



INNOVACIÓN SOCIAL Y TRABAJO SOCIAL

Consejo General
del Trabajo Social

INVESTIGACIONES
E INFORMES DEL
CONSEJO GENERAL
DEL TRABAJO SOCIAL

INNOVACIÓN SOCIAL Y TRABAJO SOCIAL

Edita:

 Consejo General
del Trabajo Social

Autoría del documento:

David Mustieles Muñoz. Hacerlo BIEN.
Consejo General del Trabajo Social

Relaciones institucionales:

Emiliana Vicente González
Lucia González López

Coordinación de la edición:

Álvaro Gallo Gómez
Maricruz Vergillos Ramos
Amán Hamoudi Mohamed

Edita:**Colabora:****Administración y Venta**

Calle San Roque 4 Local 2 - 28004
Madrid - España

(+34) 91.541.57.76 / 77

consejo@cgtrabajosocial.es

www.cgtrabajosocial.es

Diseño y maquetación

Matizart

Publicación digital

ISBN: 978-84-09-45190-6

ÍNDICE

PRÓLOGO INSTITUCIONAL DEL CONSEJO GENERAL DEL TRABAJO SOCIAL	7
PRESENTACIÓN DEL COLEGIO OFICIAL DE TRABAJO SOCIAL DE JAÉN	9
INTRODUCCIÓN	11
IDEAS CLAVE	13
1. MARCO CONCEPTUAL BÁSICO	15
1.1. CONCEPTO DE INNOVACIÓN	17
1.2. TIPOS DE INNOVACIÓN	17
1.3. INNOVACIÓN SOCIAL	21
2. INNOVACIÓN SOCIAL EN TRABAJO SOCIAL	23
2.1. ¿QUÉ ES?	23
2.2. ¿A QUIÉN LE INCUMBE?	26
2.3. ¿CUÁL ES EL RETO DE LA INNOVACIÓN SOCIAL?	28
2.3.1. Exigencias relacionadas con la visión	30
2.3.2. Exigencias actitudinales	32
2.3.3. Exigencias relacionales	35
2.3.4. Exigencias técnicas	36
3. EPÍLOGO	41
4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

PRÓLOGO INSTITUCIONAL DEL CONSEJO GENERAL DEL TRABAJO SOCIAL

La sociedad actual vive en constante cambio y se enfrenta cada día a transformaciones que afectan directamente a las personas, a las profesiones, a las organizaciones, en definitiva, a la sociedad civil y a la ciudadanía. Los problemas sociales surgen por multiplicidad de causas, en ocasiones de muy difícil solución, es aquí donde nuestra profesión el trabajo social, debe tratar de acompañar los procesos vitales favoreciendo respuestas. Por tanto, debemos ser capaces de conocer, conectar y generar soluciones desde nuestra profesión.

Ahora bien, no siempre es fácil construir iniciativas novedosas capaces de solucionar estos problemas y es ahí donde entra en juego la innovación social: “la innovación social no es otra cosa que intentar llevar a la práctica una idea nueva aportando valor, y este tipo de iniciativas conllevan un fuerte compromiso y liderazgo, además de una gran dosis de iniciativa” . Por ello el Consejo General del Trabajo Social, desde nuestro compromiso y liderazgo, impulsamos este documento que pretende difundir la importancia de la innovación social en nuestra profesión y en nuestra sociedad.

La elaboración de una guía de estas características es un paso muy importante por varios motivos: en primer lugar, para dotar de un marco de reflexión conceptual a la profesión, en segundo, para normalizar y poner en valor el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC,s) ante escenarios innovadores, y en tercer lugar, el que dispongan los colegios profesionales de un instrumento de reflexión y análisis que ofrezcan a los y las compañeros/as que quieran iniciarse o avanzar por un campo tan apasionante como exigente, con los momentos históricos que estamos viviendo.

Hoy interactuamos en un mundo on-line que ha modificado antiguos parámetros en nuestra comunicación y tenemos que ser capaces de adaptarnos a las llamadas nuevas tecnologías (aunque ya no sean tan nuevas) y poner en valor la información a nuestro servicio, sin llegar a ser dependientes ni de su uso, ni de su ausencia.

Necesitamos grandes dosis de creatividad, nuevas miradas, nuevas metodologías y nuevos procesos para mejorar los resultados, y el trabajo social ha demostrado a lo largo de su historia su eterna capacidad de reinventarse. En realidad, como se demuestra en esta guía, no son necesarios complejos cambios para obtener mejores resultados ni tampoco grandes inversiones económicas. En muchas ocasiones basta con modificar pequeños detalles de nuestras actuaciones y trabajar transversalmente para transformar los procesos y mejorar la calidad de nuestras intervenciones y, por tanto, la calidad de vida de las personas a quienes proporcionamos ayuda.

Es a través de esta búsqueda del conocimiento desde la práctica profesional, donde se hace necesaria la mirada que nos proporciona la innovación social ya que puede ayudarnos a encontrar claves para continuar desarrollando nuestra labor como agentes de cambio. Nuestra profesión necesita, por tanto, dotarse de nuevas herramientas que faciliten estos procesos de transformación social a través de la innovación y esta guía es un claro ejemplo de ello.

Sin ninguna duda, tenéis en vuestras manos una publicación útil, pensada y diseñada en cada caso, para iniciar y/o continuar desde el trabajo social a las/os profesionales en la senda apasionante de la innovación social.

Emiliana Vicente González
Presidenta del Consejo General del Trabajo Social



PRESENTACIÓN DEL COLEGIO OFICIAL DE TRABAJO SOCIAL DE JAÉN

El presente documento, tiene como objeto realizar un breve pero completo recorrido desde un enfoque deductivo y fundamentado, por los principales marcos teóricos relacionados con la innovación desde su concepción general hasta llegar a concretar la relación entre Innovación Social y Trabajo Social.

La innovación tiene ese poder de generar estímulo y a su vez recelo a lo nuevo o desconocido, que se incrementa aún más cuando los tiempos de trabajo permiten mucho más tiempo de dedicación burocrática que reflexiva. Por ello, consideramos que este documento puede ser una base útil para animar a profundizar en la materia a aquellas compañeras y compañeros que sientan dicha inquietud.

Nuestra profesión, proactiva y transformadora, abarca tal diversidad de ámbitos de intervención que la gestión del conocimiento y la combinación entre innovación y aplicación de estrategias alternativas, repensadas, puede ayudar a hacer frente a las necesidades sociales desde ópticas diferentes. Ello puede conllevar una combinación perfecta, pero no negaremos que requerirá de cierta incertidumbre.

Ya Berger y Luckmann en 1968 nos hablaban de “La Construcción Social de la Realidad”, desde nuestra óptica esa construcción social también puede invitar a deconstruir para visulizar otras formas de intervenir o transformar la realidad social.

En cuanto a lo necesario para innovar, la parte final del documento rompe ciertos mitos; a menudo pensamos que para innovar hacen falta grandes inversiones de recursos, sin embargo esta puede estar más relacionada con la visión, actitud, componentes relacionales y por supuesto pero no únicos, técnicos.

Por ello, invitamos a aquellas personas cuya inquietud por innovar pueda estar presente a usar esta obra como base para abrir la puerta al posible cambio, haciendo gala a la trabajadora social y psicoterapeuta estadounidense Virginia Satir que ya nos indicaba que el cambio es una puerta que se abre desde dentro; siendo ese cambio o ese pensamiento disruptivo, elemento clave en este proceso.

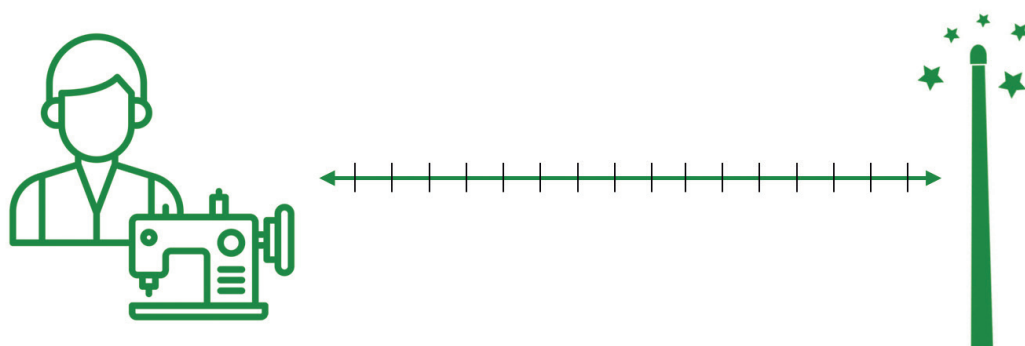
Lucía González López
Presidenta del Colegio Oficial de Trabajo Social de Jaén



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el concepto innovación ha irrumpido con fuerza en el ecosistema teórico-práctico del Trabajo Social.

Las diferentes autorías que en nuestra profesión han abordado el tema lo han ubicado en una escala en cuyos extremos máximos se ubican, por un lado, la visión de la innovación en Trabajo Social como poco más que una nueva moda y, por otro lado, la visión de la innovación en Trabajo Social como el elemento mágico, llamado a ser la salvación de todos nuestros males y déficits. Entre ambos extremos encontramos infinidad de puntos, más o menos desplazados hacia uno de dichos extremos.



