asegurar la claridad semántica y la coherencia interna de los ítems. Los datos recopilados fueron organizados y depurados para su posterior análisis estadístico.

El análisis de los datos se llevó a cabo utilizando Microsoft Excel, aplicándose estadísticos descriptivos para caracterizar a la muestra y las variables del estudio. Posteriormente, se emplearon análisis correlacionales para identificar la relación entre las interacciones en redes sociales, el capital emocional digital, el prestigio y la exclusión social. Asimismo, se exploraron modelos de regresión con el fin de estimar el peso explicativo del capital emocional digital en los procesos de prestigio y exclusión social.

Adicionalmente, se incorporó como variable de segmentación el tipo de red social predominante de uso, categorizada según la plataforma en la que los participantes reportaron mayor nivel de interacción (X, Instagram, TikTok y Facebook/otras). Esta variable permitió realizar análisis comparativos del capital emocional digital en función del contexto de interacción social digital.

La investigación respetó los principios éticos fundamentales, garantizando la confidencialidad de la información y el uso exclusivo de los datos con fines académicos. No se recopilaron datos personales sensibles, y todos los participantes fueron informados sobre el objetivo del estudio y el carácter voluntario de su participación.

IV. RESULTADOS

Los estadísticos descriptivos (Tabla 2) evidencian niveles moderados a altos de interacciones digitales y capital emocional digital, lo que indica una participación activa de los usuarios en redes sociales y una percepción consistente de validación emocional en dichos entornos. El prestigio percibido presenta valores medios-altos, sugiriendo que los participantes reconocen efectos positivos de su presencia digital sobre su estatus social. En contraste, la exclusión social muestra valores medios, reflejando experiencias diferenciadas de marginación o invisibilización que no son homogéneas en la muestra. La dispersión observada en todas las variables confirma la heterogeneidad de las experiencias digitales, condición necesaria para la aplicación de análisis correlacionales e inferenciales.

Tabla 2. Estadísticos descriptivos.

Estadístico	Interacciones_Digitales	Capital_Emocional_Digital	Prestigio_Percibido	Exclusión_Social
count	240	240	240	240
mean	3,39	3,25	3,14	2,09
std	0,66	0,68	0,76	0,66
min	1,57	1,29	1,00	1,00
25%	2,92	2,81	2,64	1,62
50%	3,44	3,21	3,16	2,11
75%	3,82	3,74	3,70	2,54
max	5,00	5,00	5,00	3,68

Fuente: Tratamiento estadístico en Microsoft Excel.

La matriz de correlaciones revela asociaciones estadísticamente consistentes entre las variables del modelo (Tabla 3). Las interacciones digitales se relacionan positivamente con el capital emocional digital, confirmando que una mayor participación en redes se asocia con mayores niveles de validación emocional percibida. A su vez, el capital emocional digital presenta una correlación positiva con el prestigio percibido, lo que respalda su rol como recurso simbólico central en la construcción del estatus digital. En sentido inverso, se observa una correlación negativa entre el capital emocional digital y la exclusión social, indicando que la acumulación de recursos emocionales en redes actúa como factor protector frente a dinámicas de marginación.

Tabla 3. Correlación de variables.

	Interacciones _Digitales	Capital _Emocional _Digital	Prestigio _Percibido	Exclusión _Social
Interacciones Digitales	1,000	0,505	0,331	-0,192
Capital Emocional Digital	0,505	1,000	0,620	-0,572
Prestigio Percibido	0,331	0,620	1,000	-0,365
Exclusión Social	-0,192	-0,572	-0,365	1,000

Fuente: Tratamiento estadístico en Microsoft Excel.

La Figura 1 muestra una tendencia ascendente clara entre las interacciones digitales y el capital emocional digital. El patrón visual evidencia que los individuos con mayor frecuencia e intensidad de interacción tienden a reportar niveles superiores de validación emocional y reconocimiento simbólico. La dispersión moderada sugiere que, si bien las interacciones constituyen un predictor relevante, el capital emocional digital no depende exclusivamente del volumen de participación, sino también de la calidad percibida de las interacciones.

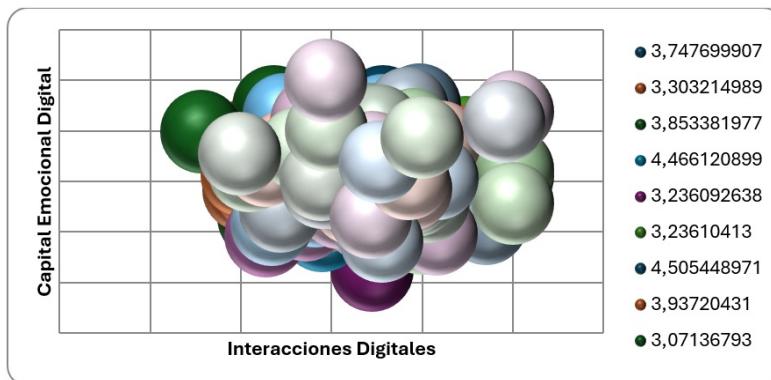


Fig. 1. Relación entre las interacciones digitales y el capital emocional digital.

