

# Transferencia de conocimiento, comunicación e innovación social: relaciones y posibilidades en la construcción de sociedades del bienestar

[JOSÉ HERNÁNDEZ-ASCANIO]

Universidad de Córdoba, España / n72heasj@uco.es

## COPIA DEL AUTOR [RESUMEN]

Los fenómenos de innovación social han ido ocupando un creciente interés en el ámbito académico, en la medida en que este fenómeno ha pasado a ocupar un lugar preminente en las prácticas sociales, especialmente en un momento en el que la crisis de la última década ha urgido a la búsqueda de respuestas creativas y novedosas en la respuesta a las necesidades y demandas sociales. Sin duda el fenómeno de la innovación social se encuentra en constante evolución, evidenciando un dinamismo que precisa de nuevas premisas para su estudio. Hasta el momento, el análisis de los procesos de innovación social se ha hecho desde diferentes disciplinas y enfoques pero en la actualidad precisan de una nueva agenda que amplíe los aspectos que hasta el momento se han tenido en cuenta, como por ejemplo evidencia el vacío existente en los análisis que abordan el proceso de comunicación social y apropiación colectiva de estos conocimientos, lo que, por otra parte, los define como verdaderas innovaciones sociales.

La presente comunicación aspira a cubrir esta ausencia, y para ello se lleva a cabo una revisión sistemática de la literatura científica en torno a esta temática, apuntando algunos elementos que pueden ser interesantes a fin de ser tenidos en cuenta en la discusión de esta temática.

## INTRODUCCIÓN

La innovación social es un fenómeno que, pese a tener plena vigencia tanto desde el punto de vista académico–científico como el de las prácticas sociales, se caracteriza por dar cobertura a una amplia gama de definiciones, actores y contenidos de tal forma que hasta el presente ha resultado prácticamente imposible establecer más allá de una serie de rasgos comunes que se pueden resumir en los indicados por Conejero (2016). Para este autor, la innovación social se caracterizaría por:

- Satisface necesidades humanas no atendidas, ya sea por escasez de recursos, por cuestiones de oportunidad política, o bien porque su importancia no sea percibida ni para el sector privado ni para el sector público.
- Origina cambios en las relaciones sociales, especialmente con respecto a la gobernanza, ya que incrementan los niveles de participación, en general, y más concretamente de los grupos más vulnerables de la sociedad.
- Acrecienta la capacidad socio-política y el acceso a los recursos necesarios para fomentar el empoderamiento ciudadano.
- Se desarrolla mediante un proceso que emerge desde la base de la ciudadanía (bottom-up).

Como vemos, el trasfondo de la innovación social podría decirse que busca la creación y promoción de contextos de bienestar social a partir ya sea de la construcción de un conocimiento de carácter colaborativo o partir de la orientación social de conocimientos generados en entornos particulares, de tal forma que ocurra un fuerte impacto en las necesidades, demandas o intereses de transformación estructural de la sociedad. La generación de este alto impacto sólo puede darse a partir de un proceso de socialización (de comunicación social) de esos nuevos conocimientos / herramientas / metodologías producidas.

Pese a la gran importancia del proceso de socialización de la innovación social, descubrimos que existe una carencia de estudios que aborden cómo los modelos de innovación social prevén llevar a cabo a esta función. Es, por ello, que el presente trabajo pretende cubrir, en parte, esta carencia a partir de una revisión sistemática de la literatura científica.

## RESULTADOS

La revisión de la literatura pone de manifiesto que la mayoría de las investigaciones se centran en estudios de caso individuales, por lo que resulta difícil proyectar procesos más amplios o etapas de la innovación social, y en gran parte se centran en los momentos tempranos en los que se producen la ideación y la creatividad o en las etapas

últimas en las que se lleva a cabo la difusión y el escalamiento. Entre estos dos grandes momentos nos encontramos con un vacío en los estudios, dejando sin resolver el estadio de aplicación, en la cual las nuevas ideas generadas se convierten en útiles y se hacen sostenibles en sus diferentes dimensiones (Davies, 2012).

