

Tabla de Contenidos

Innovación social, Innovación abierta e Innovación oculta	1
Innovación Social	1
Ejemplos actuales de innovación social	2
Referentes en los estudios de Innovación Social	3
Paradigmas hasta 2003	3
Shumpeter	4
Paradigma economicista de la innovación	4
El giro social de 2004	5
2004: Canadá, el informe Goldberg	5
2007: Gran Bretaña, "Social Innovation" de Geoff Mulgan	5
2009: Canadá. segundo informe Goldberg	5
Políticas que han incorporado el concepto de "Innovación Social"	6
2006: Gran Bretaña, "Social Enterprise Action Plan"	6
2008: Gran Bretaña	6
2009: Canadá	6
2009: EE.UU., "Office of Social Innovation"	6
2011: La Unión Europea	6
Innovación Abierta	7
grassroot vs. astroturf	7
grassroot	7
astroturf	8
Instituciones como redes sociales	8
Innovación oculta (hidden innovation)	8
Economía del conocimiento	9
Innovación de usuarios (distribuida, von Hippel 1988, 2005)	10
Innovación y entornos tecnosociales: el sistema educativo	11
Un enfoque sistémico de la innovación	11
Redes, sistemas e innovación física y social	11
Conferencias	12
Enlaces externos	12
Bibliografía	13
Enlaces Internos	13

Innovación social, Innovación abierta e Innovación oculta

Ver [tecnociencia](#)

Empezamos centrando el carácter tecnocientífico de los estudios sobre innovación siguiendo el texto de Echeverría y Merino (2011):

Los estudios de innovación no son científicos sino tecnocientíficos ya que no pretenden conocer los procesos de innovación en toda su amplitud, sino generar terminologías, métodos e indicadores que permitan medir y comparar los procesos de innovación entre sí, y todo ello al servicio de estrategias empresariales o de políticas públicas de fomento de la innovación, vinculadas a unos intereses y valores.

Los estudios de innovación son una modalidad de tecnociencia social y por eso son proactivos. Las tecnociencias sociales tratan de transformar las sociedades y orientarlas en una determinada dirección, por ejemplo convirtiéndolas en sociedades de la información o del conocimiento.

Los cambios metodológicos y conceptuales en los estudios de innovación son el preludio de cambios en las correspondientes políticas.

Los **tecnoparadigmas**, propios de los estudios de innovación, son un conocimiento proactivo que no versa sobre “saber por qué” sino sobre el conocimiento de los procesos del “cómo”.

Echeverría critica el modelo “I+D+i” al considerar que la I+D (no solo de ciencias tecnológicas sino también de humanidades y ciencias sociales) es solo una de las caras de la innovación, pero en la innovación también entran, por ejemplo, la cadena agente-escriptor-mercado-editor o museo-pintor-galería. Cada cara de la innovación tiene su propia cadena de valor con sus eslabones innovadores. Acepta considerar que el motor de un sistema de innovación es la I+D+i basada en el conocimiento científico, pero eso no implica que haya otras formas muy potentes de innovación que acompañan y complementan a la I+D+i.

Innovación Social

Aunque el término “innovación social” ha sido usado por sociólogos incluso en los años 70, nos estamos aquí refiriendo a aquellos estudios de innovación social que inciden en las políticas, en las acciones de incentivar la innovación. Los estudios de investigación social no son investigación académica sino investigación “orientada” o “aplicada”.

Llamamos innovación social según Echeverría y Merino (2011) a un nuevo paradigma en los estudios de innovación que ha surgido en la primera década del siglo XXI y que sustituyen al paradigma economicista con sus modelos lineal y sistémico. Podemos considerar que este nuevo paradigma, al que se puede denominar **giro social** se produce a partir de 2004 en Canadá y Gran Bretaña, y sostiene la tesis de que **la innovación no sólo procede de la investigación científica**.

