



REDES SOCIALES

Una red social es un conjunto de nodos (personas, organizaciones y otras entidades sociales) que con las conexiones activas que los ligan (relaciones, confianza, entendimiento mutuo, valores compartidos, comportamientos e intercambio de información), posibilitan la acción cooperativa (Wasserman, 1994) Respecto a los individuos, adquieren una notable importancia, pues sirven de apoyo emocional, proporcionan contactos, son fuentes para la creación de alternativas, experimentación de nuevas ideas y orientación o posibilidad de formación. En cierto modo son un punto intermedio entre las necesidades individuales y el tejido social (Zimmermann, 2004)

En las organizaciones existen redes de relaciones informales entre empleados, que reflejan de manera más fiel la forma en que se desarrolla el trabajo, que las redes de relaciones establecidas por la estructura formal (Borgatti, 2002). Por tanto, es necesario alcanzar un entendimiento de estas estructuras: cómo trabajan, su impacto en la organización, beneficios e inconvenientes y cómo pueden ser gestionadas.

El análisis de redes sociales (SNA) surge como una herramienta invaluable para entender la naturaleza de las redes informales críticas para el éxito de la organización. Dicho análisis, es un método de diagnóstico para coleccionar y procesar datos, acerca de los patrones de relación entre las personas en grupo, de manera que los puntos críticos dentro de una red, se puedan valorar e intervenir (Anklam, 2003; Cross, 2002)

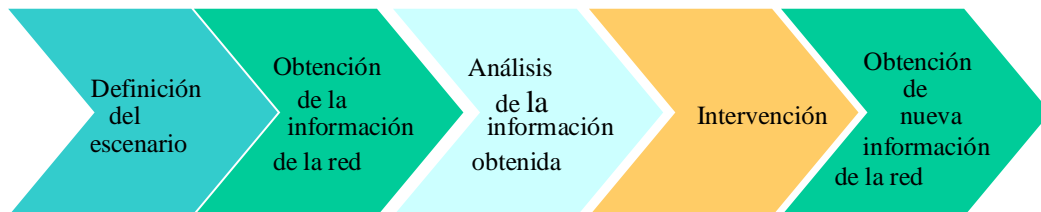
Algunos de los indicadores mas utilizados en el análisis de redes sociales son:

Indicador	Descripción
Degree (Grado)	Cantidad de enlaces o conexiones directas de un nodo. Especificando la dirección se tiene grado de entrada (indegree) o lazos que llegan a un nodo y grado de salida (outdegree) o lazos que salen de un nodo.
Betweenness (Grado de intermediación)	Indica el número de veces que es necesario pasar por cada nodo para poder conectar otros dos, se hace contando los geodésicos (camino más cortos entre 2 nodos) existentes en la red y, luego las veces que aparece cada nodo en ellos. Esta medida enfatiza el poder de los nodos para conectar recursos.
Closeness (Cercanía)	Índice de la cercanía de un nodo con el resto de la red. Se calcula la suma de geodésicos que unen a cada vértice o nodo con el resto y se calcula su inversa.

Tabla 1. Indicadores de redes sociales. A partir de Hanneman (2001), Molina (2002), Sunbelt (2001), Wasserman (1994)



El método para el análisis de redes incluye la definición de un escenario donde se propone un objetivo para el proyecto respecto a un problema identificado o un objetivo de negocio (Anklam, 2003). Luego, se identifica el grupo o grupos a participar en el proyecto (Cross, 2002). Seguidamente, se registra la información necesaria para determinar las relaciones entre los grupos o individuos. Existen diferentes métodos para obtener la información de una red a partir de: e-mails, la observación personal a través del tiempo y la realización de encuestas, entre otros (Borgatti, 2002)



Finalmente, se realiza el análisis de la información recopilada para ello, se pueden emplear diferentes herramientas de software.

Método para el Análisis de redes sociales.

El resultado del análisis es la identificación de las redes informales de alto impacto dentro de la estructura formal de la organización, así como los criterios que conduzcan a nuevas entrevistas, con el objeto de asegurar que los datos recolectados puedan ser presentados en contexto y sirvan como base para la planeación de acciones sobre la red. Dichas acciones, son denominadas intervenciones en el sentido que alteran o cambian los patrones de relación existentes en la organización. Anklam (2003) define tres tipos de intervenciones en el contexto del SNA:

- Estructural: Modifica la organización al introducir personal en nuevos roles específicos para asistir la transferencia de conocimiento.
- Desarrollo de redes de conocimiento: Dependiendo del contexto, la organización puede acelerar la adopción de tecnologías para soportar gestión y localización de expertos, foros virtuales colaborativos, mensajería instantánea o la conformación y estimulación de comunidades de práctica, entre otros.
- Individual: Cada individuo observa su posición dentro del mapa de relaciones y correlaciona sus percepciones o intuiciones con el contexto del mismo, de manera que toma sus propias acciones, de manera pública o privada.

El análisis de redes aplicado a la gestión del conocimiento puede generar los siguientes beneficios (Anklam, 2003):

- Mejora el flujo de conocimiento: Disminuye el tiempo que toma una persona para localizar el conocimiento necesitado en su trabajo.



- Fortalece la habilidad de la organización para innovar y responder a cambios del entorno: el SNA provee entendimiento acerca de los cambios que pueden mejorar el intercambio de conocimiento y el acceso persona a persona.
- Facilita la asignación de personal a proyectos: El identificar a las personas que son críticas en el flujo de información de una red, puede conducir a asignar roles que apalanquen el diseño apropiado de actividades y el trabajo en equipo.
- Valora la efectividad de la estructura formal de la organización

Bibliografía

ANKLAM Patty. (2003) KM and the social network. Knowledge management Magazine. Vol 6, Issue 8.

BORGATTI, P.; CROSS, R.; PARKER, A. (2002) Making Invisible work visible: using social network analysis to support strategic colaboration. California management Review. Vol 44 No 2

WASSERMAN, S. & FAUST, K. (1994) Social network analysis: Methods and applications. Cambridge University Press. Cambridge.

ZIMMERMANN, A. (2004) La gestión de redes. Caminos y herramientas. Ediciones Abya-Yala. Quito

Tomado de:

METODOLOGÍA PARA LA UTILIZACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN TICS
UTILIZANDO AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE

Conciencias

ETB

Universidad de los Andes