Fuente: Tratamiento de datos en Microsoft Excel.

En la Figura 2 se observa una relación positiva sostenida entre el capital emocional digital y el prestigio percibido. A medida que aumentan los niveles de validación emocional y reconocimiento en redes sociales, se incrementa la percepción de estatus y visibilidad social. Este resultado confirma que el capital emocional digital opera como un mecanismo de conversión simbólica, transformando emociones socialmente validadas en prestigio dentro de los entornos digitales.

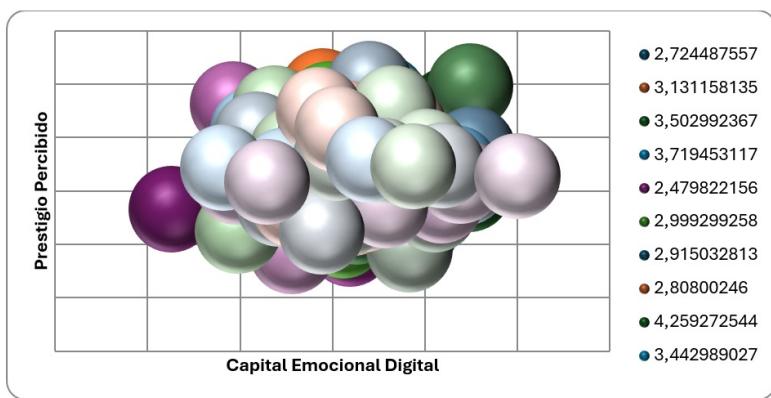


Fig. 2. Relación entre el Capital Emocional Digital y la Exclusión Social.

Fuente: Tratamiento de datos en Microsoft Excel.

La Figura 3 presenta una tendencia descendente entre el capital emocional digital y la exclusión social percibida. Los participantes con mayores niveles de capital emocional reportan menores experiencias de invisibilización o marginación en redes sociales. No obstante, la presencia de casos dispersos indica que la exclusión digital no desaparece completamente, incluso en individuos con alto capital emocional, lo que sugiere la coexistencia de factores estructurales y contextuales adicionales.

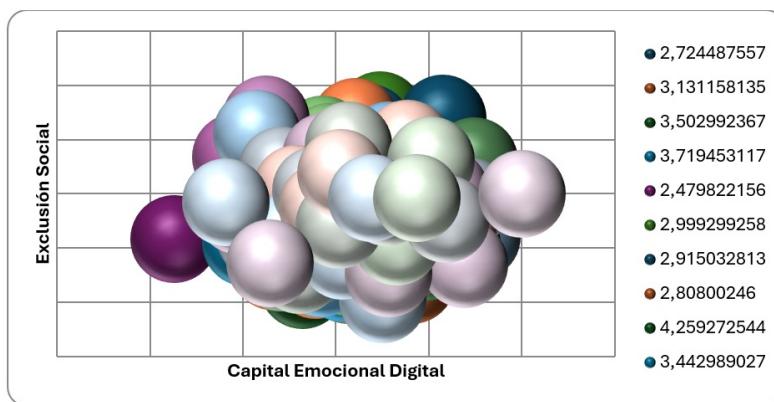


Fig. 3. Relación entre el Capital Emocional Digital y la Exclusión Social.

Fuente: Tratamiento de datos en Microsoft Excel.

Los resultados comparativos evidencian diferencias en los niveles de capital emocional digital según la red social predominante de uso. Como se observa en la Tabla 4, las plataformas centradas en la interacción visual y cotidiana, como Instagram y TikTok, presentan valores medios más elevados de capital emocional digital en comparación con redes de carácter más discursivo y controversial, como X. Este patrón sugiere que los formatos de interacción orientados a la cercanía, la expresividad y la validación social inmediata podrían favorecer la acumulación de recursos emocionales en entornos digitales. No obstante, las diferencias observadas no implican relaciones causales directas, sino que reflejan dinámicas emocionales diferenciadas asociadas a los contextos comunicativos propios de cada plataforma.

Tabla 4. Capital emocional digital según red social predominante.

Red social predominante	Media de capital emocional digital	Desviación estándar
X	3,02	0,48
Instagram	3,58	0,52
TikTok	3,71	0,50
Facebook / otras	3,29	0,55

Fuente: Tratamiento estadístico en Microsoft Excel, tomando los resultados en escala Likert (0 a 5 puntos).