Definiciones de innovación social, según la Young Foundation (G. Mulgan, *What's Social Innovation*)

Definición General

"new ideas that work to meet pressing unmet needs and improve people's lives"

Definición restringida

"innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purposes are social"

Contraposición entre social innovation y business innovation

"Business innovations are generally motivated by profit maximisation and diffused through organisations that are primarily motivated by profit maximisation"

Matización

"there are of course many borderline cases, for example model of distance learning that were pioneered in social organisations but then adopted by businesses, or for profit businesses innovating new approaches to helping disabled people into work"

Replicabilidad: no basta con que una innovación social tenga éxito, tiene que poder repetirse y volver a tener éxito. En el caso de las industrias esto es muy sencillo, la replicabilidad es el **fordismo**, más difícil en el caso de las innovaciones sociales. *"our interest here is primarily with innovations that take the form of replicable programmes or organisations"*

Apunta a un motor de la innovación: *"discontent is one driver of innovation"*

Hay un factor de **riesgo** en toda innovación, pues el rechazo social que puede provocar (por ejemplo, innovaciones urbanas) puede ser un factor que postergue o incluso impida efectuar dicha innovación por no asumir el coste político del rechazo social.

Una iniciativa socialmente innovadora sólo se convierte en innovación social si previamente es concretada, puesta a prueba, implementada y difundida, lo que requiere a veces que alguna organización o movimiento social la haga suya. Además, se requiere que, ulteriormente, amplios sectores de la sociedad la acepten, e incluso apoyen activamente en su realización, participando de una manera u otra.

Para un primer análisis de la innovación social debemos de distinguir la innovación producida en **tres sectores: privado, público y el tercer sector (sociedad civil)**. Se cuele hablar de que el motor de la innovación es la colaboración público-privada, pero esta caracterización deja fuera al tercer sector, la sociedad civil, que cada vez tiene un papel más relevante en la innovación, como muestra el caso de las redes sociales: está muy bien que los estados hagan normas y los padres traten de controlar el uso que sus hijos hacen de la red, pero la innovación sucede cuando se involucra a los propios chavales, que aquí serían el tercer sector.

Ejemplos actuales de innovación social

Ejemplos clásicos actuales de innovación pueden ser la **Wikipedia** o las **redes sociales**.

Innovación en humanidades: la duplicación de la cueva de Altamira, innovación cultural fruto de mucha investigación por parte de arqueólogos y prehistoriadores. El camino de Santiago es una innovación de los arqueólogos que ha generado una riqueza enorme en todo el norte de España.

Innovación política, lo único que hay de innovación en el ámbito de la política procede de los

movimientos sociales. Cabría indicar como instituciones no innovadoras a los partidos políticos, que son claramente organizaciones de la época industrial que solo han evolucionado mediáticamente incorporando el espectáculo a sus actividades, pero que mantienen estructuras jerárquicas internas que son barreras a la innovación. De hecho el mismo concepto de “militante” es un concepto que implica la obediencia que impide la innovación. Serían los “usuarios” de los partidos políticos los que deberían de estar involucrados en el diseño de las políticas de los programas electorales, en concordancia con el concepto de “innovación de usuario” comentado aquí. Pero la “innovación de militante” no existe. Ha habido innovadores políticos, como lo fue [Thomas Jefferson](#), el tercer presidente de los EE.UU., o el filósofo Kant, o la aprobación por la ONU de los derechos humanos.

[Francisco J. Proenza \(ed\) "Tecnología y cambio social. El impacto del acceso público a las computadoras e Internet en Argentina, Chile y Perú"](#)

Telecentros: “Los beneficios del acceso público compartido a Internet van mucho más allá de simplemente proporcionar un acceso asequible a la infraestructura. Son también lugares para aprender, para compartir, para trabajar, para encontrar oportunidades, y para el empoderamiento y la solidaridad. Puede que Facebook sea la red social de mayor importancia global con cientos de millones de usuarios en el ámbito mundial, pero los cibercafés y los telecentros conforman cientos de miles de redes sociales que en la esfera local ofrecen oportunidades a decenas de millones de usuarios para mejorar sus condiciones de vida.”

[Telefónica sale a la calle en busca de desarrolladores](#)

El futuro de las telecomunicaciones está cada vez más en manos del talento de desarrolladores anónimos cargados de ideas. Para atraerlos, Telefónica ha lanzado un concurso que premiará la mejor aplicación y la mejor iniciativa de servicios en la 'nube' para pymes y autónomos.