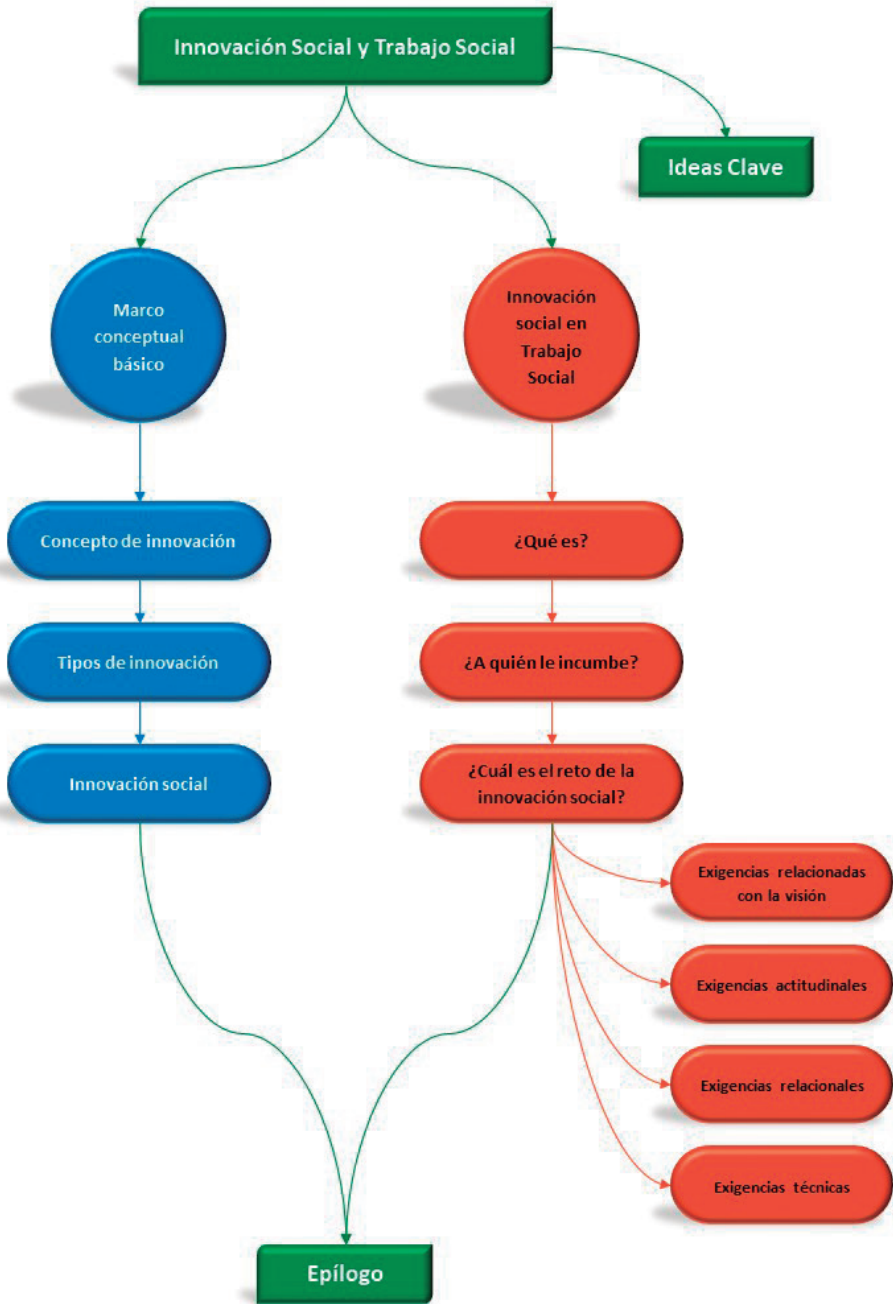
Sea cual sea la visión de partida que se adopte respecto a la innovación y el Trabajo Social, el conjunto que forman el concepto innovación y nuestra profesión es un binomio presente, recurrente e ineludible.

Así lo entendió la actual Junta de Gobierno del Consejo General del Trabajo Social (VV.AA., 2018) y por ello incluyó en su propuesta de trabajo 2018-2022 la innovación en dos niveles:

- Como uno de los ocho compromisos de la Junta de Gobierno en los que asentar su gestión del buen gobierno: calidad e innovación.
- Como un punto de especial atención en el eje estratégico de acción número 4, ámbitos de intervención: punto 4.5, nuevas miradas de la profesión: innovación.

Este documento es una acción más desarrollada por el Consejo General del Trabajo Social con el objetivo de impulsar la relación que mantienen innovación y trabajo social.

El mapa conceptual del documento está a tu disposición en la siguiente página, figura 2.



IDEAS CLAVE

1. En los últimos años el concepto innovación ha irrumpido con fuerza en el ecosistema teórico-práctico del Trabajo Social. El conjunto que forman el concepto innovación y nuestra profesión es un binomio presente, recurrente e ineludible.
2. La innovación es un fenómeno que lleva estudiándose desde el primer tercio del siglo XX.
3. Existen diferentes tipos de innovación que pueden ser clasificadas en base a diferentes criterios: según el efecto producido, el objeto sobre el que se innova, los sujetos que la desarrollan, nivel en el que se desarrolla, visibilidad de la misma o según el sector en el que se desarrolla.
4. La innovación social tiene como objetivo prioritario la satisfacción de necesidades sociales.
5. La innovación social en Trabajo Social es el desarrollo por parte de profesionales del Trabajo Social de acciones, servicios o productos que resultan novedosos en el contexto en el que se utilizan y tienen como objetivo satisfacer necesidades sociales o mejorar el desempeño de organizaciones dedicadas a satisfacer necesidades sociales.
6. Todo el ecosistema que conforma el Trabajo Social tiene algo que aportar en torno a la innovación social: profesionales, organizaciones públicas, del tercer sector y privadas, universidades, organizaciones corporativas (Consejo General, Consejos Autonómicos y Colegios Profesionales) y personas usuarias.
7. La innovación social en y desde el Trabajo Social será tanto más fuerte y exitosa cuantos más agentes se involucren en la misma y mayores cotas de cooperación logremos entre las diferentes partes que conforman nuestro ecosistema.
8. Vivimos y trabajamos en un espacio-tiempo regido por el cambio social acelerado, el surgimiento de nuevas realidades y necesidades sociales y la limitación de recursos disponibles; todo esto hace que las necesidades de eficacia, eficiencia y fiabilidad sean, probablemente, más importantes que nunca.
9. Es necesario que el ecosistema del Trabajo Social muestre su claro valor social y la forma en la que enriquece los sistemas en y para los que se desarrolla.
10. La innovación social en Trabajo Social es un proceso de trabajo que tiene una serie de exigencias que deben atenderse y cumplirse para poder ser desarrollado correctamente y terminar aportando valor a las personas con las que trabajamos y sus contextos.
11. Las exigencias que plantea la innovación social en Trabajo Social pueden agruparse en cuatro categorías: relacionadas con la visión que se tiene sobre la innovación social, actitudinales, relacionales y técnicas.

12. El desarrollo de la innovación social en Trabajo Social puede configurarse como uno de los más potentes motores del cambio social y, por ende, del refuerzo de nuestra profesión y del incremento del valor social que generamos y transferimos a la sociedad.
13. La innovación social en Trabajo Social ha sido parte constitutiva desde sus orígenes hasta el presente, y así continuará siendo a futuro porque forma parte nuclear y estructural de la misma, está embebida en nuestro ADN profesional.

1. MARCO CONCEPTUAL BÁSICO

1.1. Concepto de innovación

La palabra innovación proviene del latín innovatio y significa “acción y efecto de crear algo nuevo”. Según el diccionario de la RAE, innovar es “mudar o alterar algo, introduciendo novedades” y la innovación es la “creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”.

Existe cierto consenso académico respecto a que fue el economista austriaco Joseph Alois Schumpeter (1934) el primer autor en ofrecer una definición sistematizada del concepto de innovación. Desde su marco de referencia como economista, entendió que la innovación comprendía cinco situaciones posibles:

1. La introducción en el mercado de un producto nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores.
2. La introducción de nuevos métodos de producción en un sector determinado de la industria.
3. La apertura de nuevos mercados en un país tanto si el mercado ya existía en otro país como si no existía.
4. El uso de nuevas fuentes de aprovisionamiento, de materias primas o de productos semielaborados, tanto si esa fuente ya existía como si debía ser creada de nuevo, y
5. La introducción de nuevas formas organizativas y de competir que lleven a una redefinición de la industria.

Schumpeter hizo algunas otras aportaciones significativas en el campo de estudio de la innovación. Popularizó la idea de innovación como “destrucción creativa”, en tanto en cuanto la innovación acababa con viejos modos de hacer las cosas para introducir nuevos modos, procesos y procedimientos que se mostraban, fundamentalmente, más productivos que los anteriores, generando así un ciclo continuo de creatividad que se traducía en mayor competitividad y, por ende, en mayor rentabilidad. También distinguió entre dos tipos de innovación, incremental y radical, a las que nos referiremos en el apartado 3: Tipos de innovación.

Durante los casi 90 años transcurridos desde la aportación de Schumpeter muchas cosas han cambiado en el desarrollo del estudio de la innovación. Probablemente el cambio más significativo tenga que ver con la llegada al campo de estudio de otras disciplinas más allá de las económico -empresariales. Así, diferentes áreas de conocimiento de humanidades y la politología llegaron para compartir el pan de la innovación.

Sin duda esto ha abierto y amplificado el campo de la innovación, contribuyendo a incrementar su grado de democratización, si bien, en paralelo, ha traído algunos efectos indeseables, de los que merece la pena destacar la falta de consenso respecto a lo que se entiende por innovación.

Así es, profesionales de diversas disciplinas han acuñado durante las décadas precedentes casi tantas definiciones como intentos ha habido; esto ha sido el producto natural de abordar el proceso de conceptualización desde diferentes enfoques o perspectivas. Existiendo una amplia colección de esquemas conceptuales previos y de acción sobre la innovación, lo razonable era terminar acumulando definiciones, que si bien pueden presentar factores comunes, son diferentes. Esto se debe, en primer lugar, a los diferentes marcos de referencia desde las que se acuñan las definiciones y, en segundo lugar, a las diferencias individuales existentes entre autores/autoras que, aunque compartan marcos de referencia conceptual u operativo, no dejan de ser personas diferentes con visiones particulares.

Sin ánimo de exhaustividad ¹, veamos algunas definiciones que nos dicen que la innovación es:

1. El proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente (Gee, 1981).
2. El conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y lugar que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización (Pavón y Goodman, 1981).
3. Un cambio que requiere un considerable grado de imaginación y constituye una rotura relativamente profunda con la forma establecida de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad (Nelson y Winter, 1982).
4. Es sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad (Comisión de las Comunidades Europeas, 1995).
5. Un proceso que incluye la técnica, el diseño, la fabricación y las actividades comerciales y de gestión implicadas en la venta de un nuevo producto o el uso de un nuevo proceso de fabricación o equipamiento (Rothwell, 1996).

