

# ¿Innovamos en Trabajo Social?<sup>1</sup>

Is there innovation in Social Work?

**David Alonso González**

*Vicedecano de Relaciones Internacionales e Innovación.  
Facultad de Trabajo Social. Universidad Complutense –  
Madrid. España.*

**Aprobado:**

13 de noviembre de 2015

**Recibido:**

15 de febrero de 2016

**DOI:**

<http://dx.doi.org/10.18566/rfts.v32n32.a04>

---

<sup>1</sup> Este documento forma parte de los resultados de investigación del Proyecto financiado por la UCM-Santander con el código PR26/16-8B-1 y titulado *innovación y envejecimiento activo en entornos digitales*

## Resumen

La innovación está en todas partes. Se podría afirmar con rotundidad que se ha convertido en el emblema de la sociedad moderna. Podría decirse que se toma como una panacea para resolver muchos problemas y un fenómeno digno de estudio. El análisis de la innovación, algo relativamente reciente, adquiere gran importancia en el siglo XX y XXI. Sin embargo, y como tal, la innovación siempre ha existido, de hecho, este concepto surgió hace siglos. La mayoría espontáneamente entiende/asocia la innovación como innovación tecnológica pero esto no es necesariamente así.

### Palabras clave

Innovación, Trabajo social, innovación disruptiva, inclusión, promoción.

## Abstract

Innovation is everywhere. We might assert categorically that it has become the banner of modern society. It could be said that it is taken as a panacea to solve many problems and a phenomenon worthy of study. The analysis of innovation, something relatively recent, it acquires great importance in the XX and XXI century. However, and as such, innovation has always existed, in fact, this concept emerged centuries ago. Most spontaneously understand/associate innovation as innovation technological but this is not necessarily so.

### Keywords

Innovation, Social Work, disruptive innovation, inclusion, promotion.

## Introducción

La innovación está en todas partes. Se podría afirmar con rotundidad que se ha convertido en el emblema de la sociedad moderna. Podría decirse que se toma como una panacea para resolver muchos problemas y un fenómeno digno de estudio. El análisis de la innovación, algo relativamente reciente, adquiere gran importancia en el siglo XX y XXI. Sin embargo, y como tal, la innovación siempre ha existido, de hecho, este concepto surgió hace siglos. La mayoría espontáneamente entiende/asocia la innovación como innovación tecnológica pero esto no es necesariamente así.

Por otro lado y, paradójicamente, un mundo satisfecho y estable podría tener “poca necesidad” de innovación. Si esto es verdad, se deduce que la innovación se convierte en imperativa cuando los problemas son inéditos, cuando los sistemas no funcionan o cuando las instituciones atienden los problemas del pasado y no del presente. Por estas razones pensamos que tiene un potencial para el Trabajo Social no tan desarrollado como debiera.

¿Qué sucede en el caso particular del Trabajo Social? La innovación en este ámbito “puede ser” un elemento clave para el desarrollo de la disciplina, pero no por el mero hecho de emplear herramientas tecnológicas. Parte de ella supondrá poner en valor procedimientos antiguos, asociados a las virtudes de la práctica profesional. La innovación (sea tecnológica o no) no se puede emplear en el vacío, sino que ha de estar asociada a una serie de valores, de usos... Esto es, no existe por sí sola, sino en relación y con un contexto.

Tomando como punto de partida estas palabras el presente trabajo pretende conectar innovación y Trabajo Social. Se trata así de hacer un breve recorrido por su concepto, orígenes, definición, delimitación, hasta extenderlo hacia la innovación social, en donde cobra especial relevancia para la práctica del Trabajo Social. Básicamente nos hacemos dos preguntas que trataremos de responder: ¿podemos aportar alguna clave desde el Trabajo Social al mundo de la innovación? ¿Puede la innovación mejorar la práctica profesional de los trabajadores sociales?

## Innovación. Origen, concepto y delimitación

El término innovación tiene sus orígenes en la Edad Media. *Novatio*, término que apareció por primera vez en el Derecho en el siglo XIII, implicaba la renovación de un compromiso de traspasar un contrato para un deudor nuevo. Aunque es un concepto que por tanto ha estado presente desde hace mucho, no se usó con mucha frecuencia para las diversas artes y ciencias con anterioridad al siglo XX.

Godin propone que existen tres grandes paradigmas que nos permiten entender la innovación en su devenir histórico que han sido sucesivos pero que de algún modo han permanecido en el estadio posterior: como imitación, como invención e innovación (Godin, 2008).

