

Julián Antonio Paniagua López

Curso de análisis de **REDES SOCIALES**

Metodología y
estudios de caso



eug

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos —www.cedro.org), si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© JULIÁN ANTONIO PANIAGUA LÓPEZ
© UNIVERSIDAD DE GRANADA
CURSO DE ANÁLISIS DE REDES SOCIALES.
METODOLOGÍA Y ESTUDIOS DE CASO
I.S.B.N.: 978-84-338-5473-5. Depósito legal: Gr./3.461-2012
Edita: Editorial Universidad de Granada.
Campus Universitario de Cartuja. Granada.
Fotocomposición: Portada Fotocomposición, S. L. Granada.
Diseño de cubierta: Josemaría Medina.
Imprime: Gráficas La Madraza, Albolote, Granada.

Printed in Spain

Impreso en España

136	4. Caminos.....
142	5. Análisis de la cohesión de la red. Densidad.....
144	6. Análisis de la cohesión de la red. Puntos de corte.....
147	7. Análisis de la cohesión de la red. Subgrupos.....
160	8. Equivalencia estructural.....
169	9. Análisis de los eventos (two-mode).....
176	10. Conclusión del artículo. Regreso a las preguntas iniciales y a la hipótesis.....
179	BIBLIOGRAFÍA COMENTADA.....
180	1. Bibliografía básica del análisis de redes sociales.....
188	2. Manuales de UCINET.....

ÍNDICE

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS.....	7
PRÓLOGO: OBJETIVOS DE ESTE LIBRO.....	9
INTRODUCCIÓN.....	15
1. Definición.....	15
2. Origen del análisis de redes sociales.....	22
3. El análisis de redes ¿es un método científico más o un nuevo paradigma explicativo?.....	27
LOS CONCEPTOS BÁSICOS: LA TEORÍA DE GRAFOS.....	33
1. Grafos simples o no orientados.....	34
2. Grafos orientados o dígrafos.....	44
3. Matrices (one-mode).....	52
4. Medidas de centralidad: grado, cercanía e intermediación.....	54
5. Cohesión de la red. Análisis de los subgrupos.....	61
6. Adhesión y solapamiento de grupos (two-mode).....	73
7. Roles y posiciones.....	76
ELABORACIÓN DE LA MATRIZ. ACTORES, ATRIBUTOS Y VÍNCULOS.....	89
1. Planteamientos previos y recogida de datos reticulares.....	89
2. Definición de actores y atributos.....	97
2. Relaciones.....	100
EXPLICACIÓN DE LA RED.....	123
1. Medidas de centralidad: Grado.....	125
2. Medidas de centralidad: Intermediación.....	128
3. Medidas de centralidad: Cercanía.....	132

4. Caminos.....	136
5. Análisis de la cohesión de la red. Densidad.....	142
6. Análisis de la cohesión de la red. Puntos de corte.....	144
7. Análisis de la cohesión de la red. Subgrupos.....	147
8. Equivalencia estructural.....	160
9. Análisis de los eventos (two-mode).....	169
10. Conclusión del artículo. Regreso a las preguntas iniciales y a la hipótesis.....	176

BIBLIOGRAFÍA COMENTADA..... 179

1. Bibliografía básica del análisis de redes sociales.....	180
2. Manuales de UCINET.....	188

SEGUNDA PARTE. ESTUDIO DE CASO:

REDES CLIENTELARES EN EL TRABAJO..... 193

1. Planteamiento del problema e hipótesis de trabajo.....	193
2. Metodología y recogida de datos.....	199
3. Las condiciones psicosociales y el clima laboral.....	201
4. La organización formal.....	205
5. Relaciones informales.....	210
6. Equivalencia estructural.....	214
7. Análisis de la hemeroteca.....	217
8. Explicación cualitativa de la red clientelar.....	227
9. Conclusión.....	231
10. Bibliografía.....	235

EJERCICIOS PRÁCTICOS..... 241

1. Primer ejercicio: Como estudiar una red social de internet.....	241
2. Segundo ejercicio: Estudio de la organización formal de una empresa.....	244