

Este libro ha sido escrito desde el afán por discutir y discutirnos alrededor de lo que es la innovación social. Se podrá argumentar que estamos ante la construcción de un nuevo paradigma o, por el contrario, decir que este fenómeno es *irrelevante*. Probablemente entre ambas tendencias hay puntos intermedios, encuentros y discusiones que pueden dar más luz de lo inicialmente previsto por cualesquiera de estas dos tendencias. En este sentido, este texto es un libro vivo, no cierra nada y se abre a una discusión razonada, sin presupuestos previos y sin requerimientos de partida, sabiendo que hay mucho que investigar y poco que *pontificar*. En el recorrido que proponemos trasladamos nuestras preocupaciones, las dudas que atraviesan nuestro acercamiento al problema y las ganas de encontrar lugares comunes de encuentro desde los que avanzar en la clarificación de una praxis donde la confusión es más frecuente de lo que estamos dispuestos a reconocer.

El libro tiene su pequeña historia. Una versión de él apareció —como un diálogo entre los dos autores— hace algo más de un año en una edición privada, distribuida —en edición restringida— por los propios autores entre colegas y personas interesadas en este tipo de problemáticas. Es verdad que el territorio discursivo de la innovación social es un tema de gran creatividad y cierta *audacia* teórica. El tiempo transcurrido desde la primera edición, la aparición de nuevos estudios

relevantes y los comentarios que ha suscitado el libro nos han llevado a revisar y completar aspectos que insinuábamos o no desarrollábamos en el texto inicial y a eliminar algunos que parecían inconsistentes. Ha sido fundamental para esta revisión el trabajo que hemos llevado a cabo dentro del Laboratorio de Innovación Social con otros compañeros de la Universidad del País Vasco, así como el conocimiento que hemos adquirido en los diversos encuentros y congresos en los que hemos participado el último año. El *I Encuentro Iberoamericano de Innovación Social*, organizado por el Laboratorio entre finales de marzo y principios de abril de 2011, ha sido clave para pensar en esta revisión, así como la *Conference on Technology, Knowledge and Society* organizada por *Common Ground* en marzo de 2011, también en Bilbao, con la colaboración del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad del País Vasco. Hemos tenido acceso a textos y estudios que no conocíamos y, sobre todo, nuestra perspectiva ha madurado en algunos aspectos. Nos parecía que todos éstos eran elementos suficientes como para volver a escribir algunas partes del texto, aunque la mayor parte de nuestras propuestas de 2010 siguen vigentes, así como nuestro interés por un debate sincero y abierto sobre la innovación.

Que nadie busque respuestas tajantes, soluciones a dilemas o respuestas a todas las preguntas que construimos. La innovación social es un objeto de análisis, pero es, sobre todo, una praxis, es el análisis de situaciones que pueden dar lugar a novedades y mejoras en la vida de las personas. Aparece ante nuestros ojos con cuatro características generales:

- 1) Es un paradigma asociado a la economía, la sociedad, a los actos económicos de la empresa, las acciones sociales de las administraciones públicas, la planificación de servicios sociales, las actividades propias de la sanidad, la tercera edad, etc.;

- 2) es un asunto pragmático, persigue funciones específicas basadas en la idea general de lo que deben ser las buenas prácticas y las prácticas sostenibles;
- 3) tiene connotaciones éticas, de tal suerte que sus postulados pretenden asentar y legitimar una manera determinada de hacer las cosas asociándose con valores como la creatividad, el respeto, la atención, la confianza o la lealtad. De hecho, se asocia a valores para que éstos puedan sostener la ética pública con orientación de valor que los nuevos diseños económicos y sociales requieren;
- 4) tiene una orientación metodológica, como si el éxito de la innovación social dependiese de su capacidad para gestionar los procedimientos de las buenas prácticas y los relacionados con la interiorización de los valores, tanto de los individuos como de los grupos.

La innovación no es un proceso lineal ni garantizado; por el contrario, está atravesado por dificultades y paradojas. Una de las más notables es la elasticidad del concepto que, a veces, se asemeja a un concepto *contenedor* más que a un concepto explicativo. Los condicionamientos que se oponen a las acciones innovadoras están provocados por la desconexión entre las expectativas que generan y las oportunidades que conceden. Una segunda paradoja surge porque los discursos sobre la innovación social carecen de una teoría y una buena comprensión del cambio social. Suelen basarse únicamente en ejemplos tomados del análisis de praxis —más o menos exitosas— que transcurren en los territorios de la economía y en los espacios asociados a la idea de bienestar. El tercer dilema es que la innovación suele ser entendida como un concepto apriorístico, es decir, como una de las realidades que, aparentemente al menos, no precisan explicación alguna porque ellas

mismas son el principio explicativo de lo que ocurre. Abundan quienes dicen que la innovación es la solución a cualquier problema social. Nosotros diremos, en cambio, que sólo es una manera de afrontar los problemas.