La imitación explica la novedad que introduce la acción humana en el mundo al compararla con el natural: las cosas producidas por la naturaleza son un límite para las cosas realizadas por el ser humano y por ello las segundas no pueden ser tan importantes como las primeras. La imitación es así la manera de introducir cosas nuevas con la agencia humana a la manera de la naturaleza (mímesis). No se trata solo de copiar sino de combinar y usar la imaginación y la fantasía para obtener novedad. La invención sin embargo atañe al descubrimiento de lo ignorado hasta entonces y que es capaz de generar nuevos principios que promocionan nuevas disciplinas y que conducen hacia nuevas formas de hacer.

Es a partir de finales del siglo XIX y del siglo XX (Tarde, 1890, Schumpeter, 1939) cuando la noción se ha ido desplazándose casi en exclusiva al dominio de la tecnología y a la economía y da la impresión que en la actualidad y para la inmensa mayoría es allí donde se circunscribe su significado.

Schumpeter distingue la innovación de invención. Para este, "la innovación es posible sin algo que debamos identificar como invención y la invención no necesariamente induce a la innovación" (Schumpeter, 1939: 80). La invención es un acto de creación intelectual y "carece de importancia para el análisis económico" (Schumpeter, 1939: 81), mientras que la innovación es una decisión económica: la aplicación de una invención o su adopción.

La innovación, desde la literatura sociológica, se describe como una actividad y como un proceso en el que se analizan tanto la producción de una invención y su uso más que mostrar las diferencias entre ambos polos (Nimkoff, 1957). La invención y la imitación (como la adopción o difusión), son pasos en una secuencia lineal. La difusión, que dentro del proceso de innovación, cobra un papel esencial, es el proceso mediante el cual una innovación es comunicada a través de ciertos canales entre los miembros de un sistema social (Rogers, 2003).

Algunos organismos internacionales, también definen la innovación como se expone en el Manual de Oslo (OCDE, 2005), en el que se señala que las innovaciones “comprenden los nuevos productos y procesos así como las modificaciones tecnológicas importantes de los mismos. Una innovación –en el ámbito económico– se considera como tal cuando es introducida en el mercado (innovaciones de productos) o utilizada en un proceso de producción (innovaciones de procesos) –lógicamente para reducir costes o mejorar la calidad–. En ellas intervienen toda clase de actividades científicas, tecnológicas, de organización, financieras y comerciales”.

La teoría de la innovación, por tanto, ha manejado tradicionalmente dos tipos de innovación: la de producto y la de proceso -ya sea externa (nuevos servicios añadidos al producto) o interna (organizativa). Obviamente las empresas, organizaciones no lucrativas y administraciones públicas que pertenecen o actúan en el sector servicios también innovan en sus “productos-servicios” (los que prestan y ofrecen a sus clientes) y en sus procesos (actividades internas y/o externas que los hacen más eficientes y eficaces).

El Manual de Oslo (OCDE, 2005) distingue cuatro tipos de innovación: de bienes, de procesos, organizativa y de mercadotecnia. En ningún caso, la innovación se convierte en un fin en sí misma, sino un medio para aumentar la producción y la productividad.

Sin embargo, hay innovaciones sociales no orientadas a los mercados y que se alejan de los criterios clásicos para medir la innovación, como es el caso de la innovación social, sobre la que profundizaremos más adelante.

El esfuerzo de mirar la innovación de otra manera es precisamente una tarea actual para expandir su concepto (Lafuente y Alonso, 2011).

## Innovación social: un escenario abierto para el trabajo social

Murray et al. (2010) definen la innovación social como "innovaciones que sean sociales, tanto en sus fines como en sus medios. Específicamente, (se definen) como nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que cumplan simultáneamente las necesidades sociales y creen nuevas relaciones sociales o colaboraciones. En otras palabras, son las innovaciones que son buenas para la sociedad y mejoran la capacidad de la sociedad para actuar".

Algunos de los ejemplos de innovación social son presentados por Mulgan (2007). Se trata de ideas nuevas (o reformuladas) que sirven para solucionar las necesidades insatisfechas y para mejorar la vida de la gente como pueden ser: grupos de auto-ayuda en salud, justicia restaurativa y juzgados comunitarios, líneas telefónicas de ayuda, espacios comunitarios de proximidad, cooperativas de consumo y microcrédito (Mulgan, 2007, p. 7).

La innovación social podría encuadrarse tanto en el ámbito de innovación de productos-servicios como de procesos con una elevada participación de activos intangibles. Comprendería de esta manera acciones (iniciativas, proyectos, instrumentos,...) que de forma original mejoran el bienestar social y/o cohesión social y plantean, en definitiva, la no resignación ante situaciones como la exclusión, el hambre y la pobreza, el cambio climático... que no serían así "un mal menor inevitable" de las sociedades avanzadas. Además, las innovaciones sociales tienden a su difusión y a su expansión. Desde esa perspectiva son innovaciones abiertas que no pretenden generar ventajas entre "competidores", por lo que no tienen que ser protegidas por patentes.