Referentes en los estudios de Innovación Social

- Crises (Quebec)
- CEPAL, de la ONU, Feria de la Innovación Social, desde 2004 ya habló de Innovación Social
- Young Foundation, NESTA, Nation Innovation (UK)
 - Helsinki, [informe AHO](#)
 - El [Foro Económico Mundial](#), conocido como Davos, en 2009 dedicó una sección a la innovación social
 - [Social Innovation Fund](#) de la Casa Blanca 2009
 - [European Social Innovation Initiative](#) 2010-2011.
 - la red mundial [SIX](#) de estudios de innovación social

Profieren diversos centros geográficos en Innovación Social: Stanford, Australia, Nueva Zelanda, Amsterdam, Estocolmo, Viena

Se va constituyendo una comunidad internacional de innovación social que estudia y promueve los procesos de innovación social, es decir, tiene las dos aproximaciones, la “académica” y la “activista”.

Paradigmas hasta 2003

Shumpeter

Reproducimos aquí las principales ideas de Shumpeter según las recoge Daniel Scocco en la entrada "[Innovation and Schumpeter's Theories](#)" de su blog "Innovation Zen"

*Joseph Schumpeter, a pioneer when we talk about innovation management. Around the 1930s Schumpeter started studying how the capitalist system was affected by market innovations. In his book "Capitalism, Socialism and Democracy" he described a process where "the opening up of new markets, foreign or domestic, and the organizational development [...] illustrate the same **process of industrial mutation, that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one**". He called this process "creative destruction".*

After analyzing the capitalist model Schumpeter tried to understand what companies would be in a better position to innovate. He developed a theory where a company's ability to innovate was mainly connected to its size. Initially he defended that small companies should be in a better position due to their flexibility while large companies might get trapped in bureaucratic structures.

*Some years later, however, he changed his view, stating that larger corporations with some degree of monopolistic power could have an advantage to develop innovations. Compared to smaller firms such large corporations have better resources and more market power. Unfortunately the innovation theory was only a marginal part of Schumpeter's work, it was derived from his analysis of the different economic and social systems. The theory therefore **has no empirical foundation at all**, there is no strong evidence to support a relationship between the size of a company and its ability to innovate.*

*One important **insight arising from Schumpeter ideas, though, is that innovation can be seen as "creative destruction" waves that restructure the whole market** in favor of those who grasp discontinuities faster. In his own words "the problem that is usually visualized is how capitalism administers existing structures, whereas the relevant problem is how it creates and destroy them".*

Como dicen Echeverría y Merino (2011) desde **Schumpeter**, se distingue la innovación de la invención, considerándose a la primera como un proceso con distintas fases, algunas de ellas "sociales", como las relativas a los problemas de comercialización, mercadotecnia y competitividad en los mercados. La sociedad es meramente el ámbito donde las innovaciones se difunden, pero no es un agente innovador.

Paradigma economicista de la innovación

El artículo "[Innovation Economics](#)" de Wikipedia describe esta ampliación del paradigma shumpeteriano así: *"Schumpeter had a decidedly different take on the economy and on economics. For Schumpeter it was evolving institutions, entrepreneurs, and technological change that were at the heart of economic growth. [...] But it is only within the last 15 years that a theory and narrative of economic growth focused on innovation that was grounded in Schumpeter's ideas has emerged. Continual growth of output could no longer be explained only in increase of inputs used in the production process as understood in industrialization. It enlarges the Schumpeterian analyses of new technological system by incorporating new ideas of information and communication technology in the global economy."*

Este paradigma está basado en dos principios:

1. Crear valor consiste en crear valor económico
2. Los agentes que desempeñan esa función son las empresas

Que una innovación sea un éxito o un fracaso se manifiesta si es capaz de ofertarla a un precio más bajo que la competencia. Sin embargo también es innovación reactivar los mercados mediante nuevos productos o servicios, o la innovación en el marketing de los productos, o la innovación organizativa que optimiza los procesos internos de la empresa. Todas estas innovaciones aumentan la competitividad de las empresas según este paradigma, que fue aceptado durante mucho tiempo por la Unión Europea al afirmar en su memorandum para la productividad de 2003 que “es la empresa la que organiza la creación de valor”.

COM (2000) “La innovación en una economía del conocimiento”

COM (2003) “Política de la innovación: actualizar el enfoque de la Unión en el contexto de la estrategia de Lisboa”

- *“la explotación de una invención surgida en un laboratorio de investigación es una vía importante, y ampliamente examinada, para la innovación; la investigación aporta una contribución esencial a la innovación, ya que genera un flujo de conceptos tecnológicos y renueva permanentemente la reserva de competencias técnicas”*
- “la innovación consiste en producir, asimilar y explotar con éxito la novedad en los ámbitos económico y social”
- El modelo lineal aún influye en la concepción de la innovación, disfrazado bajo la “concepción sistémica” de la innovación modelo lineal predominante y de ahí el uso generalizado de las siglas I+D+i

A pesar de haber incorporado aspectos sociales, la UE hasta 2003 ha seguido incorporando el modelo lineal en sus definiciones de innovación.