La innovación recoge un *mar de problemas*, quiere interpretarlos desde un concepto fuerte —quizás utópico— que se basa en la capacidad de transformación creativa de los individuos, las sociedades y las instituciones, en la explotación de valores y prácticas asociadas a la creatividad, en la búsqueda de soluciones y en ofrecer salidas a la competitividad, la productividad, el bienestar, la calidad de vida, la confianza, el respeto o la atención. Dicho de otra manera, es la voz que auspicia salidas con el consiguiente *enfrentamiento* con el presente. Algunos de los hitos que mejor representan este discurso son las llamadas a la creatividad, la búsqueda de indicadores de éxito, el análisis de los contextos socioestructurales, el tipo adecuado de empresa para enfrentar los déficits sociales, los modelos adecuados de organización o las prácticas de gestión. En todos los casos, la innovación aparece como el recurso del que se dispone para atender los dilemas y enigmas que expresan el cambio en todos los órdenes de la vida, especialmente en el ámbito económico.

El éxito de la innovación depende de la creación de *muchos* contextos específicos. Del análisis empírico de otras sociedades innovadoras se deducen enseñanzas interesantes. Los contextos socioestructurales están condicionados por los recursos específicos de los territorios donde se desarrollan las situaciones de innovación, por eso es frecuente encontrarse con variables como los altos niveles de cooperación entre actores a nivel local, regional y nacional —sea en instituciones públicas y privadas, instituciones educativas, centros de investigación, asociacionismo denso y en una sociedad civil rica y bien articulada—, la capacidad para crear mecanismos de consenso social por parte de grupos que promueven el cam-

bio, la adopción de buenas prácticas buscando el equilibrio en la apertura a innovaciones en los ámbitos social, económico y cultural, buenos sistemas de gobernanza locales que creen políticas sociales efectivas con implicación y participación ciudadana, cualificación profesional de la población del entorno, alto nivel educativo de los ciudadanos, bajos niveles de exclusión social, alta concentración y tasas de empleo en el sector TIC —empresas e industrias del conocimiento—, un buen sistema de transporte con conexiones eficaces internas que unan los diversos territorios, instituciones culturales y educativas de calidad, producción de nuevos conocimientos en la investigación científica —número de patentes, artículos científicos—, concentración de centros de investigación, tasas demográficas con cohortes de edad jóvenes, buena logística e interconexión internacionales, descentralización y autonomía local de barrios y municipios en los procesos de toma de decisiones y una buena planificación y diseño urbano en las ciudades que acogen industrias y laboratorios del conocimiento.

Estas variables actúan interconectadas y no es necesario que todas ellas se den en todas las sociedades, pero sí que aparezcan muchas de entre ellas. Teniendo esto en cuenta, hay modelos preferentes y diferenciados según la forma en que organizan la relación entre las regulaciones y funciones que se atribuye el Estado, el papel del mercado, la regulación e inversión financiera, el sistema institucional del que se dotan, las instituciones e infraestructuras construidas para favorecer la transferencia de conocimiento y la cultura de la innovación.

¿Qué elementos son los destacados en las experiencias internacionales mencionadas? Los más significativos son: la capacidad del sistema de innovación de cada país, la calidad de las universidades y la efectividad de los mecanismos de articulación de éstas con las empresas. Son también importantes los recursos humanos en la economía de la innovación y el conocimiento. Esto se traduce en algunos hechos que deben

tenerse en cuenta, como: la importancia de la educación y las condiciones de vida de los trabajadores, la cultura emprendedora basada en valores de innovación y los recursos financieros invertidos en el desarrollo de los ecosistemas innovadores. Los contextos concretos tienen especificidades que hay que considerar, entre otras razones porque la estructura industrial de los países no es la misma, ni lo son las oportunidades de negocios, ni la estructura social tiene características similares, ni la tradición cultural responde a parámetros idénticos en todos los sitios. Dicho lo mismo, pero de forma negativa, sin políticas de innovación, sin un sistema universitario y educativo de calidad, sin un sistema institucional flexible y tolerante, sin la estructura social adecuada a las necesidades del entorno y sin la cultura que activa y protege la creatividad, es problemática la construcción de espacios de innovación. Si las sociedades construyen sus proyectos a partir del poso cultural y educativo que poseen, prosperarán en la era de la globalización aunando la calidad de vida, el crecimiento económico, la creatividad y la innovación.