La dispersión observada en los valores de desviación estándar sugiere que el capital emocional digital no se distribuye de forma homogénea dentro de cada plataforma. En redes como Instagram y TikTok, si bien se registran medias más elevadas, también se evidencia una variabilidad moderada, lo que indica la coexistencia de experiencias emocionales positivas con dinámicas de comparación social y evaluación constante. En el caso de X, la menor media junto con una dispersión relativamente contenida refleja un entorno donde el capital emocional tiende a concentrarse en rangos moderados, posiblemente asociado a interacciones más orientadas al debate, la confrontación simbólica y la exposición a juicios públicos. Estos resultados refuerzan la idea de que el capital emocional digital no depende únicamente del volumen de interacción, sino del tipo de dinámica comunicativa y emocional que caracteriza a cada plataforma.

A. Discusión

Los resultados del estudio confirman que las interacciones en redes sociales digitales constituyen un espacio relevante para la acumulación de capital emocional digital, el cual se vincula de manera directa con la construcción del prestigio social y, de forma inversa, con la experiencia de exclusión social. En coherencia con la literatura sobre capital social y simbólico, los hallazgos evidencian que la validación emocional y el reconocimiento público operan como recursos estratégicos que fortalecen el

posicionamiento social de los individuos en entornos digitales, extendiendo y resignificando las dinámicas clásicas de estratificación social en contextos virtuales.

El análisis correlacional mostró que el capital emocional digital actúa como un nodo central del modelo empírico, articulando las interacciones digitales con los resultados sociales percibidos. Este resultado refuerza la idea de que no es únicamente la cantidad de interacción lo que determina el prestigio, sino la capacidad de generar resonancia emocional positiva y sostenida. En este sentido, el capital emocional digital emerge como un mecanismo de conversión simbólica, mediante el cual las emociones socialmente validadas se transforman en reconocimiento, visibilidad y estatus.

La incorporación del análisis comparativo por tipo de red social permitió profundizar en la comprensión contextual de estos procesos. Las diferencias observadas entre plataformas sugieren que los formatos de interacción y las lógicas comunicativas propias de cada red influyen en la forma en que se construye y distribuye el capital emocional digital. Las plataformas orientadas a la interacción visual y cotidiana mostraron niveles promedio más elevados de capital emocional, lo que podría asociarse a dinámicas de cercanía, expresividad y validación inmediata. En contraste, las redes de carácter más discursivo y controversiales presentaron niveles moderados, posiblemente vinculados a interacciones más críticas y polarizadas.

No obstante, la variabilidad interna observada en todas las plataformas indica que el capital emocional digital no se distribuye de manera homogénea, incluso dentro de un mismo entorno. Esto sugiere la coexistencia de experiencias de reconocimiento y exclusión, reafirmando que las redes sociales no constituyen espacios neutrales ni uniformes, sino escenarios complejos donde se reproducen y reconfiguran desigualdades sociales preexistentes. En conjunto, estos hallazgos aportan evidencia empírica a la discusión sobre el papel de las emociones en la construcción de jerarquías digitales y amplían el debate sobre los mecanismos contemporáneos de inclusión y exclusión social.

CONCLUSIONES

El presente estudio permite afirmar que las redes sociales digitales se han consolidado como infraestructuras sociales indispensables en la vida contemporánea, influyendo de manera significativa en los procesos de interacción, reconocimiento y construcción del prestigio social. A través del análisis cuantitativo realizado, se evidenció que el capital emocional digital constituye un recurso central en la experiencia de los usuarios, actuando como un mediador entre las dinámicas de interacción en línea y las percepciones de prestigio y exclusión social.

Si bien los resultados confirman que las redes sociales pueden amplificar experiencias de exclusión, comparación social e inseguridad emocional, estos efectos no deben interpretarse de manera unidimensional. Lejos de ser únicamente espacios de riesgo, las plataformas digitales funcionan también como escenarios de oportunidad, visibilidad y empoderamiento, especialmente para individuos y colectivos que históricamente han enfrentado barreras de acceso a espacios tradicionales de reconocimiento social. En este sentido, el capital emocional digital emerge como un mecanismo ambivalente, capaz tanto de reproducir desigualdades como de generar nuevas formas de inclusión simbólica y pertenencia social.

El análisis comparativo por tipo de red social puso de manifiesto que las plataformas presentan dinámicas emocionales diferenciadas, asociadas a sus formatos comunicativos y lógicas de interacción. Las redes orientadas a la expresión visual y cotidiana mostraron mayores niveles promedio de capital emocional digital, lo que sugiere que la cercanía, la expresividad y la validación inmediata pueden favorecer experiencias emocionales positivas. No obstante, incluso en estos entornos persisten dinámicas de comparación y evaluación constante que pueden intensificar inseguridades y percepciones de exclusión, reafirmando la complejidad del ecosistema digital.