¹ Pueden encontrarse compilaciones de definiciones de innovación en los trabajos de Cilleruelo, et al. (2008), Sánchez (2011), Díaz (2018) y Díaz y Nieto (2012).

6. La introducción de formas nuevas y mejoradas de hacer las cosas en el trabajo. Es un proceso distinto de la creatividad que incluye los procesos que conducen a la generación de nuevos valores e ideas (West, et al. 2003).
7. La introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas (OCDE, 2005).
8. La conversión de ideas y conocimiento en productos, procesos o servicios mejorados para el mercado, para satisfacer así las necesidades de los ciudadanos, empresas y administraciones públicas (Corma, 2013).

Pese a la diversidad de enfoques y focos de atención en las diferentes definiciones presentadas, un simple vistazo a las mismas nos hará notar dos hechos sobresalientes.

En primer lugar, que en 1995 (definición número 4), la Comisión Europea, al hablar de innovación en su siempre citado Libro Verde de la Innovación, ya ha trascendido con claridad el enfoque meramente económico y ha ampliado su mirada al ámbito social, de ahí que hable de “producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social”. En justicia debe decirse que no es la primera ocasión en la que el término innovación social aparece en la literatura disponible, como veremos un poco más adelante al tratar en específico el concepto de innovación social, pero el hito debe señalarse por la fuerza de la institución que se pronuncia y el impacto posterior que tuvo la citada obra.

En segundo lugar, que hay dos conceptos que en el conjunto de definiciones recogidas sobresalen por su reiteración: novedad y mejora.

A continuación, complementaremos esta definición inicial exponiendo los principales tipos de innovación que podemos encontrar.

1.2. Tipos de innovación

La amplitud del concepto innovación ha llevado aparejada cierta amplitud a la hora de identificar los tipos de innovación existentes. A lo largo del tiempo se han propuesto diferentes tipologías de innovación, diferenciándose las mismas entre sí en función del foco conceptual sobre el que se han construido las tipologías.

Así, podemos identificar al menos cuatro tipologías diferentes, elaboradas según:

1. El efecto producido por el proceso innovador.
2. El objeto sobre el que se innova.

3. Los sujetos que desarrollan la innovación.
4. El nivel en el que se desarrolla.
5. La visibilidad de la innovación.
6. El sector en el que se desarrolla la innovación.

A continuación, expondremos los tipos de innovación que existen en cada una de las tipologías.

1. En función del efecto producido por el proceso innovador y como ya hemos referido, Schumpeter (1934), siendo economista y estando enfocado en procesos industriales, diferenció dos tipos innovación: incremental y radical.

En la innovación incremental se producen pequeños cambios y mejoras en las tecnologías existentes. En la innovación radical se produce un cambio total en la dirección del proceso innovador. Esto puede suponer la obsolescencia de productos o tecnologías previamente existentes, creación destructiva, e incluso una innovación radical podría dejar obsoleta a industrias o campos tecnológicos enteros. En este caso se hablaría de un cambio de paradigma tecnológico.

- **Incremental:** avance, mejora, progreso, perfeccionamiento.
- **Radical:** cambio significativo, nuevo producto o nuevo servicio.

También atendiendo a los efectos logrados por el proceso innovador, otros autores como por ejemplo Davila, Epstein y Shelton (2006), contemplan junto a la innovación incremental y radical un tercer tipo de innovación, la **semi-radical**. En este tipo de innovación, se produce un cambio significativo en el modelo de negocio o en la tecnología que este utiliza. En una cosa o en otra, no en las dos a la vez. Cuando el cambio significativo afecta tanto al modelo de negocio como a la tecnología estaríamos, según estos autores, ante una innovación radical.

- **Semi-radical:** cambio significativo en el modelo de negocio o en la tecnología.

2. En función del objeto sobre el que se innova, el Manual de Oslo (OCDE, 2005) identifica cuatro tipos de innovación:

- **Innovación en productos/servicios:** introducción en el mercado de nuevos o significativamente mejorados productos o servicios.
- **Innovación en procesos:** implementación de nuevos o significativamente mejorados procesos de fabricación, logística o distribución.

- **Innovación organizacional:** implementación de nuevos métodos organizacionales como pueden ser gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, gestión del sistema de calidad, etc., en la organización del trabajo y/o en las relaciones de la organización hacia el exterior.
- **Innovación de marketing:** implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño estético de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

3. En función de los sujetos que desarrollan la innovación, se puede distinguir entre:

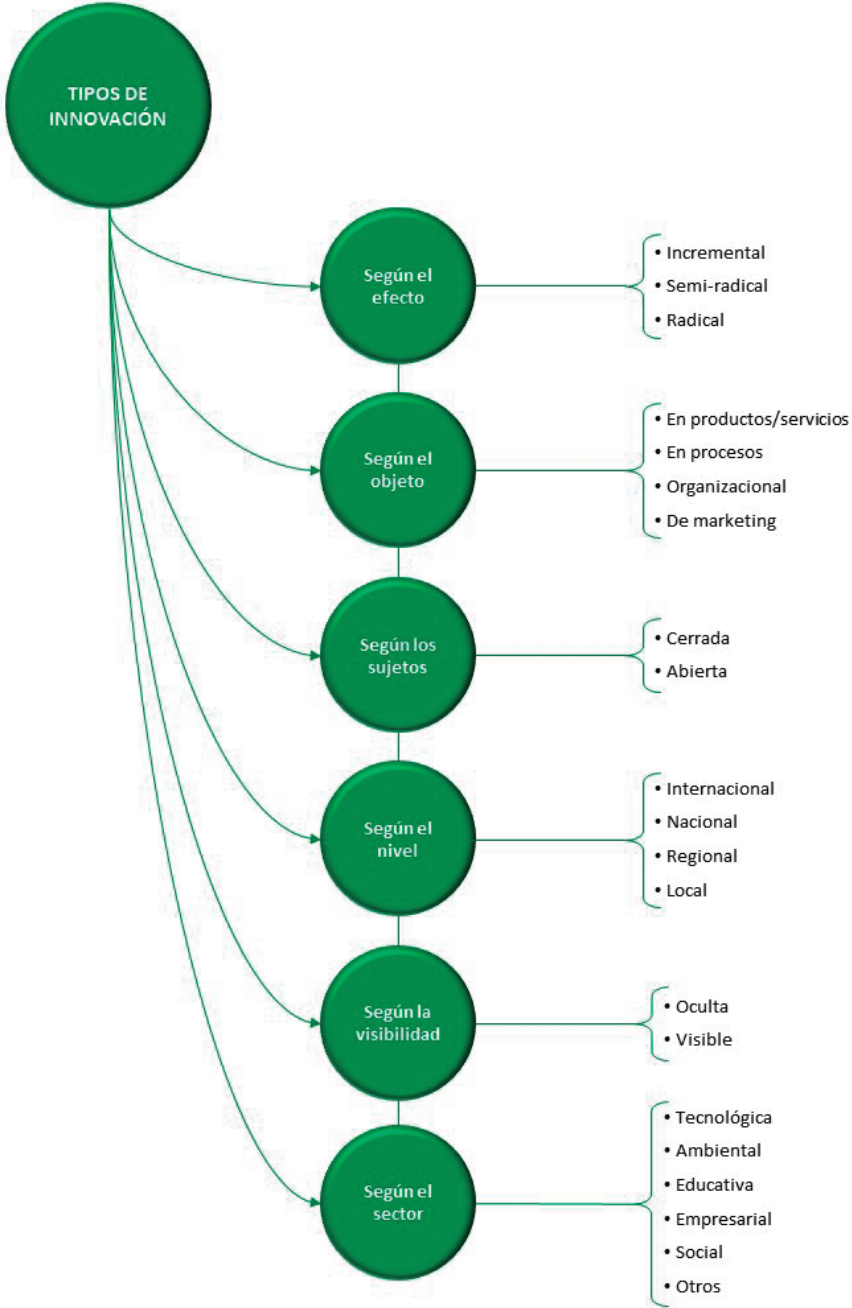
- **Innovación cerrada:** el proceso de innovación utiliza únicamente recursos internos de la organización. En el modelo clásico de innovación cerrada, la organización dispone de un departamento específico dotado de los recursos necesarios y suficientes para desarrollar innovaciones sin necesidad de recurrir a agentes, procesos o tecnología externa.
- **Innovación abierta:** el proceso de innovación que desarrolla la organización admite la cooperación de otras personas más allá de sus propios/as trabajadores/as y de otras organizaciones. Personas usuarias, clientes, proveedores, otras organizaciones, etc. participan en el proceso de innovación.

4. En función del nivel en el que se desarrolla la innovación, se puede distinguir entre:

- **Internacional:** nivel global, afecta a la mayor parte de los países.
- **Nacional:** limitada a un país.
- **Regional:** limitada a una región, por ejemplo una Comunidad Autónoma.
- **Local:** limitada a una localidad, por ejemplo un municipio.

5. En función de la visibilidad de la innovación, podemos distinguir dos tipos de innovación, si bien en este caso a ambos tipos se les puede atribuir significados diferentes:

- **Innovación oculta:** una primera acepción es aquella que entiende que la innovación oculta es aquella que las personas usuarias y clientes no ven o no perciben. Por ejemplo, una mejora en los procedimientos de gestión de la información interna de un servicio social. Una segunda acepción entiende que la innovación oculta se compone de “Actividades de innovación que no se reflejan en los indicadores tradicionales tales como inversiones en investigación y desarrollo formales o en las patentes logradas. Aunque no se mida, con frecuencia la innovación oculta representa la innovación que realmente importa, la innovación que contribuye más directamente a la práctica y comportamiento real de un sector” (Agencia de Innovación del Reino Unido para el Bienestar Social, NESTA, 2006).



- **Innovación visible:** aquella que resulta perceptible por personas usuarias y clientes, por ejemplo la puesta en marcha de un nuevo servicio de prevención de caídas en el domicilio. Por contraposición a la definición de NESTA sobre innovación oculta, la innovación visible sería aquella que queda trazada en indicadores como inversiones en investigación y desarrollo formales o patentes registradas.