Caracterizadas por un impacto local, también puede hablarse de cierto dinamismo global, lo que en palabras de Castells (1999) sería la glocalización. La innovación social puede convertirse en el punto de encuentro de agentes preocupados por el cambio y que gracias a las redes, y a las posibilidades de difusión a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, permitan el flujo y el intercambio de ideas / proyectos / experiencias.

|                                    | Procesos tradicionales<br>De cambio social | Procesos de<br>Innovacion social               |
|------------------------------------|--|--|
| <b>Sujeto</b> Comunidad Red Social | Comunidad                                  | Red Social                                     |
| <b>Impacto</b>                     | Local (Limitado)                           | GLOCAL (Muy amplio y potencialmente ilimitado) |
| <b>Modelo de Gobernanza</b>        | Centralizada                               | Multinivel                                     |

Fuente: Morales (2009)

La innovación social y la participación ciudadana deben entenderse como medios que favorecen los procesos de inclusión y desarrollo social. Ahora bien, la capacidad de la sociedad para intervenir y dar respuesta a las necesidades sociales tiende a ser proporcionalmente similar a su capacidad innovadora. Es decir que si en el caso de Europa y de España (en concreto) los procesos de innovación social son aún débiles, consecuentemente débiles serán también las respuestas que se puedan aportar ante las demandas sociales y en favor de un bienestar social más amplio.

Frente al concepto clásico de innovación, la innovación social ha de referir a valores sociales, como, por ejemplo el bienestar, la calidad de vida, la inclusión social, la solidaridad, la participación ciudadana, la calidad medioambiental, la atención sanitaria, la eficiencia de los servicios públicos o el nivel educativo de una sociedad.

Una innovación social es relevante en la medida en que se oriente a valores sociales y no solo a la productividad, la competitividad empresarial, los costes de producción o las tasas de mercado. El bienestar, la calidad de vida o el buen funcionamiento de los servicios son valores en sí mismos. En general, dichos valores no pueden ser medidos en una escala métrica, cosa que sí es posible en el caso de los valores económicos, porque el dinero es una unidad de medida que cuantifica con precisión en los mercados el precio de una determinada mercancía o en la contabilidad de una empresa en forma de cuenta de resultados, cuota de mercado, costes de producción, etc. Sin embargo, estos valores sociales sí pueden ser medidos en escala comparativa. Tras una determinada acción que tiene impacto social, es posible dilucidar si, como consecuencia de dicha acción, el bienestar o la calidad de vida de

amplios grupos de personas ha mejorado o no. Tal es el caso de los servicios sociales en su concepción amplia, por su extensión y universalización. Dichas iniciativas mejoran la calidad de vida y el bienestar de la ciudadanía y por eso son candidatas a ser consideradas como innovaciones sociales.

Las innovaciones sociales pueden ser pequeñas o grandes en función del grado de mejora y del número de personas a las que beneficia. En cuanto al éxito de un proceso de innovación social, este ha de ser medido en función del grado de aceptación social de dichas iniciativas. Es posible afirmar a título general que la aceptación social, en particular cuando se manifiesta en la apropiación y uso de la innovación, es el criterio básico para identificar qué innovaciones sociales tienen éxito o no, así como las buenas prácticas.

Los innovadores se enfrentan a muchos obstáculos cuando tratan de abordar de manera creativa los problemas sociales. En primer lugar, las entidades gubernamentales y sin ánimo de lucro son por naturaleza reacias al riesgo y tienden a rechazar soluciones disruptivas en favor de la mejora "poco a poco". Las relaciones entre quienes financian y quienes prestan el servicio buscan la mejora de un problema social de manera gradual (mejora continua basada en cambios graduales a corto-medio plazo) en lugar de utilizar innovaciones disruptivas (que supone un cambio global en las reglas de juego), aun cuando estas pudieran resolver tal problema.

Una de las barreras comunes a la adopción de la innovación social reside en el riesgo asociado a la innovación disruptiva (Antadze y Westley, 2010; Jankel, 2011). En algunos casos, dichas innovaciones sociales pueden ser de ruptura, aunque lo más habitual es que sean acumulativas.

Jankel señala que los gestores públicos y las organizaciones sin ánimo de lucro son más proclives a "mantener los proyectos en sus propios dominios, más allá de provocar innovaciones revolucionarias" (Jankel, 2011: 7). Con respecto a los proveedores de servicios, las organizaciones que buscan distribuir las fuentes de conocimiento y pueden asimilar el conocimiento externo en su propio proceso de innovación, se encuentran en una posición más ventajosa que la de sus competidores (Laursen y Salter, 2006)

El tercer sector es más proclive a la práctica de la innovación evolutiva que a la disruptiva, la cual sí suele ir acompañada de fuertes inversiones.