Desde una perspectiva social más amplia, los hallazgos invitan a reflexionar sobre la necesidad de desarrollar competencias emocionales y digitales que permitan a los usuarios interactuar de manera más consciente y saludable en redes sociales. Las plataformas digitales, cada vez más integradas en ámbitos como la educación, el trabajo, la participación ciudadana y la construcción de identidad, poseen un enorme potencial para fortalecer vínculos sociales, difundir conocimiento y promover el reconocimiento social. Aprovechar este potencial requiere comprender y gestionar de forma crítica las dinámicas emocionales que subyacen a la interacción digital.

Finalmente, el estudio contribuye a la literatura al ofrecer evidencia empírica sobre el papel del capital emocional digital en la configuración de jerarquías sociales contemporáneas, destacando la importancia de abordar las redes sociales desde enfoques integradores y no exclusivamente problematizadores. Futuras investigaciones podrían profundizar en análisis longitudinales, incorporar variables algorítmicas y explorar estrategias de diseño de plataformas orientadas a reducir la exclusión simbólica y a potenciar experiencias digitales más equitativas y emocionalmente sostenibles.

REFERENCIAS

- [1] T. Pret, E. Shaw, and S. D. Dodd, "Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital," *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, vol. 34, no. 8, pp. 1004–1027, 2015, doi: 10.1177/0266242615595450.
- [2] W. F. Hanks, "Pierre Bourdieu and the practices of language," *Annual Review of Anthropology*, vol. 34, pp. 67–83, 2005, doi: 10.1146/annurev.anthro.33.070203.143907.
- [3] I. Buchanan, "Review of language and symbolic power, by P. Bourdieu, G. Raymond, and M. Adamson," *SubStance*, vol. 22, no. 2/3, pp. 342–344, 1993, doi: 10.2307/3685295.
- [4] D. P. Andrade, "Emotional economic man: Power and emotion in the corporate world," *Critical Sociology*, vol. 41, no. 4–5, pp. 785–805, 2013, doi: 10.1177/0896920513497376.
- [5] T. Tuten, "Book review: The culture of connectivity: A critical history of social media," *Journal of Advertising Education*, vol. 18, no. 1, p. 42, 2014, doi: 10.1177/109804821401800107.
- [6] T. Bucher, *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2018.
- [7] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, "Uses and gratifications research," *Public Opinion Quarterly*, vol. 37, no. 4, pp. 509–523, 1973, doi: 10.1086/268109.
- [8] J. B. Walther, "Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction," *Communication Research*, vol. 23, no. 1, pp. 3–43, 1996, doi: 10.1177/009365096023001001.
- [9] L. Festinger, "A theory of social comparison processes," *Human Relations*, vol. 7, no. 2, pp. 117–140, 1954, doi: 10.1177/001872675400700202.
- [10] H. Tajfel and J. C. Turner, "An integrative theory of intergroup conflict," in *The Social Psychology of Intergroup Relations*, W. G. Austin and S. Worchel, Eds. Monterey, CA, USA: Brooks/Cole, 1979, pp. 33–47.
- [11] J. Suler, "The online disinhibition effect," *CyberPsychology and Behavior*, vol. 7, no. 3, pp. 321–326, 2004, doi: 10.1089/1094931041291295.
- [12] A. A. Ramiah, M. Hewstone, and K. Schmid, "Social identity and intergroup conflict," *Psychological Studies*, vol. 56, pp. 44–52, 2011, doi: 10.1007/s12646-011-0075-0.
- [13] A. Deogracias, "Danah Boyd: It's complicated: The social lives of networked teens," *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 44, pp. 1171–1174, 2015, doi: 10.1007/s10964-014-0223-7.
- [14] R. H. Smith, "Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons," in *Handbook of Social Comparison*, J. Suls and L. Wheeler, Eds. Boston, MA, USA: Springer, 2000, doi: 10.1007/978-1-4615-4237-7_10.

- [15] J. H. Lin and P. Pena, "Are you following me? a content analysis of parasocial interaction in social media," *Computers in Human Behavior*, vol. 28, no. 3, pp. 860–867, 2012, doi: 10.1016/j.chb.2011.12.004.
- [16] S. Saldana Velasquez and P. O. Morales Salazar, "Community representation and social conflict management: Approaches for sustainable development," *Minerva*, vol. 6, no. 17, pp. 93–103, 2025, doi: 10.47460/minerva.v6i17.198.
- [17] C. J. Murillo Delgado, "The sustainable city and its influence on governance processes within an autonomous and decentralized government model," *Minerva*, vol. 6, no. 17, pp. 116–125, 2025, doi: 10.47460/minerva.v6i17.205.