6. En función del sector en el que se desarrolla la innovación, podemos identificar tantos tipos de innovación como sectores de acción/producción existen. De entre ellos destacamos:

- **Innovación tecnológica:** busca avances de índole técnico o científico.
- **Innovación ambiental:** busca aportar soluciones para una mejor y más sostenible conservación del ecosistema.
- **Innovación educativa:** busca la optimización y mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- **Innovación empresarial:** busca incrementar rendimientos económicos.
- **Innovación social:** busca la satisfacción de necesidades sociales.

Debemos tener en cuenta que estos tipos de innovación no son necesariamente excluyentes entre sí y se pueden producir múltiples combinaciones: el uso de pizarras digitales en una escuela abarca en primer plano dos ámbitos, el educativo y el tecnológico, y probablemente en un segundo plano innovación empresarial. Los aerogeneradores, molinos de viento que producen electricidad, combinan innovación tecnológica, ambiental y empresarial, y así sucesivamente.

1.3. Innovación social

Al igual que ocurre con el concepto de innovación, no existe un absoluto consenso académico acerca de qué es la innovación social, si bien en este caso el grado de concreción que se logra alcanzar entre los diferentes autores/as que se han ocupado del tema es mayor y más concreto.

El concepto se puede rastrear desde el siglo XIX (Hernández-Ascanio et. al, 2016) pero es a partir de finales del siglo XX y comienzos del XXI cuando comienza a aparecer de forma extensa de la mano de diferentes gobiernos (Nueva Zelanda, Australia, Canadá y Reino Unido según Alonso y Echeverría, 2016), organizaciones y autores/as.

Nuevamente sin ánimo de exhaustividad, veamos algunas definiciones que nos dicen que la innovación social:

1. Son prácticas más o menos directas que permiten individual o colectivamente hacerse cargo de una necesidad social no satisfecha (Chambon et al, 1982).
2. Es un término que se utiliza para referirse al desarrollo y aplicación de nuevas actividades mejoradas, iniciativas, servicios, procesos o productos diseñados para hacer frente a los retos sociales y económicos que enfrentan los individuos y comunidades (Goldenberg, 2004).
3. [Son] actividades innovadoras y de servicios motivadas por el propósito de dar respuesta a una necesidad social y que son desarrolladas y diseminadas predominantemente por organizaciones cuyos propósitos básicos son sociales (Mulgan et al, 2007).
4. Son nuevas combinaciones y/o configuraciones de las prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales, promovidas por ciertos actores o constelación de actores de una forma intencional con el objetivo de satisfacer mejor necesidades y problemas (Howaldt y Schwarz, 2010).
5. Son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales (más efectivamente que las alternativas) y que crean nuevas relaciones sociales y de colaboración fomentando las capacidades sociales para la acción (Hubert, 2010).
6. [Es el] desarrollo de productos o procesos novedosos que están orientados a la resolución de los problemas más acuciantes de las personas y a la satisfacción de sus principales necesidades; suponen una mejora de las condiciones anteriores, así como una transformación del entorno social y las relaciones humanas (Arenilla y García, 2013).

Recordemos que al hablar del concepto de innovación en sentido genérico concluimos que había dos elementos sobresalientes por su reiteración en las diferentes definiciones, la novedad y la mejora. Ahora, al hablar de innovación social debemos destacar que la mayor reiteración en las diferentes definiciones de innovación social², las encontramos en dos términos clave: novedad y satisfacción de necesidades sociales.

Tras haber abordado el concepto de innovación, sus principales tipos y el concepto de innovación social, cerramos el primer apartado de este texto, marco conceptual básico, y pasamos al segundo apartado, innovación social en Trabajo Social.

² Para compilaciones y análisis minuciosos del término innovación social pueden consultarse los trabajos de Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016), Conejero y Redondo (2016) y Krüger (2019).

2. INNOVACIÓN SOCIAL EN TRABAJO SOCIAL

2.1. ¿Qué es?

Consideramos que la innovación social en Trabajo Social es el desarrollo por parte de profesionales del Trabajo Social de acciones, servicios o productos que resultan novedosos en el contexto en el que se utilizan y tienen como objetivo satisfacer necesidades sociales o mejorar el desempeño de organizaciones dedicadas a satisfacer necesidades sociales.



A continuación, vamos a ampliar y matizar los principales elementos conceptuales incluidos en la definición dada, que en el siguiente párrafo aparecen destacados:

Es el **desarrollo** por parte de profesionales del Trabajo Social de **acciones, servicios** o **productos** que resultan **novedosos** en el **contexto** en el que se utilizan y tienen como **objetivo satisfacer necesidades sociales o mejorar el desempeño de organizaciones dedicadas a** satisfacer necesidades sociales.

TÉRMINO/S

EXPLICACIÓN

es el desarrollo

Implica acción, creación de elementos tangibles que pueden ser percibidos por las personas usuarias y/o por los/las profesionales de la organización. Excluye del concepto la mera generación de ideas, formulación de propósitos o declaraciones de intenciones. Las ideas, el propósito, la intención y elementos similares son fundamentales en el proceso de producción de innovación social, pero si no terminan traduciéndose en elementos tangibles no podemos hablar en sentido estricto de innovación social en Trabajo Social.

(de) acciones

Permite ampliar el alcance de la innovación social en Trabajo Social más allá de la generación de servicios y productos. Al decir de Alonso (2016), “Innovar no significa necesariamente crear un producto nuevo. A veces rescatar procedimientos antiguos y adaptarlos a contextos nuevos es suficiente para ser considerado como tal”.

servicios

Resultados de los procesos de trabajo de una organización que se utilizan para satisfacer necesidades sociales. Los servicios son intangibles para la persona usuaria hasta el momento en que se le presta el servicio. Por ejemplo, el servicio de teleasistencia domiciliaria.

(o) productos

Resultados de los procesos de trabajo de una organización que se utilizan para satisfacer necesidades sociales. Los productos son tangibles desde el momento en que se generan y pueden producirse sin que se lleve a cabo ninguna transacción entre la organización y las personas usuarias, si bien frecuentemente el elemento servicio está involucrado en la puesta a disposición de las personas usuarias. Por ejemplo un terminal o unidad de control remoto que se instala en el domicilio de una persona usuaria del servicio de teleasistencia domiciliaria.

(que resultan) novedosos

Algo novedoso es algo distinto o diferente de lo que había antes, algo que se percibe o experimenta por primera vez o que se añade a algo que había antes. Para determinar el grado de novedad de una acción, servicio o producto es necesario ponerlo en relación con el contexto en el que se desarrolla. Por ejemplo, el primer pro-

TÉRMINO/S	EXPLICACIÓN
	<p>grama de Housing First como alternativa al modelo tradicional de intervención con personas sin hogar surge en Estados Unidos de América en 1992. Se trató de una innovación social inicialmente local que con el paso del tiempo ha pasado a ser de nivel internacional. Ahora, diseñar y desplegar un programa de Housing First por primera vez en un municipio español será una innovación social de nivel local.</p>
(en el) contexto	<p>Espacio-tiempo en el que se desarrolla la innovación social. Define el nivel que alcanza la innovación social, que, como vimos al detallar los tipos de innovación, puede ser internacional, nacional, regional o local.</p>
(en el que se) utilizan	<p>Implica despliegue de la innovación y una puesta a disposición accesible a personas usuarias y/o profesionales. El diseño, prototipado y desarrollo de acciones, servicios o productos que no llegan a ser utilizados deberían considerarse procesos de innovación social inconclusos.</p>
(y tienen como) objetivo	<p>Lo que nos proporciona respuesta a la pregunta ¿para qué? La esencia primigenia que da sentido y orienta la acción profesional, en este caso, la innovación social en Trabajo Social.</p>
satisfacer	<p>Solucionar, resolver o mejorar significativamente.</p>
necesidades sociales	<p>Una necesidad es aquello a lo cual es imposible sustraerse, faltar o resistir. Se convierte en necesidad social cuando abarca/afecta a un colectivo de personas. Satisfacer necesidades sociales es el primer objetivo posible de la innovación social en Trabajo Social.</p>
o	<p>Esta conjunción es fundamental porque nos identifica el paso al segundo objetivo posible de la innovación social en Trabajo Social, mejorar nuestro propio hacer y los espacios organizacionales en los que lo desarrollamos.</p>

TÉRMINO/S	EXPLICACIÓN
mejorar el desempeño	Conseguir que lo que se hace se haga mejor en términos de, por ejemplo, eficacia, eficiencia o fiabilidad.
de organizaciones dedicadas a satisfacer necesidades sociales	Pone el foco en diferenciar innovación social de la innovación que se produce en otros sectores, por ejemplo el empresarial, cuya misión principal es por definición la generación de plusvalías económicas. Sin lugar a dudas en muchos casos la innovación empresarial produce satisfacción de necesidades sociales, pero esto es un efecto secundario del cumplimiento de la misión principal de la empresa, razón por la cual resulta más apropiado denominarlo innovación empresarial y no innovación social.

2.2. ¿A quién le incumbe?

En otros términos, ¿a quién le corresponde, compete, concierne o atañe la innovación social en Trabajo Social? Todo el ecosistema que conforma el Trabajo Social tiene algo que aportar en torno a la innovación social.

La satisfacción de necesidades sociales es parte inherente a nuestra profesión y la contribución al desarrollo de acciones, servicios o productos novedosos en un contexto determinado, con el objetivo de dar mejores respuestas a dichas necesidades sociales, nos atañe a todas las personas que ejercemos el rol de trabajador/a social. Así mismo, consideramos que la mejora del desempeño de las organizaciones también incumbe a cuántas personas la componen.

El uso del término “incumbe”, como sinónimo de “corresponde”, “compete”, “concierne” o “atañe”, no pretende cargar de responsabilidades a nadie, dado que esas responsabilidades muchas veces resultan inasumibles en la práctica. Es una invitación a formar parte de la innovación social en Trabajo Social en la medida de las posibilidades de cada persona y organización que integra nuestro ecosistema, porque, insistimos, todas las partes tienen algo que aportar.