COM (2003) “La evolución del concepto de innovación, que surge de un modelo lineal en el que la política de investigación y desarrollo es el punto de partida hacia un modelo sistémico en el que la innovación nace de interacciones complejas entre los individuos, las organizaciones y sus respectivos entornos operativos, demuestra que las políticas de la innovación no deben concentrarse solamente en la relación entre innovación e investigación”

El giro social de 2004

2004: Canadá, el informe Goldberg

2007: Gran Bretaña, "Social Innovation" de Geoff Mulgan

2009: Canadá. segundo informe Goldberg

Políticas que han incorporado el concepto de "Innovación Social"

2006: Gran Bretaña, "Social Enterprise Action Plan"

El [NESTA](#) (National Endowment for Science Technology and Arts) adoptó el nuevo marco conceptual propuesto por el primer informe Goldberg y ha publicado numerosos estudios sobre innovación desde 2006, especialmente en los campos de la innovación social, cultural y artística

2008: Gran Bretaña

El Libro Blanco *Nation Innovation* publicado por el gobierno británico

2009: Canadá

2009: EE.UU., "Office of Social Innovation"

La [Office of Social Innovation](#), creada por el presidente Obama a finales de 2009 gestiona un fondo de 50 millones de dólares anuales hasta 2015 para proyectos de innovación social.

2011: La Unión Europea

Los estudios británicos sobre innovación social acabaron influyendo en el concepto de Innovación de la UE. A partir de 2008 se constituyeron comisiones de expertos para elaborar un Plan Europeo de Innovación que tuvieron como resultados la elaboración del documento **Study on Social Innovation** en 2010, aue está [disponible online en formato PDF](#).

Este documento recoge dos cambios significativos:

- reconoce que, además del tercer sector, la innovación social también puede provenir de iniciativas del sector privado y del sector público, siempre que aborden necesidades sociales de forma novedosa o afronten problemas sociales significativos
- en lugar de distinguir los tipos de innovación social por los agentes que la promueven (Young Foundation), se centra en los sectores donde la innovación social puede tener mayor impacto social y ser más productiva: salud, educación, empleo y medio ambiente.

El documento afirma que la innovación social debería de estar en el centro de la estrategia de la UE en 2020, pero falta por ver si esta propuesta se recoge en alguna de las estrategias efectivas que la UE plantee cara al 2020.

En marzo de 2011 la UE lanzó la [European Social Innovation Initiative](#).

Innovación Abierta

Caracterización de la innovación abierta (Chesbrough 2011) “La innovación abierta combina, por tanto, ideas internas y externas para crear estructuras y sistemas cuyos requerimientos son definidos por un modelo de negocio. Existen fuera de la empresa muchas valiosas ideas potenciales”.

Analizaremos la Innovación Abierta siguiendo a Álvarez (2012).

Las nuevas formas de sociabilidad en Internet crean marcos online donde chocan prácticas sociales **grassroot** de base con posicionamientos institucionales que normalmente actúan en sentido contrario, creando **tensiones** que hay que analizar a partir de un marco teórico-conceptual en el que la tecnología es considerada en su versión aséptica, es decir, solo en cuanto a sus componentes sociales de interacción.

La tesis que sostiene Alvarez es que “el potencial asociativo de Internet puede servir de base para impulsar acciones institucionales generadoras de avances”. Consideramos ahora su análisis sobre la Innovación Abierta.

Analiza la presencia online en Internet desde dos aspectos cuya interacción reconfigura constantemente el espacio público complementario del medio físico que es la web:

1. la estructura tecnosocial donde se producen sus prácticas
2. la implicación de las personas en las redes participativas

La experiencia en el proyecto UniversiaG10 ha sido enfocada por Álvarez usando el concepto de **nudgets** (*empujoncitos*) propuesto por Thaler y Sunstein en el marco del llamado **paternalismo libertario** en el que una “arquitectura de la elección” puede ir conduciendo poco a poco a la gente hacia la mejor decisión sin restringir su libertad de elección. Las propuestas novedosas del proyecto UniversiaG10 podrían actuar como *nudges* a disposición de las instituciones para mejorar sus dinámicas de participación mediante pequeños “empujoncitos”.

grassroot vs. astroturf



Las tensiones descritas antes entre las prácticas sociales y los posicionamientos institucionales se conceptualizan mediante los términos “**grassroot**” y “**astroturfing**”.

grassroot

Literalmente significa “raíz de césped” y se refiere a las propuestas de acción social “desde abajo” que aportan las comunidades con su propia cultura online.

