

PRESENTACIÓN

Ander Gurrutxaga

Hay mucho que decir alrededor del concepto de innovación social. En primer lugar, citar esa palabra o manejar el concepto significa reconocer que es un valor importante en el siglo XXI. Se habla y se escribe de él desde múltiples perspectivas; como proceso empresarial, como mecanismo de competitividad, como nexo de unión entre el mundo del conocimiento y el mundo productivo o como recurso para fomentar el cambio institucional. No faltan quienes relacionen la innovación con una forma de vivir la vida y de ajustarla a las mutaciones del presente.

Hay que diferenciar *tipos, ámbitos y dimensiones* relacionadas con la idea de innovación: tecnológica, de gestión empresarial, institucional, política, social y/o cultural; la innovación pasa por *fases*; existen *metodologías* para canalizarla según el campo de acción y el ámbito de que se trate; es el fruto de la confluencia de *recursos, fuentes y mecanismos*, transita por *recorridos* específicos en cada uno de los espacios y ámbitos en los que se expande.

La pragmática de la innovación contiene contextos y condiciones necesarias, pero también condicionamientos y límites. En unos casos, el mundo económico encuentra límites para *crear innovando*. En otros, los orígenes son estructurales, entre las expectativas creadas y las oportunidades construidas no hay relación. No debemos obviar que, en muchos casos, el papel del individuo en la estructura laboral no es lo nítida que se supone. El resultado redefine la relación entre el individuo, el trabajo y la empresa. Otros *peligros* proceden de los procesos de cambio en el seno de las organizaciones corporativas. Sus llamadas para aceptar las reglas del cambio, la interiorización del riesgo, las oportunidades que crea o la flexibilidad de su *modus operandi* no parecen argumentos suficientes.

Por otra parte, hay individuos que no viven en contextos de innovación, ciudades creativas o territorios inteligentes ni participan en las industrias o servicios que gestionan la producción de conocimiento. Es frecuente que para los

PRESENTATION

individuos que hacen trabajos reiterativos, precarios o mal pagados, el problema es cómo pertenecer al *club de los innovadores*. Valores del discurso como la creatividad, la dedicación, la pasión o la autotransformación pueden rellenar el manual de *"buenas intenciones"*, los protocolos de buenas prácticas o los libros de autoayuda, pero no son valores que coticen en situaciones precarias.

Uno de los problemas en los estudios de innovación es el espacio que dedican a tratar los condicionamientos de los objetivos que persiguen los ciudadanos, se repara poco en el modo cómo se transforma la *pasión creativa en pasión innovadora*, cuáles son las condiciones estructurales –objetivas y subjetivas– que hacen posibles la creatividad y las que se corresponden con las innovaciones de continuidad, mejora o ruptura o la innovación que fracasa.

Hay que estar atentos a lo que crea la innovación, de qué se impregna, con qué se asocia y qué produce. Darla por supuesto, creer que su nombre cubre el espectro necesario es devolverla a estadios embrionarios. Cuando se recurre al conocimiento tecnológico, la economía de la innovación, el Manual de Oslo o los indicadores de transferencia tecnológica surgen, a la vez, cada vez con más fuerza propuestas de que hay aspectos, ámbitos, dimensiones, agentes, agencias o procesos que tienen un desenvolvimiento distinto al tecnológico, que los mundos que *mueve* la sociedad permiten que otras respuestas aparezcan entre los objetivos que persiguen, por ejemplo, el bienestar, la calidad de vida. El manejo del tiempo y el ocio son fines que canalizan formas, fuentes y procedimientos de innovación.

El conocimiento innovador no se para *en la puerta de la casa de cada cual*, ni es sólo tecnológico ni se traduce en balances de contabilidad económica, sino que sirve para *vivir* y la innovación social representa *la vida*, la adecuación plagada de expectativas y oportunidades donde lo que prima es la calidad de los procesos que constituyen y el bienestar. Estamos lejos de los adagios de Von Hayek, las

pretensiones de Milton Friedman, la racionalidad paradójica de la destrucción creativa de Schumpeter o los *animales espirituales* keynesianos, sencillamente estamos ante otra lógica, ante por ejemplo, la fuerza de las emociones, los afectos, el ocio, la diversión, la fiesta o de valores sociales como la responsabilidad, la creatividad, las buenas prácticas o la sostenibilidad, por citar algunos de los conocidos ¿por qué negarlos?