Resulta obvio que en función del espacio profesional que cada persona ocupamos podemos asumir una u otra responsabilidad, y que hay casos en los que las limitaciones organizacionales impiden a las y los profesionales realizar aportes concretos y específicos en el ámbito de la innovación social. Pero cuando esas limitaciones no existen o no son definitivas a la hora de

impedir la participación en la innovación social, personas y organizaciones son bienvenidas al proceso de innovar. Estamos luchando contra el conocido lema de “Qué innoven otros” y dando pie a un modelo de innovación abierta en el que la contribución colectiva, desde muy diferentes espacios profesionales, es una excelente estrategia para el desarrollo de la innovación social y la consecución de sus objetivos.

Todo el ecosistema que conforma el Trabajo Social, profesionales, organizaciones públicas, del tercer sector y privadas, universidades, organizaciones corporativas (Consejo General, Consejos Autonómicos y Colegios Profesionales) y personas usuarias, pueden realizar contribuciones a la innovación social.

Las y los profesionales que desarrollan su práctica en contacto directo con la población tienen una cercanía a la realidad social que en muchas ocasiones les permite ser el primer punto de detección de nuevas necesidades sociales y/o son el radar que detecta que lo que antaño era una solución razonable hoy ha quedado anquilosada y ya no sirve más a los propósitos para los que fue creada. Este valor que aporta la cercanía y en muchos casos inmersión en la vida cotidiana de las personas que componen nuestros barrios, ciudades y sociedades es crítico para poder iniciar, desarrollar y probar procesos de innovación social.

Las organizaciones (administraciones) públicas pueden respaldar e impulsar nuevas iniciativas surgidas desde procesos de innovación social, ejerciendo como fuerza tractora de otros tipos de organizaciones a las que puede estimular a través de su propio comportamiento comprometido con la innovación social. Así mismo, deben asumir las responsabilidades jurídicas ya contraídas y comprometerse de modo efectivo a dar respuestas efectivas a necesidades que surgen en el seno de una sociedad para la cual trabajan y que, en determinados niveles, es quien les permite acceder a una posición desde la que se desarrolla la administración de bienes comunes.

Las organizaciones del tercer sector tienden a ocupar un espacio social privilegiado ya que se trata de un espacio al que no siempre llega con facilidad la administración pública y no siempre interesa a las organizaciones privadas. Esto ha permitido a un buen número de organizaciones de este tipo dar respuesta a demandas, aspiraciones y necesidades sociales que ni los poderes públicos ni el sector privado atendían adecuadamente. Esa posición en el espacio social convierte a las organizaciones del tercer sector en partes fundamentales para la innovación social, a la que pueden aportar su agilidad, cercanía en los territorios y actuación sin las exigencias que, tarde o temprano, termina imponiendo el ánimo de lucro.

Las organizaciones privadas pueden comprometerse con la innovación social aportando su, en ocasiones, especializado conocimiento y eficientes métodos de trabajo, sin perjuicio de que, por supuesto, esta no es una fortaleza exclusiva de las organizaciones

privadas y puede encontrarse en determinadas administraciones públicas y organizaciones del tercer sector. Es fundamental, que los objetivos empresariales no se antepongan a los propios de la innovación social ni que esta sea utilizada por las empresas como medio para el desarrollo comercial, económico o financiero de la propia empresa. Las sinergias cooperativas entre diferentes tipos de organizaciones, articuladas desde un trasfondo ético realmente compartido, transparentes y justas entre partes, son bienvenidas y benefician los procesos de innovación social.

Las universidades tienen un papel esencial en la transferencia de conocimiento relacionado con la innovación social (método, procesos, procedimientos, técnicas, resultados, etc.) a su alumnado de todos los niveles, desde el grado hasta el doctorado, y un papel aún más crítico si cabe en la tarea de hacer aparecer la innovación social en las agendas, currículos y competencias a desarrollar.

Las organizaciones corporativas, Consejo General, Consejos Autonómicos y Colegios Profesionales, pueden ejercer una positiva influencia en los procesos de innovación social acercando la misma a sus respectivas colegiaturas, ayudando a sus colegiadas y colegiados a visualizar el resultado de sus innovaciones sociales, articulando espacios que estimulen y faciliten la interacción entre profesionales en torno a la innovación social, centralizando y distribuyendo información sobre innovación social en el ámbito del Trabajo Social, etc.

En definitiva, la innovación social en y desde el Trabajo Social será tanto más fuerte y exitosa cuantos más agentes se involucren en la misma y mayores cotas de cooperación logremos entre las diferentes partes que conforman nuestro ecosistema.

2.3. ¿Cuál es el reto de la innovación social?

El diccionario de la lengua española de nuestra Real Academia nos dice que un reto, en su quinta acepción, es un “objetivo difícil de llevar a cabo y que constituye por ello un estímulo y desafío para quien lo afronta”.

¿Es un reto la innovación social para nosotras y nosotros, profesionales del Trabajo Social?, ¿nos reta la innovación social?

Desde el Consejo General del Trabajo Social pensamos que sí, rotundamente sí. La innovación social en Trabajo Social, como cualquier otro proceso de trabajo, tiene sus requerimientos, sus exigencias, que deben atenderse y cumplirse si queremos que el proceso se ajuste al concepto que lo define y si queremos que el proceso, en este caso la innovación social, aporte valor a nuestra disciplina, organización, proyecto de trabajo concreto, a nosotros/as mismos/as y, por encima de todo, a las personas destinatarias de nuestras acciones.

Esta idea sobre la necesidad de que nuestro hacer profesional aporte valor nos parece algo absolutamente fundamental. Vivimos y trabajamos en un espacio-tiempo regido por el cambio social acelerado, el surgimiento de nuevas realidades y necesidades sociales y la limitación de recursos disponibles; todo esto hace que las necesidades de eficacia, eficiencia y fiabilidad sean, probablemente, más importantes que nunca. Es necesario que el ecosistema del Trabajo Social muestre su claro valor social y la forma en la que enriquece los sistemas en y para los que se desarrolla.

Y cabe preguntarse, ¿cómo nos reta la innovación social? Nos reta, nos desafía a través de sus requisitos, de sus exigencias. El reto de la innovación social es el conjunto de requisitos y exigencias que la misma tiene para poder desarrollarse con corrección técnica y metodológica y aportar valor a los sistemas en los que se desarrolla el Trabajo Social.

A continuación, vamos a exponer algunas de las exigencias de la innovación social. No ocultamos nuestro deseo de que las y los profesionales del Trabajo Social relacionen estas exigencias de la innovación social con su realidad concreta y cotidiana: ¿qué tiene que ver esta exigencia conmigo? ¿qué tiene que ver esta exigencia con la organización en la que trabajo? ¿qué tiene que ver esta exigencia con el proyecto en el que me desempeño? ¿qué tiene que ver esta exigencia con las personas con y para las que trabajo? Las respuestas que cada persona lectora nos demos pueden ser el punto de partida del estímulo que aporta la innovación social: recordemos que el concepto estímulo forma parte de la definición de reto según la RAE.

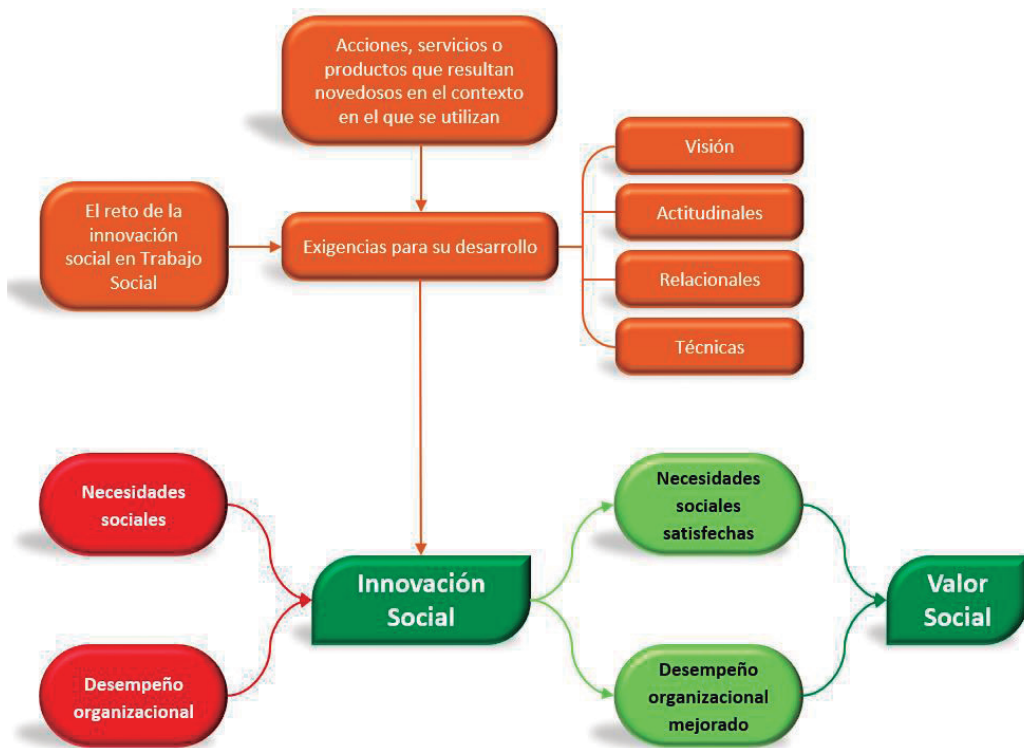
Las principales exigencias de la innovación social se pueden agrupar en cuatro categorías lógicas. Así, identificamos exigencias relacionadas con la visión que mantenemos acerca de la innovación social, exigencias actitudinales, exigencias relacionales y, por último, exigencias técnicas.



2.3.1. Exigencias relacionadas con la visión

En este apartado destacamos dos exigencias principales:

1. Comprender la accesibilidad de la innovación social en y desde el Trabajo Social.
2. Comprender y aceptar las capacidades de la innovación social.



1. Comprender la accesibilidad de la innovación social en y desde el Trabajo Social

Generar innovación social desde el Trabajo Social es posible. Y es constante, ocurre continuamente a lo largo y ancho de nuestro país, por más que buena parte de la misma quede oculta y no se comparta.