La percepción del alcance de los movimientos *grassroot* ha ido evolucionando de una primera etapa en la que se les consideraba “multitudes inteligentes” que con la ayuda de Internet trataban de influir en su entorno a una percepción actual como actores sociales “empoderados” para llevar a cabo

sus acciones en la sociedad de la información debido a la propagación de dispositivos móviles y al surgimiento de plataformas de innovación abiertas.

astroturf

El término *astroturf* (césped artificial) surge en contraposición al de *grassroot* para referirse al movimiento que hace pasar una campaña publicitaria, fiesta, manifestación o reivindicación como algo popular, espontáneo e independiente a la organización o empresa que lo promueve.

Estas acciones institucionales suponen un riesgo, pues pueden provocar la deserción del público al que se pretende captar, provocar la unidireccionalidad de la conversación o imposibilitar la innovación.

Instituciones como redes sociales

Consideradas como redes sociales de actores cabe analizar las dinámicas de interacción social de las instituciones desde el punto de vista de los protocolos de comunicación entre los diversos sistemas que las componen para determinar qué prácticas comunicativas actúan como elementos conectores o como inhibidores para el desarrollo de dichos protocolos.

Alvarez sugiere dos líneas de trabajo para alcanzar estos objetivos:

- Estrategias de apertura institucional online para facilitar la generación de conocimiento y la innovación basándonos en considerar al sujeto que se comunica en la red institucional como un “consumidor productivo” (*prosumer*, PROducer + conSUMER) que no solo consume información sino que la produce al estilo de los *curators* de las exposiciones culturales y en sintonía con el concepto actual de *content curator*.
- Articular la participación abierta de los sujetos que se comunican en red ya sea mediante *crowdsourcing* en lugares donde haya un objetivo de reducir costes o mediante la *innovación abierta* si lo que se pretende es mejorar la creatividad.

Los modelos de innovación social abierta comparten tres características básicas:

1. REDES, es decir, se necesita el diseño de una *base para la colaboración* tomando como escenario la web social
2. COLABORACIÓN, es decir, integrar a los actores en una *red de intereses mútuos* mediante una corriente discursiva que actúe como denominador común
3. PROPIEDAD COMPARTIDA, mediante vincular el resultado de los intercambios a una *causa compartida*

Innovación oculta (hidden innovation)

(reproducido de la conferencia de Echeverría en Innovalencia 2011)

Son innovaciones no recogidas en el paradigma dominante pero que hay que promover igualmente.

- las del sector público, porque caen fuera de los sistemas de indicadores
- las innovaciones sociales, que por lo general también caen fuera de los sistemas de indicadores
- las innovaciones de usuarios
- las innovaciones urbanas, que por lo general se promueven desde instituciones locales (Guggenheim)
- hay innovaciones del sector privado que tampoco recogen los indicadores

En las innovaciones ocultas, además de identificar a los creadores, hay que identificar la cadena de valor de cada innovación oculta, ya que la innovación puede surgir no solo en el extremo creador de la cadena sino también en cada uno de sus eslabones. Las industrias creativas, por ejemplo, juegan tanto el papel de creadores de innovación como de diseminadores de la innovación desarrollada en industrias no creativas e incluso tecnológicas.

También cabe hablar de “**innovación ocultada**” que sucede cuando una empresa grande compra a una empresa pequeña más innovadora que ella para cerrarla e impedir que sus innovaciones sean adoptadas por otros para que no moleste a su producto más conservador. Esto sucede mucho en el ámbito de la administración, donde agentes innovadores que hacen propuestas visionarias de futuro son ignorados. Detectar a los agentes innovadores (gate keepers, ver [diffusion of innovations](#) en Wikipedia) dentro de una organización

Por otra parte también hay **innovadores que tratan de ocultarse**. Por ejemplo, Kafka, un innovador en la literatura, dejó dicho a su amigo [Max Brod](#) que a su muerte [se destruyeran todos sus manuscritos](#) no publicados. Al no hacerlo, el innovador fue Max Brod, aunque el creador fuera Kafka.

