

# RODRÍGUEZ, Armando y Morera, Dolores

(JGC)

## PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

### 1. Información bibliográfica.

- a. Del libro reseñado

RODRÍGUEZ Pérez, Armando y Dolores Morera Bello, El Sociograma. Estudio de las relaciones informales en las organizaciones, 1ª edición, Madrid, Ediciones Pirámide, 2001, 180 páginas

### 2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Sistémica
- b. Fuentes. Psicología Social
- c. Comunicología. Estructuración
- d. Macro-objeto. Sociedad
- e. Objeto específico. Redes

## SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

### 3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Fuera-fuera
- b. Época. Siglo XXI. Desarrollo del espacio conceptual
- c. Región. Europa

### 4. Contenido de la obra.

- a. Género. Método
- b. Índice de la obra.

|   |    |
|---|----|
| Prólogo (María Nieves Quiles del Castillo)  | 15 |
| Presentación  | 19 |
| 1. La importancia de los grupos en nuestra identidad y en nuestras relaciones (Rosaura González Méndez y Ana Puy Rodríguez) | 23 |
| 1.1 El grupo como espacio de identidad y relaciones   | 23 |
| 1.2 Las relaciones informales en el grupo   | 26 |
| 2. La estructura interna de los grupos (Armando Rodríguez Pérez)  | 31 |
| 3. El Sociograma, una técnica útil para representar las relaciones informales (Armando Rodríguez Pérez)                     | 43 |
| 3.1 Cuándo aplicar el test sociométrico   | 43 |
| 3.2 El diseño del test sociométrico   | 44 |
| 3.2.1 El criterio sociométrico como estímulo discriminativo   | 44 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 3.2.2 | Número de preguntas a hacer con el criterio escogido                                    | 47  |
| 3.2.3 | Número de respuestas permitidas a las preguntas sociométricas                           | 50  |
| 3.2.4 | La percepción de elecciones y rechazos o el sociograma “subjetivo”                      | 50  |
| 3.3   | La administración del test sociométrico   | 51  |
| 4.    | La organización de los resultados (Armando Rodríguez Pérez)                             | 55  |
| 4.1   | Anotación de la primera pregunta (elecciones)   | 58  |
| 4.2   | Anotación de la segunda pregunta (rechazos)   | 61  |
| 4.3   | Anotación de la tercera pregunta (expectativas de elección)                             | 63  |
| 4.4   | Anotación de la cuarta pregunta (expectativas de rechazos)                              | 65  |
| 5.    | Los índices verticales (Armando Rodríguez Pérez)  | 67  |
| 5.1   | La suma de elecciones recibidas (SER)   | 68  |
| 5.2   | El número de elecciones recibidas (NER)   | 69  |
| 5.3   | La suma de rechazos recibidos (SRR)   | 70  |
| 5.4   | El número de rechazos recibidos (NRR)   | 71  |
| 5.5   | El número de expectativas positivas individuales (XPI)                                  | 72  |
| 5.6   | El número de expectativas positivas individuales acertadas (XPIA)                       | 73  |
| 5.7   | El número de expectativas negativas individuales (XNI)                                  | 74  |
| 5.8   | El número de expectativas negativas individuales acertadas (XNIA)                       | 75  |
| 5.9   | El número de recíprocas positivas (NRP) y el número de recíprocas negativas (NRN)       | 76  |
| 5.10  | El número de falsas expectativas positivas y negativas (NFX)                            | 82  |
| 5.11  | El número de sentimientos opuestos (NSO)  | 83  |
| 6.    | Los índices horizontales (Armando Rodríguez Pérez)                                      | 85  |
| 6.1   | El número de elecciones emitidas (NEE)  | 86  |
| 6.2   | El número de rechazos emitidos (NRE)  | 87  |
| 6.3   | El número de expectativas positivas del grupo (XPG)                                     | 88  |
| 6.4   | El número de expectativas negativas del grupo (XNG)                                     | 89  |
| 7.    | Los índices de grupo y su estandarización (Armando Rodríguez Pérez)                     | 91  |
| 7.1   | El cálculo de los índices totales   | 91  |
| 7.2   | Estandarización de los índices del grupo  | 93  |
| 7.3   | Cálculo de la significación de los valores NER y NEE                                    | 101 |
| 8.    | Modelos de representación sociométrica (Armando Rodríguez Pérez y Dolores Morera Bello) | 105 |
| 8.1   | Modelos de estructura   | 106 |
| 8.2   | Las elecciones recíprocas   | 109 |
| 8.3   | Los rechazos recíprocos   | 111 |
| 8.4   | Las primeras elecciones y rechazos  | 113 |