Es importante desmitificar la innovación social en el sentido de que es un terreno reservado a grandes departamentos dedicados en exclusividad a la investigación y desarrollo,

a sesudas personas académicas que imaginan nuevas soluciones manejando una ingente cantidad de información proveniente de la investigación o de profesionales dotados de una especie de talento mágico para la invención.

Más bien al contrario, la innovación social desde el Trabajo Social puede estar al alcance de cualquier profesional focalizado en desarrollar acciones, servicios o productos que resulten novedosos en su contexto de trabajo y que busquen satisfacer necesidades sociales o mejorar el desempeño de su organización.

Pero también hay que desmitificarla en el sentido de que es cuestión de “un rato” y que sólo basta con tener voluntad o, en su defecto, talento creativo. Lamentablemente el proceso de generación de innovaciones sociales no funciona así. La buena disposición y el sacrificio permanente no garantizan el éxito; el adecuado manejo técnico-conceptual y el esfuerzo sí.

Gestionar las exigencias que citamos en este documento son condiciones necesarias la mayoría de las veces y, en ocasiones, aún pueden revelarse como condiciones no suficientes.

2. Comprender y aceptar las capacidades de la innovación social

Lo que hoy entendemos y hemos definido como innovación social en Trabajo Social lleva contribuyendo a construir un mundo mejor, generar bienestar en individuos/as, grupos y comunidades y satisfacer necesidades sociales desde el origen mismo de nuestra profesión. Por más que nuestra profesión tenga importantes retos pendientes, somos más y mejor y aportamos mayor valor social que hace, por ejemplo, 30 años.

En gran parte esto es así porque hemos sido capaces de generar innovación social. Puede ser que en ocasiones no pudiéramos conceptualizarlo como tal o que nuestro grado de conciencia respecto a lo que significaba lo que estábamos haciendo en relación al mundo de la innovación no fuere muy elevado, pero estábamos generando innovación social.

En paralelo a esta idea no podemos olvidar el carácter mágico que ya mencionamos en la introducción de este documento y que puede conducirnos a entender que todo pasa por la innovación social y que ésta será el elemento salvífico de todos los males, déficits y debilidades de nuestra sociedad, organización o personas con las que trabajamos.

No dudamos en afirmar que el desarrollo de la innovación social en Trabajo Social puede configurarse como uno de los más potentes motores del cambio social y, por ende, del refuerzo de nuestra profesión y del incremento del valor social que generamos y volcamos

a la sociedad. Esto ya ha trascendido el mero nivel de promesa y hay suficiente evidencia empírica respecto a que así es. Sin embargo, una expectativa mágica respecto a la generación de resultados mágicos, con mínimo esfuerzo y en cortos plazos de tiempo sólo puede conducir a la frustración.

La innovación social resolverá, como viene haciendo desde hace décadas, muchas necesidades sociales y mejorará el desempeño de las organizaciones dedicadas a satisfacer dichas necesidades sociales, pero no resolverá todos los problemas de nuestra sociedad, organización o personas con las que trabajamos.

2.3.2. Exigencias actitudinales

En este apartado destacamos tres exigencias principales:

1. Lo primero es lo primero. Actitud innovadora.
2. Actitud crítica hacia nuestro propio hacer.
3. Actitud de mejora.

1. Lo primero es lo primero. Actitud innovadora

Entendiendo que una actitud es la forma o manera en la que estamos dispuestos a comportarnos u obrar, la actitud innovadora se manifiesta mediante conductas de flexibilidad, apertura y tolerancia hacia lo nuevo, de cuestionamiento hacia lo establecido, lo cual incluye la segunda exigencia de este apartado, actitud crítica hacia nuestro propio hacer, y de deseo de mejora, que incluye la tercera exigencia de este apartado, actitud de mejora.

La necesidad de una actitud innovadora en relación al proceso de innovación social se manifiesta a lo largo de todo su proceso. Desde el primer momento de detección de nuevas necesidades sociales o áreas de mejora organizativa, hasta el despliegue de las nuevas acciones, servicios o productos.

Esto no siempre es fácil pues en sí mismo requiere desprenderse de lo sabido, del “siempre se hizo así”, “es lo que hay”, “mejor malo conocido que bueno por conocer” y similares expresiones-actitudes que actúan como potentes venenos tóxicos paralizadores de los procesos de innovación y cambio. La actitud innovadora requiere aceptar que lo nuevo produce inseguridades y miedo a la pérdida de elementos históricos que dan seguridad. Y ese miedo genera una ansiedad que nuestro encéfalo tranquiliza volviendo a lo conocido, a lo que da seguridad, a lo de siempre.

Todo esto exige inevitablemente una adecuada gestión de la incertidumbre, de esa falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo nuevo que está por llegar, una acción, servicio o producto novedoso en nuestro contexto.

Por eso mantener una actitud innovadora exige cierta capacidad para asumir riesgos, que previamente deben haber sido analizados y medidos y exige cierta tolerancia a la incertidumbre.

Después de todo, más allá de nuestra profesión, como especie seguiríamos siendo personas cazadoras recolectoras si no hubiese habido un grupo de arriesgados pensadores que se atrevieron a cultivar plantas y criar animales. Volcando la mirada hacia nuestra propia profesión, ¿qué hubiera sido de la misma sin la actitud innovadora? Hoy seríamos asistentes/as sociales. Volcando la mirada hacia las personas con las que trabajamos, estas hoy reciben de nosotras y nosotros algo que está bastante más allá de la caridad y el mero asistencialismo, y esto se debe en buena parte a modos alternativos de pensar respecto a la mejor forma de satisfacer necesidades sociales.

2. Actitud crítica hacia nuestro propio hacer

Tiene que ver con la disposición a admitir nuestros errores y/o posibilidades de mejora, con el objetivo de corregirlos mediante nuevas acciones. Esto es difícil. La ciencia cognitiva y la neurología nos han demostrado que, como línea base, como punto de partida, a nuestro cerebro le gusta tener razón. Eso como punto de partida y para todos y todas. Luego además están los factores culturales, pues es evidente que hay culturas más apegadas al gusto por tener razón, cada cultura tiene en su sistema de patrones culturales un grado de permiso otorgado para no tener razón, otorgado a la posibilidad de equivocarse, y en cada cultura hay un grado de educación determinado sobre y hacia la actitud crítica.

Sea cual sea el factor cultural bajo el que nos encontremos, en el proceso de autocrítica todas y todos estaremos bajo el influjo y efecto de ciertos sesgos cognitivos, distorsiones en el procesamiento de la información que pueden dificultar e incluso impedir avanzar a los procesos de innovación social.

Por eso es importante gestionar nuestras tendencias naturales a, entre otras cuestiones:

- Favorecer la información que confirma nuestros propios presupuestos o hipótesis: sesgo de confirmación.
- Llevar a cabo críticos escrutinios de la información que contradice nuestras principales creencias y aceptar sin criterio aquella información que es congruente con nuestras principales creencias: sesgo de disconformidad.

- Recordar las decisiones propias como mejores de lo que realmente fueron: sesgo retrospectivo.
- Sobrestimar el grado en el cual los demás coinciden o están de acuerdo con nuestros propios hábitos, valores y creencias: efecto del falso consenso.
- Creer que somos mejores de lo que en realidad somos y mejores que la media: ilusión de superioridad.
- No darnos cuenta de los propios prejuicios cognitivos y/o tendencia a vernos a nosotras/os mismas/as como menos sesgadas/os que las demás personas: sesgo de punto ciego.

3. Actitud de mejora

La actitud de mejora exige instalarse en la insuficiencia permanente, aceptar que siempre se puede mejorar. No debe confundirse la insuficiencia permanente con la insatisfacción permanente.

La actitud de mejora exige abandonar el sectarismo, sea este individual o grupal. Tengamos presente el sesgo cognitivo individual de la ilusión de superioridad al que ya hemos hecho referencia, que nos hace creer que somos mejores de lo que en realidad somos y mejores que la media. Tengamos presente la ilusión grupal, ese fenómeno que ensalza las cualidades del grupo y tiende a configurarlo en una posición de omnipotencia (Anzieu, 1981). Entre la omnipotencia del “todo se puede” y la impotencia del “nada es posible”, queda la óptima posición de potencia desde la que sí se puede generar el cambio.

Tener que mejorar a veces significa que las cosas se hicieron bien, pero se pueden hacer un poco mejor. Esto suele ser muy estimulante y relativamente fácil de gestionar porque se parte del éxito. Sin embargo, a veces tener que mejorar significa que hemos fracasado. Esto suele ser doloroso y es más difícil de gestionar. Se debe a varios factores; indudablemente están presentes los factores neurológicos. El éxito llena nuestro organismo de dopamina, neurotransmisor fundamental en los circuitos cerebrales de recompensa y que genera los sentimientos de gozo y placer y genera refuerzos que motivan la conducta de la persona para que realice determinadas actividades. El fracaso, término que emana del vocablo italiano *fracassare* que puede traducirse como “estrellarse” o “romperse”, cuando es entendido como pura y simple derrota y no se perciben, rescatan y utilizan sus aspectos positivos y edificantes, puede ser demoledor.

Efectivamente el fracaso no le gusta a nuestro encéfalo. Cuando ocurre inhibe la producción de diferentes neurotransmisores, principalmente dopamina, serotonina y noradrenalina y esto, a su vez, hace que se incremente la producción de endorfinas que a su vez debilitan

el sistema inmunológico. No nos gusta fracasar. Daniel Kahneman, psicólogo y Premio Nobel de economía en 2002 determinó que el dolor del fracaso es dos veces más intenso que la felicidad que sentimos al tener éxito.

A estos obstáculos neurológicos hay que sumar los socioculturales. La sociedad penaliza el fracaso, ocultando bajo la alfombra que la mejora surge en un buen número de casos desde el fracaso. Y muchas veces nos hacemos cómplices de ese ocultamiento, por ejemplo relatando y publicando casos de éxito, de los que siempre se aprende pero probablemente no tanto como de los casos fracasados.