El juego de la innovación social es el juego de lo social, el juego sobre todo, aunque no exclusivamente, de los intangibles, es decir, la emergencia de aquello que define, describe y explica que la economía o la tecnología no dan razón de todo. Otras lógicas, otros objetos y otros objetivos, emplazan a comprender que la calidad de vida, el bienestar, los juegos del ocio, las relaciones generacionales, la salud, los valores o las emociones –por citar algunos de los más importantes– tienen un *lugar bajo el sol* y que de eso es de lo que se ocupa la innovación social. La historia y las experiencias exitosas indican que ésta se asocia con la capacidad de experimentar, aprender, crear conocimiento y transferirlo a otros grupos e individuos, creando cadenas invisibles formadas por miles de hilos que atan, disputan, unen y cohesionan instituciones, organizaciones y sociedades.

Este número de la revista *Arbor* pretende ser un encuentro múltiple alrededor de cuestiones, situaciones y ámbitos donde se mueve la innovación social. Este número es una ventana a la que uno se asoma y presencia como por *la calle* desfilan situaciones, hechos o cuadros donde priman la diversidad y donde cada una de ellas por sí mismas tiene sentido, pero el valor se reconoce y refleja en el conjunto y en las interdependencias. Hemos intentado olvidarnos de la búsqueda de la coherencia plana. Por supuesto, tan siquiera hemos pretendido cerrar los temas que se abren detrás de cada artículo.

El número presenta diferentes cuadros sobre la innovación social. Se presenta dividido entre tres grandes apartados. La primera parte, introduce la dimensión histórica de la innovación. Manuel González Portilla y J. Urrutikoetxea –dos historiadores de los tiempos contemporáneos– escriben un artículo titulado, *“Desconcierto del tiempo presente y retos del futuro: algunas claves orientativas”*. En él trazan un cuadro –rico y sistémico– donde los soportes y anclajes de la innovación se encuentran con la industrialización, el

tránsito humano que auspicia la demografía y el que retrata la ciudad en sus transformaciones urbanas de ruptura. Ciertamente, la orientación de la propuesta permite pensar los soportes sobre los que se erigen las columnas que soportan la praxis y el discurso de la innovación. La historia traza límites, condiciones y condicionamientos, es decir, el campo de juego donde la innovación social se erige y se hace posible, pero que a la vez condiciona las preguntas y las respuestas que ofrece el hecho de la transformación socio estructural del tiempo histórico.

Los cuatro artículos siguientes componen la segunda parte del texto, titulada *“Rostros y Sentidos de la Innovación Social”*. En el primero, Javier Echeverría y Lucía Merino, analizan el proceso de implantación de la innovación social siguiendo las huellas de los discursos institucionales en el contexto europeo. Su *“Cambio de paradigma en los estudios de innovación: El giro social de las políticas europeas de innovación”* nos introduce en los lugares y en las reglas de juego, gestados desde las instituciones europeas, en los que la innovación social toma un sentido y va ganando poco a poco adeptos frente a planteamientos procedentes exclusivamente de los ámbitos tecnológicos o de la economía. El siguiente artículo lo firma Ander Gurrutxaga. El título es una descripción del contenido, *“Condiciones y Condicionamientos de la Innovación Social”*. En él, el autor presenta –de modo sintético–, algunos aspectos claves del debate sobre la innovación, traza un panorama general de las condiciones empíricas que sostienen el éxito en la implantación de sociedades innovadoras y revisa algunos de los condicionamientos que ha ido acumulando. Cuatro jóvenes investigadores del grupo sobre “Sociedad del conocimiento, desarrollo e innovación” (ASCIDE), presentan bajo el título, *“Percepción de la innovación en entidades de la Comunidad Autónoma Vasca”*, el resumen de la investigación empírica que han llevado a cabo entre empresas y organizaciones civiles en esa Comunidad Autónoma. En él, fundamentan la percepción de que innovar es un acto consciente, atravesado por la necesidad y que va más allá de lo estrictamente tecnológico. El cuarto artículo de esta segunda parte, lo firman los investigadores del Instituto INGENIO de Valencia, encabezados por Ignacio Fernández de Lucio, Jaider Vega Jurado y Antonio Gutiérrez Gracia. Su artículo se titula, *“Ciencia e Innovación: Una relación compleja y evolutiva”*. Detectan que en los últimos años la ciencia y la innovación han abandonado sus lugares y espacios tra-

dicionales de expresión para ocupar otros lugares, desde donde han cobrado una nueva significación.