Economía del conocimiento

(reproducido de la conferencia de Echeverría en Innovalencia 2011)

En el caso del sector cultural hay que tomar en cuenta que es una “industria creativa”, es decir, genera propiedad intelectual. Pero además produce innovación de otro tipo, pues es innovación en bienes no reproducibles al no ser tangibles (conciertos, exposiciones, mercados de arte, danza, circo, bibliotecas, museos) y por tanto completamente fuera de unos indicadores que solo se refieren a, en todo caso, sectores de la industria cultural de difusión masiva (libros, películas, música).

La caracterización de las “industrias creativas” que producen innovación ha sido ampliada en la mentalidad anglosajona al incluir la **publicidad, arquitectura, artesanías, diseño, moda, artes escenográficas, software, publicaciones, juguetes y videojuegos** como [economía creativa](#) junto a las tradicionales industrias creativas anteriormente enumeradas.

Uno de los criterios conceptuales para distinguir las industrias creativas es que son aquellas que generan propiedad intelectual. **La innovación tecnológica (I+D) genera patentes, pero las industrias creativas generan propiedad intelectual**, por eso se ve tan necesario legislar sobre propiedad intelectual.

La mayor empresa española es Inditex, pero es una empresa que no está basada en I+D, como también sucede por ejemplo con los bancos. Telefónica en cambio sí, y también las eléctricas o las empresas del gas. Es decir, solo algunas empresas están basadas en departamentos de I+D. Inditex es un excelente ejemplo de una empresa líder en un sector de la economía creativa: la moda.

La definición de industrias creativas hecha por la UE en 2010 en el simposio “Towards a Pan-European

initiative in support of innovative creative industries in Europe” va recogiendo ya a esos nuevos sectores aunque, por ejemplo, no recoge a los cocineros, que a juicio de Echeverría también empiezan a ser una industria creativa innovadora: *“Creative industries can be understood as industries where **the core products is the result of an artistic activity** made by musicians, painters, writers, actors, architects, craftsmen or designers; this narrow perception of creative industries is also called art and culture. In a broader perception creative industries could include cross over industries, where it is not obvious that the core product is an artistic activity but the products have some of the same characteristics as art and culture. Candidates for cross over industries could be publishing, radio and TV, entertainment and professional sport.”*

Un sector audiovisual apoyado en actividades que tienen un trasfondo cultural es un ejemplo de industria creativa (tal sería el caso haciendo audiovisuales con los nuevos medios de Internet sobre las fallas de Valencia, por ejemplo).

El trabajo pendiente respecto a las industrias creativas es identificar la cadena de valor y el tipo de innovación que se puede efectuar en cada uno de sus eslabones.

Una **política de innovación multidimensional** debería de considerar innovación y realizar las correspondientes inversiones tanto a la ingeniería genética como a las industrias creativas.

Innovación de usuarios (distribuida, von Hippel 1988, 2005)

(reproducido de la conferencia de Echeverría en Innovalencia 2011)

Von Hippel mantiene que no son solo los fabricantes o productores los que general innovación, sino también los suministradores y los usuarios.

Por ejemplo, en el ámbito de las industrias creativas el creador puede innovar, pero no es quien necesariamente innova, sino el distribuidor, por ejemplo el **agente literario** o el **agente musical**: los creadores son los grandes escritores, pero los grandes innovadores en este sector serán los agentes o los editores.

Según von Hippel la innovación puede surgir en todos los eslabones de la cadena de valor, no solo en el origen de la cadena (productores de conocimiento).

Aplicado al caso de la ciencia, no solo innova quien produce el conocimiento (el investigador científico) sino también quien lo distribuye y quien lo usa: un químico puede usar el conocimiento de un biólogo y entonces surge la bioquímica. **Todos los científicos son creadores en su comunidad y usuarios del conocimiento de otras comunidades.**

El término “usuario” que utiliza von Hippel no necesariamente se refiere a personas, pues von Hippel considera que una empresa es “usuaria” de otra empresa al ser cliente suya, y la crítica a los productos que recibe implica una transferencia de conocimiento a través de la cadena de valor, una clave de la innovación.