Por eso, para impulsar la actitud de mejora que nos exige la innovación social es necesario resituar el sentido del fracaso. El fracaso es necesario, casi una condición necesaria, aunque no suficiente, para llegar al éxito. Desde otro ámbito, recordamos a Thomas Alva Edison, con la fuerza que le dan sus 1.093 patentes registradas, que nos alumbró en este aspecto cuando logró crear una bombilla que no se quemaba. Para ello tuvo que trabajar con más de 300 esquemas teóricos y sólo la composición de los filamentos le exigió hacer pruebas con las fibras de 6.000 plantas distintas. Tras más de mil fracasos, logro el éxito. Y entonces acuñó la famosa expresión “No fueron mil intentos fallidos, fue un invento de mil pasos”.

No temamos al fracaso. Se va a producir. Y nos va a producir frustración. Aprendamos del fracaso, que es lo mismo que decir fracasemos bien y aceptemos y gestionemos eficientemente la frustración que el fracaso trae.

Desde estas posiciones, fracasar bien y gestionar bien la frustración, estaremos en la óptima actitud de mejora que nos demanda la innovación social.

2.3.3. Exigencias relacionales

En este apartado destacamos tres exigencias principales:

1. Trabajo en equipo.
2. Trabajo en red.
3. Trabajo con personas usuarias.

1. Trabajo en equipo

Aunque el acto creativo de generación de nuevas ideas puede ser un acto individual, el proceso de innovación social se beneficia, cuando no requiere, del trabajo en equipo.

Equipos homogéneos en la tarea, buscar nuevas soluciones y/o mejoras, pero heterogéneos en su composición, son el medio ideal para el desarrollo de nuevas acciones, servicios o productos. Como señala Alfonso Carlos Morales (2009), “La diversidad cultural, académica, generacional, potencia la generación de ideas cuando dicha diversidad es canalizada adecuadamente hacia un resultado común (resolver esa necesidad apremiante, en el caso de la innovación social)”.

Se han escrito ríos de tinta escritos desde muy diversas disciplinas respecto a los factores condicionantes del trabajo en equipo, sus propias exigencias, necesidades, riesgos y oportunidades, de los que nos parece pertinente destacar al menos los siguientes para el marco de la innovación social desde el Trabajo Social:

- Establecer y mantener un claro encuadre de trabajo (espacios, tiempos, objetivos, metodología, responsabilidades, etc.)
- Gestionar la pertenencia grupal. Desarrollar acciones que permitan pasar del yo al nosotros/as. “Ninguno/a de nosotros/as es tan inteligente como todos/as nosotros/as juntos/as”.
- Gestionar activamente los procesos de comunicación. Facilitar la instauración de estilos de comunicación asertivos que permitan y faciliten, entre otras cuestiones, confrontaciones positivas.
- Fomentar y reforzar la cooperación. Transitar lo antes posible de la competencia a la colaboración y de la colaboración a la cooperación. Se colabora porque se tiene que colaborar y se coopera porque se desea. Ese deseo es una de las mayores fuerzas de la producción grupal y, a su vez, un potente factor de protección del propio proceso grupal y sus dinámicas.
- Mantener el foco en los objetivos grupales, incrementando así la pertinencia grupal. Paso a paso, una cuestión en cada momento, focalización continua en la tarea y evitación de la multitarea.

2. Trabajo en red

El trabajo en red, al igual que el trabajo con personas usuarias, nos lleva al ámbito de la innovación abierta. Como ya señalamos, este tipo de innovación se caracteriza por trascender el micro entorno de una organización concreta y busca la participación de otras personas “externas” a la organización: otras organizaciones, personas usuarias, clientes, proveedores, etc.

Mantiene las exigencias del trabajo en equipo, pero las incrementa al añadir la complejidad que produce la puesta en común de conocimiento proveniente de sistemas (organizaciones) diferentes.

A cambio de una mayor exigencia en la gestión del proceso por la complejidad incrementada, el trabajo en red ofrece todas las ventajas inherentes a la gestión del conocimiento compartido y puede ser imprescindible a la hora de trasladar acciones y experiencias concretas de un contexto a otro en el que van a resultar novedosas y, por lo tanto, se configuran como proceso de innovación social para el nuevo territorio y organización.

3. Trabajo con personas usuarias

Si bien no siempre es posible y en ocasiones no es necesario o deseable incorporar a las personas usuarias a los procesos de innovación social, no podemos olvidar que en muchas situaciones quien realmente tiene la experiencia sentida de la necesidad social es, precisamente, quien la padece.

Por otro lado, el diseño de servicios o productos que incorpora la visión, opiniones y experiencia de las personas usuarias sobre ideas iniciales, el diseño o los prototipos, cuenta con una información única que sólo puede aportar, precisamente, quien se va a beneficiar de dicho servicio o producto.

En el ámbito comercial y de productos, en menor medida en el de servicios, las empresas tienen esto claro desde hace décadas. No sale al mercado un producto alimenticio que no ha sido probado y reprobado por toda la gama de consumidores/as a los que está destinado. Podemos aprender de estas consolidadas prácticas y aplicarlas en el ámbito del Trabajo Social. Podemos contar con el pensamiento, emoción y acción de las personas para las que estamos diseñando nuevos servicios o productos. Hacerlo implica y nos exige horizontalidad en nuestro rol, abandono de posiciones de claridad y poder profesional mal entendido, otorgar poder y claridad a las personas usuarias y saber gestionar, con el método y técnicas adecuadas, esa relación exploratoria y de coparticipación en el diseño de nuevas soluciones.

2.3.4. Exigencias técnicas

En este apartado destacamos tres exigencias principales:

1. Tiempo.
2. Método y herramientas.
3. Tecnología.



1. Tiempo

El tiempo es indispensable. Para desarrollar cualquier acción humana necesitamos tiempo. En paralelo a la simplicidad de estas afirmaciones discurre el hecho de que la falta de tiempo es una de las razones fundamentales para no implicarse en procesos de innovación social, sean estos con el objetivo de satisfacer necesidades sociales o para mejorar nuestras organizaciones.

Sin que sea estrictamente necesario dedicar miles de horas anuales a la innovación social no puede pretenderse el desarrollo de acciones, servicios o productos que respondan a los objetivos de la innovación social sin una adecuada y mínima asignación de tiempos. Lamentablemente la innovación social no es una cuestión de “un rato” y requiere, en primerísimo lugar, una asignación formal de tiempos, claramente encuadrados, respetados, no inundados y continuamente violentados por lo urgente, tiempos en los que las personas

implicadas puedan estar realmente focalizadas en la tarea de ese tiempo: impulsar el proceso de innovación social.

Las organizaciones de todo tipo y sus profesionales tenemos un reto esencial en abandonar la permanente urgencia para ser capaces de habilitar en las agendas tiempos para lo importante: planificación, evaluación, sistematización de la práctica, innovación, etc.

2. Método y técnicas

Si cuando hemos revisado los conceptos de innovación e innovación social hemos encontrado cierta dispersión conceptual, lo mismo ocurre cuando hablamos del método para innovar. Tantas autorías consulten las personas lectoras, tantos modelos y propuestas diferentes encontrarán.

Más allá de que el proceso de innovación se articule a través de un método u otro, con unas etapas u otras, la esencia de esta exigencia es dotarse de un método sistemático que permita guiar las acciones y canalizar los esfuerzos de modo eficiente.

Como ya hemos señalado al hablar de a quién incumbe la innovación social, las universidades pueden jugar aquí un papel primordial, facilitando formación especializada en método y técnicas para la innovación social. Y este papel puede ser complementado con las estructuras dedicadas a la formación continua y especializada de las que están dotadas nuestras organizaciones corporativas, Consejo General, Consejos Autonómicos y Colegios Profesionales.

3. Tecnología

Ni toda innovación social pasa necesariamente por el uso intensivo de la tecnología, sea esta informática o de otra naturaleza, ni la tecnología puede dejarse sistemáticamente al margen de la innovación social.

Se puede seguir viajando en un carro tirado por bueyes, pero también existe el automóvil. Y éste nos permite ir más rápido y llegar más lejos de forma más eficaz y eficiente, de una forma que el propietario del antiguo carro probablemente ni siquiera llegó a imaginar. Algo similar ocurre con la tecnología y la innovación social; el desarrollo tecnológico ha experimentado avances espectaculares en infinidad de sus áreas y sectores y hoy nos permite procesos y resultados que no nos hubiéramos atrevido a imaginar hace tan sólo cinco años. Por eso la innovación social no puede, a priori, desdeñarse y permanecer ajeno a las posibilidades que abre la tecnología, nunca como fin en sí misma, sino como elemento facilitador para la satisfacción de necesidades sociales o la mejora de nuestras organizaciones.

En el ámbito del Trabajo Social tenemos un reto histórico en naturalizar, integrar y rentabilizar nuestra relación con la tecnología, principalmente y por cercanía y aplicabilidad la informática, reto que debemos y podemos afrontar con decisión para rápidamente beneficiarnos de todas las posibilidades y retornos positivos que ofrece la tecnología.

3. EPÍLOGO

La innovación social en Trabajo Social ha sido parte constitutiva de nuestra profesión desde sus orígenes hasta el presente, y así continuará siendo a futuro porque forma parte nuclear y estructural de la misma, está embebida en nuestro ADN profesional.

Alonso y Alonso (2017:19) lo explican a partir de nuestra histórica definición del rol profesional de agentes de cambio: “Los profesionales de trabajo social han solido definirse a sí mismos como agentes de cambio en un entorno de injusticia estructural. Su propósito consiste por ello en transformar el entorno social para que se convierta en más justo, más inclusivo y más receptivo ante la diferencia, la desigualdad y la exclusión. Lógicamente de aquí se deduce que esencialmente esta profesión debería ser innovadora. Se ponen en circulación ideas, protocolos y métodos para transformar desigualdades e injusticias. Pero, en otro sentido, parece que es necesario que los trabajadores sociales innoven porque se enfrentan a un mundo y a una sociedad cambiante en el tiempo. En consecuencia, tienen que reinventarse en cada momento particular”.