Los diferentes elementos inherentes a los procesos de innovación social son uno de los ámbitos de estudio teórico menos abordados en la literatura sobre innovación social (Caulier-Grice et al., 2012; Brackertz, 2011). Según Mulgan (2006), el proceso de innovación social es poco explorado en sus diferentes dimensiones, proporcionando un vacío teórico que es preciso cubrir. Él afirma que las estrategias para apoyar la innovación tecnológica son numerosas frente a las que se desarrollan en el ámbito de la innovación social, visibilizando que existe un déficit de estrategias compatibles para comprender y apoyar el proceso de innovación social. Mulgan será de los primeros autores en prestar atención a la cuestión del proceso nos encontramos con Mulgan (2006), a quien ampliarán posteriormente algunos de sus colaboradores (Cunha; Benneworth, 2013). En la siguiente tabla presentamos un cuadro resumen, a modo de comparación, de los procesos de innovación social más frecuentemente descritos en la literatura científica y que han sido objeto de mayores sistematizaciones.

PROCESOS DE INNOVACION SOCIAL			
Mulgan et Al (2007)	Murray, Caulier – Grice (2010)	Neumeier (2012)	Comisión Europea (2013)
	Demandas	Problematización	
		Expresión de intereses	
		Delimitación	
Generación de ideas	Propuestas		Ideas
Prototipo	Pilotos – prototipo		Prototipo
			Implementación
	Sostenibilidad		
	Ampliación		Escaling
Evaluación			
Aprender			
	Cambio sistémico		

**Tabla 1** - Resumen de los Procesos de Innovación social. Fuente: Elaboración propia.

En las iniciativas de innovación social las demandas sociales son el principal elemento desencadenante (Schachter; Alcántara; Matti, 2012) y se dedican especiales esfuerzos a lograr la movilización en implicación de un mayor y más diverso número de diferentes actores de tal forma que se puedan establecer redes de colaboración. Estas redes de colaboración son de una gran importancia puesto que los beneficiarios de las soluciones normalmente se relacionan durante todas las etapas, fenómeno que no se hace presente en innovaciones más tradicionales o en las relacionadas con el ámbito del negocio y de la empresa. Así mismo, estas redes de colaboración son el principal mecanismo a partir del cual se lleva a cabo la comunicación social de la innovación

de tal forma que se pueda llevar a cabo realmente una apropiación social de la misma. Esta dinámica plantea serias dificultades como pueden ser la debilidad y estabilidad de esas redes de colaboración, el riesgo de “encapsulamiento” del conocimiento en circuitos cerrados o con poca permeabilidad social y el déficit de herramientas de comunicación por parte de los actores implicados a la hora de plantear un proceso planificado de difusión de las innovaciones sociales.

Por último, habría que señalar que en la comparativa entre los procesos relacionados con las innovaciones tradicionales y las innovaciones sociales, en la etapa de difusión, las innovaciones sociales precisan de una menor inversión ya que los resultados positivos tienen una mayor facilidad para difundirse de una manera autónoma o a través de canales menos costosos.

## CONCLUSIONES

La innovación social supone en la actualidad un ámbito de interés en el que confluyen tanto el mundo académico, la esfera pública y la ciudadanía ya que se descubre en él una capacidad potencial para generar procesos y dinámicas de gran impacto social. La innovación social surge con la vocación de mejorar las condiciones vida de la ciudadanía mediante la mejor, mayor y más eficiente cobertura de sus necesidades, de sus demandas y en última instancia, de los entornos estructurales en los que se encuentran insertos.