|  |     |
|--|-----|
| 9. La representación sociométrica individual (Armando Rodríguez Pérez y Dolores Morera Bello)          | 115 |
| 9.1 La representación sincrónica   | 115 |
| 9.2 La representación de la distancia social   | 119 |
| 10. El informe sociométrico en el contexto escolar (Dolores Morera Bello)                              | 123 |
| 10.1 Contexto social del grupo   | 124 |
| 10.1.1 Situación geográfica y socioeconómica   | 124 |
| 10.1.2 Descripción del centro  | 125 |
| 10.2 Descripción del grupo   | 126 |
| 10.3 La aplicación del test sociométrico   | 129 |
| 10.3.1 Instrucciones   | 129 |
| 10.3.2 Incidencias en la aplicación  | 131 |
| 10.4 La interpretación de la sociomatríz   | 132 |
| 10.4.1 Índices verticales  | 133 |
| 10.4.2 Índices horizontales  | 136 |
| 10.5 Representaciones gráficas del sociograma  | 137 |
| 10.5.1 Sociograma de elecciones recíprocas   | 137 |
| 10.5.2 Sociograma de rechazos recíprocos   | 139 |
| 10.5.3 Sociograma de la primera elección   | 140 |
| 10.5.4 Sociograma del primer rechazo   | 141 |
| 10.6 Análisis individuales   | 142 |
| 10.6.1 Informe de Juan   | 142 |
| 10.6.2 Informe de Ana  | 143 |
| 10.6.3 Representación de la distancia social de Ana  | 144 |
| 10.7 Consejos de intervención  | 146 |
| 10.7.1 Unificar el grupo   | 146 |
| 10.7.2 Liderazgo compartido  | 147 |
| 10.7.3 Integración de los miembros del grupo   | 147 |
| 11. El informe sociométrico aplicado a la organización (Rosa Isla Díaz y Gladis Rolo González)         | 149 |
| 11.1 La importancia del test sociométrico para el estudio de los grupos en las organizaciones sociales | 149 |
| 11.2 Contexto organizacional del grupo   | 151 |
| 11.2.1 Situación geográfica y entorno físico organizacional  | 151 |
| 11.2.2 Descripción de la organización  | 151 |
| 11.3 Descripción del grupo   | 154 |
| 11.4 La aplicación de la prueba sociométrica   | 157 |
| 11.4.1 Instrucciones   | 158 |
| 11.4.2 Incidencias en la aplicación  | 159 |
| 11.5 Interpretación de la sociomatríz  | 160 |
| 11.5.1 Interpretación de los índices verticales  | 162 |
| 11.5.2 Interpretación de los índices horizontales  | 164 |
| 11.6 Representaciones gráficas del sociograma  | 165 |
| 11.6.1 Sociograma de elecciones recíprocas   | 165 |
| 11.6.2 Sociograma de rechazos recíprocos   | 167 |

|  |     |
|--|-----|
| 11.6.3 Sociograma de la primera elección             | 168 |
| 11.6.4 Sociograma del primer rechazo                 | 169 |
| 11.7 Análisis individuales                           | 170 |
| 11.7.1 Informe de José                               | 171 |
| 11.7.2 Informe de Toño                               | 172 |
| 11.7.3 Informe de Rafa                               | 173 |
| 11.7.4 Representación de la distancia social de Toño | 174 |
| 11.8 Conclusiones y propuesta de intervención        | 176 |
| Referencias Bibliográficas                           | 179 |

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice. Este es un libro técnico, introduce la tecnología de análisis del Sociograma, técnica por medio de la cual se pueden lograr representaciones de las relaciones sociales en grupo, a partir de la cercanía o lejanía de los miembros entre sí, por atracción o rechazo, por simpatía o antipatía. El texto lleva de la mano al lector. Primero presenta un esquema sintético de sociología de grupos, psicología social de organizaciones. Después hace una aproximación general a la tecnología. El cuerpo de la obra se dedica a la confección del análisis, el protocolo de las preguntas, la construcción de los índices, y la forma de representación del análisis y la presentación de resultados. Dos casos concretos se presentan a manera de ejemplos, uno en el contexto escolar, y otro en un grupo laboral de una organización. El resultado es completo, presentación de la tecnología, desarrollo de un esquema analítico, ejemplos de análisis.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante? Al ser un texto técnico es muy difícil seleccionar una parte sobre las otras. Quizás la primera, donde se presentan las bases conceptuales para mostrar la utilidad y la necesidad de la tecnología, sirva a un interés de introducción inicial al tema. Y por otra parte los casos ejemplares muestran cómo opera el aparato analítico a aquellos que ya tienen una noción del asunto. Para los más técnicos están los capítulos intermedios, donde se muestra como se construye el proceso de análisis.

## **TERCERA PARTE: COMENTARIO**

### **5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.**

Este es un libro de Psicología social, quizás de Sociología de los grupos, pero no de comunicación en el sentido formal académico dominante. Por otra parte, la comunicación académica se la pasa haciendo afirmaciones y generalizaciones a partir de poca información empírica, sobre todo en el caso de la interacción en los grupos sociales. Este es un texto que resuelve en parte esa necesidad, cómo medir, como percibir las relaciones sociales. En este

sentido es un libro técnico para el desarrollo de las dimensiones de interacción y de estructuración de una Comunicología posible.

#### **6. Importancia social (fama, presencia en el campo).**

Como la interacción es algo que ocupa poco al campo académico de la comunicación, un libro sobre las relaciones sociales empíricas le interesa poco. Y por otra parte el texto es relativamente reciente, lo cual hace aún más lejana su percepción y aprovechamiento. El campo académico de la comunicación no se interesa sobre la comunicación entre la gente, todo es macro, los medios, la empresas, la globalización. La economía política y la Sociología de lo macro son aún más pertinentes que la Psicología Social.

#### **7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.**

Los autores son dos psicólogos sociales españoles. Su campo está lejos de campo académico mediático de la difusión masiva. Ambos trabajan en la Universidad de La Laguna en Tenerife, Canarias. Su espacio es la Psicología, y su interés las relaciones interpersonales, es decir la comunicación que no interesa al campo académico de la comunicación.