Si la innovación social en Trabajo Social ha resultado ser fruto de la necesidad interna de la propia profesión, una imposición de las circunstancias y contextos en los que hemos desarrollado nuestra práctica o impulsada por las características personales de sus profesionales, es algo para lo que hoy no tenemos respuesta certera. Sí nos atrevemos a avanzar la idea de que cuando la investigación nos alumbró a este respecto probablemente nos ofrecerá explicaciones multicausales en las que nuestra historia, nuestra definición del objeto de trabajo, las circunstancias y contextos, nosotras y nosotros como agentes desarrolladores de la profesión y otros elementos han confluído hasta hacer de la innovación social una marca característica del Trabajo Social.

Cuestión diferente es la visualización social y el reconocimiento que la profesión haya podido recibir de esta marca característica y de sus logros en la materia. Como señalan también Alonso y Alonso (2017:20) “Durante mucho tiempo se ha considerado que el trabajo social no es una profesión especialmente innovadora... Podríamos decir que, en realidad, la innovación en Trabajo Social se ha soslayado casi por completo porque no han existido herramientas capaces de hacerlo visible”. Con seguridad en este sentido se perfila un reto para nuestra profesión, que tiene que ver con incrementar y mejorar nuestra capacidad para visualizar y poner en valor lo que hacemos, contribuyendo así a que gran parte de lo que hoy es innovación oculta pase a ser pública, conocida y difundida.

Por otro lado, pese a los incuestionables beneficios que ha traído la innovación social a nuestra sociedad, queremos insistir en evitar otorgarle un carácter mágico. La innovación social no está llamada a ser la solución única a determinadas cuestiones que, por ser estructurales, tener

fuertes dependencias de voluntades políticas o, simplemente, quedar fuera de su alcance, requieren para su solución de otros procesos de trabajo.

Igual de importante nos parece evitar que las limitaciones propias de la innovación social nos lleven a criticarla, devaluarla o denostarla. Ambos extremos, de la simple moda a la varita mágica que todo lo soluciona y a los que ya hicimos referencia en la introducción de este documento, poco o nada aportan al bienestar social ni al desarrollo de nuestra profesión. Reiteramos que la innovación social resolverá, como viene haciendo desde hace décadas, muchas necesidades sociales y mejorará el desempeño de las organizaciones dedicadas a satisfacer dichas necesidades sociales, pero no resolverá todos los problemas de nuestra sociedad, organización o personas con las que trabajamos.

Por último, destacamos que la innovación social es un proceso complejo, como complejo es el proceso de dar respuestas efectivas a las necesidades sociales y de mejorar las organizaciones que a ello se dedican. Esto es así porque muchas de las realidades con las que trabajamos son tremendamente complejas, por lo que intervenir en y con esas realidades es un proceso complejo y difícil; requiere unos conocimientos muy amplios de tipo general y específico, habilidades perceptuales, conceptuales y de análisis, capacidad técnica, capacidad para soportar la incertidumbre, la confusión, la falta de estructura, la frustración que produce el fracaso, etc.

¿Cómo podrían parecernos sencillas gran parte de las realidades que se nos presentan y en las que nosotras y nosotros, profesionales, tomamos parte? ¿Cómo nos pueden parecer sencillos los fenómenos de la violencia, la inmigración, la enfermedad mental crónica, la pobreza o el dolor de la pérdida irreparable? ¿Cómo puede parecernos sencilla la angustia de una persona que no encuentra respuestas para lo inexplicable?

Cuando aceptamos que nuestra tarea va más allá de la prescripción de recursos, la gestión administrativa o la atención flotante, aceptamos que entramos en un terreno de mayor complejidad que, necesariamente, muestra mayores niveles de exigencia. La complejidad se configura como un reto y se manifiesta a través de una serie de exigencias, de las que hemos rescatado y comentado en las páginas precedentes las más significativas a nuestro entender. Pero la complejidad se puede gestionar. Esto requiere nuevas formas de leer, pensar sentir y actuar sobre las realidades en las que intervenimos, y este nuevo modo de hacer requiere esfuerzos.

Desde el Consejo General del Trabajo Social manifestamos nuestro firme compromiso con la tarea de impulsar y apoyar la innovación en Trabajo Social. Es nuestra misión y deseo contribuir a la mejora del bienestar social y a la puesta en valor de nuestra profesión. Y necesitamos que os suméis a estos fines y procesos de trabajo. La profesión necesita vuestra actitud innovadora para hacer avanzar el bienestar social con mayor fuerza y velocidad.

Somos conscientes y sensibles al hecho de que muchas compañeras y compañeros pueden experimentar fuertes limitaciones impuestas por sus contextos de trabajo para acercarse a la innovación social y convertir su actitud innovadora en realidades concretas y tangibles. Somos conscientes y sensibles al hecho de que los años 2020 y 2021 han sido especialmente duros y complejos debido a la pandemia Covid-19 que en muchos casos ha producido un intenso cansancio que sin duda puede dificultar acercarse y enfrascarse en procesos de innovación social. Pero detenernos unos minutos para traer a nuestra mente consciente los fines últimos de nuestra profesión, contribuir efectivamente al progreso de la humanidad, al bienestar de mujeres y hombres, nos convierte en profesionales esperanzados/as.

Y, después de todo, “Únicamente la gente esperanzada realiza esa cuota de esfuerzo adicional que a veces marca la diferencia entre el éxito y el fracaso” (Haley, 1980: 71).

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, D. (2016). Trabajo social y tecnología: aceptación y uso entre profesores en formación. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/36975/1/T37007.pdf>
- Alonso, A. y Alonso, D. (2017). "Un acercamiento a la innovación social oculta desde el trabajo Social". En E. Raya (Coord.), Innovación social en la práctica del trabajo social. (19-34). Valencia: Tirant Humanidades.
- Anzieu, D. (1984). El grupo y el inconsciente. Lo imaginario grupal. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Arenilla, M. y García, R. (2013). Innovación Social. La integración social en la administración pública. La Coruña: Editorial Netbiblo.
- Brown, L. (2013) "A Lasting Legacy? Sustaining Innovation in a Social Work Context". The British Journal of Social Work, 45, 1. 138-152.
- Chambon, J.L., David, A. y Devevey, J.M. (1982). Les innovations sociales. Paris: Presses Universitaires de France.
- Filleruelo, E., Sánchez, F. y Etxebarria, B. (2008). "Compendio de definiciones del concepto «innovación» realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto". Dirección y Organización, 36. 61-68. <https://www.revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/7171>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (1995). Libro verde la innovación. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:eb5dae41-104d-4724-ac99-d7cbcfa11b86.0008.01/DOC_1&format=PDF
- Conejero, E. y Redondo, J.C. (2016). "La innovación social desde el ámbito público: conceptos, experiencias y obstáculos". Gestión y análisis de políticas públicas, Nueva época, 15. 23-42.
- Corma, F. (2013). Innovación, innovadores y empresa innovadora. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Davila, T., Epstein, M.J. y Shelton, R. (2006). Making Innovation Work: how to manage it, measure it and profit from it. New Jersey: Wharton School of Publishing.
- Díaz, G. (2018). "La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones". Innova Research Journal, 3, 10. 212-229. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828572>
- Díaz, M., y Nieto, L.M. (2012). "Del concepto de innovación". [Con]textos, 1 (4). 39-53. https://www.academia.edu/7182420/Del_concepto_de_innovaci%C3%B3n
- Gee, S. (1981). Technology transfer, innovation and internacional competitiveness. New York: Wiley and Sons.
- Goldenberg, M. (2004). Social Innovation in Canada. How the non-profit sector serves Canadians... and how it can serve them better. Ottawa: Canada Policy Research Networks.
- Haley, J. (1980). Trastornos de la emancipación juvenil y terapia familiar. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016). "El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos". Revista de Economía Pública, Salud y Cooperativa, 88. 165-199.
- Howaldt, J. y Schwarz, M. (2010). Social Innovation: Concepts, research fields and international trends. http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_english_Final%20.pdf

Hubert, A. (2010). "Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union". http://www.net4society.eu/_media/Social_innovation_europe.pdf

Krüger, K. (2019). Del invento a la innovación social. Una propuesta conceptual. Barcelona-Oldenburg: dia-e-logos. https://www.academia.edu/40653018/Del_invento_a_la_innovaci%C3%B3n_social_Una_propuesta_conceptual

Morales, A.C. (2009). "Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales". Zerbitzuan, 45. 151-178.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. y Sanders, B. (2007). Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated. Londres: The Young Foundation.

Nelson, R.R., y Winter, S. (1982). An evolutionary theory of economic change. Cambridge: Harvard University Press,

OCDE. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2005). Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación. OCDE y Eurostat. <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>

Pavón, J. y Goodman, R. (1981). Proyecto MODELTEC. La planificación del desarrollo tecnológico. Madrid: CDTI-CSIC.

Rothwell, R. (1996), "Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends", en M. Dodgson y R. Rothwell, R., (33-53). The Handbook of industrial Innovation. USA: Edward Elgar Publishing.

Sánchez, J. (2011). "La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing". Perspectivas, 27. 47-71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231004>

Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard: Harvard University Press.

VV.AA. (2018). En defensa del trabajo social. Candidatura Emiliana Vicente González. Propuesta de trabajo 2018-2022. <https://www.cgtrabajosocial.es/app/webroot/files/consejo/files/ELECCIONES%20CGTS%202018/PROGRAMA%20EMILIANA%20VICENTE.pdf>

West, M., Borrilla, C., Dawson, J., Brodbeck, F., Shapiro, D., y Haward, B. (2003). "Leadership clarity and team innovation in health care". The Leadership Quarterly, 14. 393-410.

SINOPSIS

El Consejo General del Trabajo Social desarrolla esta guía con el objetivo de impulsar la relación que existe entre innovación y trabajo social.

En la primera parte del documento, marco conceptual básico, se revisan los conceptos y tipos de innovación social. La segunda parte del documento se centra en la innovación en Trabajo Social ¿qué es la innovación en Trabajo Social?, ¿a quién le compete? ¿cuál es el reto actual de la innovación social? Una guía que plantea cuáles son las exigencias fundamentales que hoy en día nos plantea la innovación social en Trabajo Social.

El documento finaliza con un epílogo en el que defiende la tesis de que la innovación social en Trabajo Social ha sido parte constitutiva desde sus orígenes hasta el presente, y así continuará siendo a futuro porque forma parte nuclear y estructural de nuestra profesión.