¿A qué barreras para la innovación nos enfrentamos en el caso del Trabajo Social y de la intervención social? Algunas de estas pueden ser las siguientes: ausencia de recursos o asignación de los mismos a otros fines, escasa visión de futuro y de conjunto (“miopía social”), poca tradición en la formación en Trabajo Social sobre prácticas en las que se desarrolle la difusión o diseminación de ideas innovadoras, hincapié en el valor de la búsqueda de la validez interna de los programas de atención social y no en las posibilidades de diseñar programas que adopten nuevas estrategias de validez para el desarrollo de buenas prácticas en organizaciones, incertidumbre e inseguridad ante lo desconocido, entre otras...aunque no queremos dejar al margen una que nos parece fundamental y que en numerosas ocasiones no es tenida en consideración o no en grado suficiente, esto es, la participación activa de los usuarios en los procesos de innovación social.

La integración del usuario en el proceso de innovación tiene beneficios múltiples (von Hippel, 2001; von Hippel, 2005). Existe un consenso creciente de que podría tener un efecto positivo en el éxito de las innovaciones sociales pues alinea las necesidades del usuario con los servicios prestados (Henkel y Von Hippel, 2005; Morrison et al., 2000; Broberg, 2010). Bogers y West (2012) apuestan por "que los usuarios tengan el conocimiento y la motivación para crear innovaciones que resuelvan las necesidades no satisfechas por los proveedores existentes" (Bogers y West, 2012:13). ¿Cómo se traduce esto en el ejercicio profesional del Trabajo Social? ¿En qué medida los usuarios de los servicios sociales pueden generar innovación?

Esto es vital para el Trabajo Social y junto a ello, cabe preguntarse también: ¿quién innova en Trabajo Social? ¿Quién adopta las innovaciones? ¿Quién lo implementa-pone en práctica? ¿Sobre qué se innova? ¿Cómo se innova? ¿Cómo se adopta? ¿Cómo se implementa?

## Conclusiones

Recogiendo palabras de Nowotny (2011), la innovación sería un bien frágil ante un futuro desconocido. En este escenario incierto la innovación y más en concreto la innovación social, tiene un potencial para el Trabajo Social que necesita reforzarse y desarrollarse para favorecer procesos de integración,

inclusión y promoción a fin de que genere el mayor nivel de bienestar al mayor número de personas.

## Referencias

- Antadze, N. & Westley, F. 2010. Funding Social Innovation: How Do We Know What to Grow? *The Philanthropist*, 23 (3) 343-356
- Bogers, M., & West, J. (2012). Managing distributed innovation: strategic utilization of open and user innovation. *Creativity and innovation management*, 21(1), 61-75.
- Castells, M. (1999). La sociedad red. La era de la información: economía, sociedad y cultural. Madrid: Alianza Editorial.
- Godin, B. (2008). Innovation: the history of a category, project on the intellectual history of innovation. Montreal: INRS. Disponible en <http://www.csic.ca/innovation.html>. Accedido 01/09/2013
- Henkel, J., and Von Hippel, E. (2005). Welfare Implications of User Innovation. *Journal of Technology Transfer* 30, no. 1/2: 73–87
- Jankel, N. 2011. Radical (re)invention. London: Wecreate.
- Lafuente, A. y Alonso, A. (2011). Autoridad expandida, naturaleza común y saber profano. Quilmes: Universidad de Quilmes.
- Laursen, K., & Salter, A. 2006. Open for innovation: The role of openness in explaining innovation performance among U.K. manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27: 131-150.
- Morales Gutiérrez, A. C. (2009). Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales. *Zerbitzuan: Gizarte zerbitzuetarako aldizkaria = Revista de servicios sociales*, (45), 151-175.
- Morrison, P. D., Roberts, J. H., & Von Hippel, E. (2000). Determinants of user innovation and innovation sharing in a local market. *Management science*, 46(12), 1513-1527.
- Mulgan, G. (2007). *Social Innovation: what is it, why it matters, how it can be accelerated*. London: Young Foundation, Basingstoke Press.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). The open book of social innovation. National Endowment for Science, Technology and the Art.
- Nimkoff, M. F. (1957), Obstacles to Innovation, in F. R. Allen et al. (eds.), *Technology and Social Change*, New York: Appelton-Century Crofts, pp. 56-71.

Nowotny, H (2011) *La curiosidad insaciable. La innovación en un futuro incierto*. Barcelona: UOC.

OCDE (2005). *Medición de las actividades científicas y tecnológicas. Directrices propuestas para recabar e interpretar datos de la innovación tecnológica: Manual Oslo*. Tercera Edición. EUROSTAT y OCDE.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles*. New York: McGraw-Hill.

Tarde, G. (1890), *Les lois de l'imitation*. Paris: Seuil, 2001.

Von Hippel, E. (1988). *The sources of innovation*. New York: Oxford University Press.

Von Hippel, E. (2005). *Democratizing Innovation*. Cambridge: MIT Press.