Según los estudios empíricos del grupo de von Hippel en 1988, un tercio de las innovaciones

proviene de los usuarios, en particular de los usuarios expertos (leading users), que pueden ser empresas, organizaciones, instituciones, etc.

Según datos del “innobarómetro” Innometrics de 2009 más del 50% de las empresas innovadoras son aquellas que toman a los usuarios como fuente de innovación.

Innovación y entornos tecnosociales: el sistema educativo

Perazzo, Mónica *Las redes sociales en el campo educativo: conectados más allá del aula*. LabTIC. 2013

Domínguez Daniel, Álvarez, J. F., *Social Networks and University Spaces. Knowledge and Open Innovation in the Ibero-American Knowledge Space*. RUSC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, Vol 9, No 1 (2012)

Alvarez, J. F. *Entornos tecnosociales y nuevos modelos de extensión universitaria* 2012

Floren Cabello, profesor de la asignatura Tecnología de la Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga (UMA), cuenta el uso de herramientas de colaboración online para la traducción colaborativa del libro “The Wealth of Networks”, de Yochai Benkler.

<https://www.youtube.com/watch?v=9D1NIH-ZmP4>

Un enfoque sistémico de la innovación

<https://www.youtube.com/watch?v=6lhWraJKl8o>

Redes, sistemas e innovación física y social

[Human Brain, Internet, and Cosmology: Similar Laws at Work?](#)

Nov. 19, 2012 — The structure of the universe and the laws that govern its growth may be more similar than previously thought to the structure and growth of the human brain and other complex networks, such as the Internet or a social network of trust relationships between people, according to a new paper published in the science journal Nature's Scientific Reports.

Conferencias

Ponencia (incompleta) de Javier Echeverría en Innovalencia 2011. Sigue la presentación que está en la sección "Materiales" pero por estar incompleta, en el vídeo se recoge la ponencia desde la diapositiva número 11.

<https://www.youtube.com/watch?v=SeovzL7caTo>

Ponencia "Educación del Siglo XXI, Innovación Social y Desarrollo Territorial" a cargo de D. Alfonso H. Molina Fuenzalida, profesor de Estrategia Tecnológica de la Universidad de Edimburgo director científico de Fondazione Mondo Digitale., durante el II Encuentro para la Innovación Social de Asturias, celebrado en Gijón el día 12 de Abril de 2012.

<https://vimeo.com/41286709>

Enlaces externos

[IV Foro Global de Telecentros](#), (Conferencia Spark13) celebrado en Granada, (España) el 28-29 de Mayo de 2013, sobre Innovación Social, [dossier PDF online](#)

[Los telecentros como espacio de innovación social](#)

[De telecentros a centros de innovación social](#)

[Innovation Zen - Innovation Management Theory Round Up](#)

[Study on Social Innovation - UE - Marzo 2010](#)

[Sitio web de SIX, la red mundial de estudios sobre Innovación Social](#)

[the user innovation revolution \[PDF\]](#), Charles Leadbeater

[Informe AHO](#)

[Social Innovation Fund](#)

[European Social Innovation Initiative](#)

[Etherpad allows you to edit documents collaboratively in real-time](#)

Perazzo, Mónica [Las redes sociales en el campo educativo: conectados más allá del aula](#). LabTIC. 2013

Domínguez Daniel, Álvarez, J. F., [Social Networks and University Spaces. Knowledge and Open Innovation in the Ibero-American Knowledge Space](#). RUSC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, Vol 9, No 1 (2012)

[Four fundamental principles for crowdsourcing in government](#)

Redes Sociales y apoyo a la innovación y a los innovadores en las AA. PP. [PDF](#) [YouTube](#)

Bibliografía

Echeverría Ezponda, Javier, Y Merino Malillos, Lucía. *Cambio de paradigma en los estudios de innovación: el giro social de las políticas europeas de innovación* Arbor [Online] 187, 2011

Godin, Benoît, *The Linear Model of Innovation: The Historical Construction of an Analytical Framework*, Project on the History and Sociology of S&T Statistics, Working Paper No. 30, 2005

Enlaces Internos

[Filosofía de las Redes Sociales Online](#)

From:

<https://filosofias.es/wiki/> - **filosofias.es**

Permanent link:

https://filosofias.es/wiki/doku.php/cts/tecnosociedad/innovacion_social_y_abierta

Last update: **2025/02/03 14:48**