Pese a constituirse en un ámbito que ha generado un amplio interés por parte de diferentes actores sociales y que se ha visto acompañado de un fuerte respaldo institucional a diferentes niveles, no es un fenómeno en el que se puedan encontrar consensos en cuanto a su caracterización, su ámbito de aplicación o a los modelos a los que debe ajustarse. Es por ello que nos encontramos ante un fenómeno fuerte en lo que conlleva prácticas sociales, pero débil en cuanto a la posibilidad de sistematización. Un elemento escasamente tenido en cuenta en la elaboración teórica de este fenómeno es el de los mecanismos, estrategias y elementos asociados a la difusión y apropiación social de estas “emergencias sociales” a fin de convertirse en auténticas innovaciones sociales. Todos los modelos teóricos reconocen, aunque de una forma desigual, la necesidad de una fase de escalabilidad y replicación de las prácticas de innovación social para constituirse verdaderamente en innovaciones sociales.

Un condicionante en esta fase crucial del proceso es que dicha comunicación social se suele dar a través de redes temáticas o sectoriales entre los actores participantes, con poca capilaridad social, por lo que se produce una comunicación deficitaria. Estas redes no cuentan con estrategias planificadas de comunicación y suelen ser de carácter frágil y muy dependientes del contexto social y cultural en el que aparecen. Sin embargo, un elemento que se descubre como potencial recursos de difusión es el de las nuevas tecnologías, lo que permite abaratamiento de costos, mayor dinamismo en el proceso de circulación de la información y un contacto más directo entre el actor

responsable del proceso creativo de la innovación social y otros actores cuyos roles van desde el testeo de dicha producción a potenciales beneficiarios de la misma.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. (2011): “Innovación social, conceptos y etapas”, *Daena, International Journal of Good Conscience*, 6(2), 134-148.
- Bonilla, n. y Rojas, a (2012): “Una revisión de las tendencias en investigación sobre la innovación social: 1940 – 2012”, Mimeo.
- Christensen, C. M., Baumann, H. Ruggles, R, y Sadtler, T.M. (2006): “Disruptive innovation for social change”, *Harvard Business review*, 84(12), 94-101.
- Cloutier, J. (2003): “Qu’est-ce que l’innovation sociale?”, *Collection Études Théoriques No ET0314, CRISES*.
- Conejero, E. (2016): “La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos”, *Gestión y Análisis de Políticas Públicas, nueva Época – n.15, enero-junio 2016*.
- Echeverría, J. y Gurrutxaga, A. (2012), *La luz de la Luciérnaga*, Plaza y Valdés, Madrid.
- Georges, G. (2011): *Disruptive Logic: A New Paradigm For Social Change*, Harvard Kennedy School.
- Heiskala, R. (2007): “Social innovations: structural and power perspectives”, en T. Hämäläinen, y R. Heiskala, R, (Eds): *Social innovations, institutional change and economic performance. Making sense of structural adjustment processes in industrial sectors, regions and societies*, SITRA, Finland.
- Hernandez – Ascanio, J., Tirado - Valencia, P. y Ariza – Montes, J.A. (2016) “El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos “ en CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 88, pp. 165 – 199.
- Hillier, J, Moulaert, F. y Nussbaumer, J. (2004): “Trois essais sur le rôle de l’innovation sociale dans le développement territorial”, *Géographie, Économie, Société*, 2(6), pp. 129-152.
- Morales, A. (2008): “Claves para comprender la innovación social” en *La innovación social, motor de desarrollo de Europa*. 12(1), 13 - 38.
- Mulgan, G. (2006): *The process of social innovation*, *Innovations*, 7(1), 145 - 162.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., y Sanders, B. (2007): *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, The Young Foundation, London.
- Murray, R, Caulier, J, y Mulgan, G. (2010): *The open book of social innovation*, The Young Foundation, London.

- Schachter, M., Matti, C. y Alcántara E. (2014): Fostering Quality of Life through Social Innovation: A Living Lab Methodology Study Case, Review of Policy Research, V.29, nº 6, 672- 692

COPIA DEL AUTOR