La pregunta es ¿cómo se generan los efectos de innovación y aprendizaje que favorecen la productividad y la competitividad de las empresas y los entornos sociales? ¿Es acaso suficiente reunir en el mismo espacio a agentes, recursos e infraestructuras que participan de esos efectos? La idea es que los procesos de innovación superan la estrechez de miras de la interpretación tecnológica y/o económica, de tal forma que capturan la complejidad de los procesos que acontecen en espacios, ámbitos y escalas no directamente económicos —tales como el medioambiente, los ámbitos socioculturales (artístico, educativo o de servicios sociales) o el contexto institucional— que en conjunto interactúan de forma constante siguiendo un proceso múltiple y complejo. Por tanto, ha de prestarse atención a la pluralidad de fuentes de innovación y a los ámbitos en los que es posible la innovación (sean la economía, la em-

presa, los espacios sociales, culturales o artísticos). No perdamos de vista que innovar es crear y reproducir un sistema cultural basado en la tolerancia con objeto de aceptar la modificación de los aspectos básicos existentes, trátase de bienes tangibles —procesos, productos, tecnología, mercadotecnia—, o intangibles —valores, ideas, emociones o instituciones—, de forma que cuando los procesos tienen éxito pueden adquirir nuevos usos y sentidos.

En estas situaciones, los usos y las posibilidades abiertas son motores de innovación, que tratan de escapar de la interpretación exclusiva que otorga a la tecnología y a los ciclos económicos la responsabilidad sobre ellas. Lo que los datos dicen es que las sociedades innovadoras amalgaman un capital humano formado en tecnologías de la información y de la comunicación, sistemas educativos de calidad y universidades de excelencia, extensivos ambos a la gran mayoría de ciudadanos que asumen los posibles costes de la asunción de riesgos, que premian las nuevas y las buenas ideas y ponen a disposición de las empresas incentivos diversos, por ejemplo, mecanismos que construyen estructuras de oportunidades desde donde reforzar la relación entre los sistemas de I+D+i y el sistema universitario y que dan como resultado bienestar y calidad de vida.

Innovar no significa seguir la dirección predeterminada por instituciones públicas o privadas, sino que las dinámicas adquieren rasgos diversos allá donde se expanden. No todas las sociedades innovan bajo los mismos criterios, sino que las bases institucionales adoptan trayectos diferentes. Las dinámicas sociales son procesos con un componente sociocultural alto. La identificación, la confianza, el reconocimiento, la confidencia, la seguridad, la colaboración o incluso la competencia desempeñan un papel en los momentos innovadores. El intercambio y la interacción bajo normas de reciprocidad y asociación proporcionan la base fundamental desde la que se nutre la cultura

de la innovación y, en definitiva, desde donde impulsan el desarrollo socioeconómico. Al respecto, las ciudades competitivas crean entornos abiertos a la creatividad y la diversidad. Las sinergias que resultan son claves en la prosperidad de la era del conocimiento. Éstas se dan en entornos localizados, donde personas con talento eligen trabajar y vivir —el caso, por ejemplo, de Silicon Valley es muy sugestivo—. La ventaja competitiva de las ciudades está en la capacidad para crear, atraer y retener la fuerza de trabajo que ejerce un papel significativo en la producción del conocimiento y la innovación. Sin embargo, el talento es retenido en ciudades-región, pero no en cualquier ciudad-región. En la economía globalizada, una parte de la creación de valor en muchos sectores se basa en activos intangibles, por lo que los factores decisivos tienen que ver con atributos y características de los lugares que los hacen atractivos para la *clase creativa* depositaria de *talento*. Esta fuerza de trabajo es atraída hacia lugares que tienen masa crítica suficiente de personas y actividades creativas. Es decir, las personas son atraídas hacia comunidades y poblaciones donde se concentran otras personas creativas que, aunque hacen cosas parecidas en términos ocupacionales, tienen diversas identidades.

Frente al capital humano, entendido como un bien individual, la creatividad emerge como el bien colectivo y relacional, es la parte visible de los procesos y el resultado de los usos comunitarios que requieren trabajo en equipo y una gran red de vínculos sociales. Lo que queremos resaltar es que el elemento decisivo en el comportamiento económico y en la competitividad de las ciudades es el carácter social de las mismas; es decir, los lugares que ofrecen más y mejor calidad de vida y que acomodan mejor la diversidad son los que tienen más capacidad para atraer y retener el talento y los más eficaces en la generación de actividades intensivas en tecnología.