La tercera parte recoge el grueso de los artículos. Este apartado expone diversas *Dimensiones, Expresiones y Situaciones de Innovación Social*. Los siete artículos trazan distintas miradas a otras tantas situaciones donde el tratamiento y el rol de la innovación resultan clave. Los dos primeros están entrelazados. Tratan de la inserción de los individuos en las organizaciones y el papel que cumplen los discursos de la creatividad y la autoayuda en estos procesos. El primero, escrito por el catedrático de Psicología Social, Mikel Villarreal, se titula *"Psicología del sujeto creativo-innovador y las nuevas formas de vida y reproducción"*. La pregunta y las respuestas que ofrece el autor giran alrededor de cómo tienen que ser las personalidades creativas y cómo se relaciona esto con las formas de vida y el estar en sociedad. El segundo, escrito por el profesor de Psicología de la Universidad del País Vasco, Eduardo Apodaka, se titula, *"La autoayuda y el consumo de dispositivos psíquicos en el caso de la innovación"*. En él, destaca el papel discursivo de la psicología cuando se publicitan en los manuales -textos- de autoayuda ideas como las de innovación, creatividad y los procesos que las sostienen.

El artículo que presenta el sociólogo de la Universidad del País Vasco, Alfonso Unceta se titula *"La Educación Superior en Tránsito ¿Es Bolonia la ruta idónea para la innovación?"*. El artículo relaciona la innovación con las reformas que están teniendo lugar en la enseñanza universitaria y que tienen a Bolonia como ancla de ellas. La pregunta del autor es si Bolonia es capaz de mover instituciones tan pesadas como las Universidades. El autor manifiesta sus dudas de que esto pueda ser posible debido al déficit de innovación en el interior de las mismas. Los sociólogos de la Universidad Autónoma de Madrid, Luis Enrique Alonso y Carlos Fernández, presentan un artículo donde la empresa ocupa el lugar central. Se titula *"La innovación social y el nuevo discurso del management: limitaciones y alternativas"*. El artículo demuestra cómo los discursos, tal y como aparecen en la literatura relacionada con el fenómeno del *management*, juega un importante papel para analizar

la evolución de la empresa y buscar conexiones con las aspiraciones al cambio y a la innovación de la institución. El siguiente artículo lo firma el empresario Luis Cañada -Director general de Cadenas Vicinay-. En él reflexiona, desde el mundo interno de la empresa, sobre las situaciones que se suscitan cuando ésta encara las condiciones y los desafíos de su progreso y transformación. En escena aparecen el valor de la innovación, el papel de las emociones, la capacidad del individuo para enfrentar los desafíos, el arte de prosperar o el de no quedarse atrás. Su artículo se titula, *"Reflexiones sobre la empresa en el contexto de la innovación social"*.

La economista María Carmen Gallastegui escribe sobre las condiciones que crea el cambio climático para gestar nuevos discursos y nuevos espacios de innovación. Maneja para ello ideas fuerzas como la de sostenibilidad o las versiones basadas en la eco-innovación. Su artículo se titula, *"Los límites al crecimiento, al cambio climático y a la innovación"*.

El último artículo de este número está escrito por el Profesor de la Universidad de San Diego en EE.UU., Carlos Waisman. Se titula *"Uncertainty, Congruence and Uneven Institutionalization: The Dynamics of Institutional Innovation in Transitional Societies"* (*"Incertidumbre, Congruencia e Institucionalización Desigual: Las Dinámicas de la Innovación Institucional en Sociedad en Tránsito"*), -editado en inglés por deseo expreso del autor-, analiza el fenómeno de la transferencia institucional en contextos macro. La innovación institucional es uno de los territorios más *explosivos* en el tratamiento de este fenómeno, en especial cuando se juega con ideas como la democracia o las buenas prácticas en sistemas y tipos complejos de organización.

En el texto hemos reunido un elenco de autores y problemas que por sí mismos, y todos en conjunto, conforman un mosaico sobre este concepto, a veces esquivo, pero con la esperanza de proponer salidas analíticas y teóricas relevantes.

Leioa, octubre 2010.