Pero el debate no termina siempre en el éxito de los proyectos innovadores; hay muchos individuos que ni viven

en contextos de innovación, ni en ciudades creativas, ni participan en las industrias o servicios que gestionan el conocimiento, sino en el denominado sector servicios y en los múltiples oficios que se ocultan detrás de esa denominación. Lo que se llaman trabajadores genéricos, es decir, los que residen en las denominadas sociedades de bajo coste, los que hacen trabajos reiterativos, precarios y mal pagados, ¿cómo pueden participar en el club de los innovadores? Parece que la metafísica de la innovación se envuelve en valores difícilmente reproducibles en todas las situaciones sociales, y lo que unos llaman innovación, otros lo denominan estrategias de supervivencia. Los valores básicos asociados al acto innovador, como la creatividad, la dedicación, la pasión o la autotransformación, pueden rellenar un manual de «buenas intenciones», protocolos de buenas prácticas o manuales de autoayuda, pero no son valores que coticen alto en todos los mercados, sino que en muchos casos lo que hacen es acompañar a lo que *realmente importa*: el incremento de la productividad, el valor de la competitividad o la racionalidad instrumental. Es llamativo, por ejemplo, cómo uno de los problemas de los estudios de innovación es el poco espacio que dedican a tratar los condicionamientos que dificultan la realización de los valores que dicen perseguir. En todo el proceso se otorga un estatus específico al individuo, dotándole de cualidades y capacidades para encabezar el acto pro innovación, pero se repara menos en el modo como puede transformarse la *pasión creativa en pasión innovadora*, cuáles son las condiciones estructurales y subjetivas que deben reunir la creatividad o la transformación.

En estos casos, la innovación funciona como la profecía que se autocumple. Otra cosa es si el peso que se pone encima de los hombros del sujeto innovador puede ser sostenido por él mismo. Paradójicamente, se produce un encuentro entre la profecía que se autocumple y el agente individual que la representa. En este proceso hay un riesgo claro: el olvido de los

condicionamientos que rigen las leyes de la innovación. El riesgo es que la innovación termine mutando y se transforme en una profecía y no en una praxis de transformación social. En estos casos, el individuo, entre el largo listado de funciones, cometidos y deberes que debe cumplir, encuentra que debe ser agente *agitador* que bebe el sueño de la pasión innovadora. La pregunta frente a posibles respuestas es inmediata: ¿tienen condiciones, oportunidades estructurales y vitales para ejercer ese papel? Antes de responder hay que analizar con precisión la sociología de los grupos inmersos en actividades de innovación y la estructura social de las sociedades de innovación. Un vistazo a ambas incógnitas tiene que permitir ver los límites y las posibilidades del discurso de la innovación.

Es evidente que el éxito de este tipo de discursos se instala, sobre todo, entre los grupos que manejan los recursos de las innovaciones tecnológicas y la tecnocracia social, tan propia de las soluciones relacionadas con la ingeniería social. Quizás, en el fondo, se visualiza que los resultados mejores de la innovación social se alcanzan cuando se asocia a algún tipo de ingeniería social. Basta echar un vistazo a las llamadas, en ocasiones *desaforadas*, a la búsqueda de indicadores para medir el grado de innovación social, su capacidad de penetración o cómo se instala en las sociedades innovadoras para reparar en que parece que ésta busca solvencia empírica a través de los sistemas de indicadores con objeto de alcanzar la *profesionalidad* y seguridad que se busca con este tipo de análisis.

Las cuestiones que recorren este libro se fijan en la metáfora de la luciérnaga porque quieren dar luz, pero sabemos que la intensidad de la misma no puede iluminar todos los escenarios ni llegar a todos los rincones. La luciérnaga es una posibilidad de ver más allá de los hechos dados, de los datos concedidos o de los proyectos que simulan. Su luz es tenue, pero hoy por hoy es una luz.

PRÓLOGO

Quisiéramos cerrar este prólogo agradeciendo a nuestros colegas y amigos del Laboratorio de Innovación Social la ayuda prestada para que este texto fuese posible. Sin el trabajo y la perspectiva de Alfonso Unceta, Mikel Villarreal, Eduardo Apodaka, Álvaro Luna, Auxkin Galarraga, Lucía Merino, Sandra González y Marcos Engelken, este texto no hubiese sido posible. A todos ellos, gracias. No podemos olvidarnos tampoco de tantos y tantos amigos anónimos que con sus comentarios, críticas e insinuaciones han enriquecido y hecho posible este libro.

