
INNOVACIÓN SOCIAL: APROXIMACIÓN A UN MARCO TEÓRICO DESDE LAS DISCIPLINAS CREATIVAS DEL DISEÑO Y LAS CIENCIAS SOCIALES

Por: Carlos Córdoba-Cely¹ - Francisco Javier Villamarín Martínez² - Harold Bonilla³

RESUMEN

El presente artículo tiene por objeto hacer una breve revisión de las teorías y marcos conceptuales existentes sobre la estrategia de cambio y transformación conocida como Innovación Social, con el propósito de proponer un marco de referencia que se convierta en una base para entender y explicar dicha estrategia desde una perspectiva multidisciplinar, que articule las áreas del diseño y del emprendimiento empresarial con las áreas de las ciencias sociales, como la sociología.

Palabras clave: innovación social, diseño industrial, desarrollo, marco teórico.

Clasificación JEL: O31, Z11, Z13, Z19.

-
1. Doctor en Ingeniería Multimedia, Universidad Politécnica de Cataluña, UPC. Docente Departamento de Diseño, Universidad de Nariño. Email: cordobacely@udenar.edu.com
 2. Magíster en Sociología, Universidad del Valle. Docente Departamento de Sociología, Universidad de Nariño. Estudiante del Doctorado en Estudios Sociales, Universidad Externado de Colombia. Email: paches74@udenar.edu.co
 3. Especialista en Gerencia en Diseño, Universidad Tadeo Lozano. Docente Departamento de Diseño, Universidad de Nariño. Email: id.hbonilla@gmail.com

SOCIAL INNOVATION: APPROACH TO A THEORETICAL FRAMEWORK FROM THE CREATIVE DISCIPLINES OF DESIGN AND SOCIAL SCIENCES

By: Carlos Córdoba-Cely - Francisco Javier Villamarín Martínez - Harold Bonilla

ABSTRACT

This article aims to give a brief review of existing theories and conceptual frameworks on change strategy known as Social Innovation, in order to propose a reference framework to become a base to understand and explain the strategy from a multidisciplinary perspective that articulates the areas of design and entrepreneurship with areas of social sciences such as sociology.

Keywords: social innovation, industrial design, development, theoretical framework.

JEL Classification: O31, Z11, Z13, Z19.

REFERENCIAS

- ABEL, B., EVENS, L., & KLAASSEN, R. (2011). *Open Design Now: Prefase*. Waag Society: Nederland.
- ACOSTA, W. & CARREÑO, C. (2013). *Modo 3 de producción de conocimiento: implicaciones para la universidad de hoy*. Revista de la Universidad de la Salle, No. 61, 67-87.
- ANDERSON, C. (2012). *Makers. The New Industrial Revolution*. Crown Business: New York. ISBN: 978-0-307-72095-5.
- ASARO, P. (2000). *Transforming society by transforming technology: the science and politics of participatory design*. Accounting Management and Information Technology 10: 257–290.
- BOLDRIN, M., & LEVINE, D. (2004). *The economics of ideas and intellectual property*. In: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, PNAS, 104(4), 1252–1256.
- BØDKER, S. (1996). *Creating conditions for participation: Conflicts and resources in systems design*, *Human Computer Interaction*, 11(3), 215-236.
- BROWN, T., & WYATT, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, Winter, 2010: 30-35.
- BROWN, T. (2008). *Design Thinking*. *Harvard Business Review*, Paperback Series, pp 1-10.
- CASTELLS, Manuel (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI Editores. 592p.
- CHESBROUGH, H. W. (2003). *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Boston: Harvard Business School Press.
- CROZIER, M. & FRIEDBERG, E. (1995), *Organizations and collective action: our contribution to organizational analysis*. In: Bacharach, S.B., Gagliardi, P. & Mundell, B. (eds.): *Research in the Sociology of Organizations*, Vol. XIII, Special Issue on European Perspectives of Organizational Theory, Greenwich: JAI Press, pp.71-92.
- DEES, G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Working Paper. Palo Alto, CA: Stanford University Graduate School of Business, 2001.
- DORST, K. (2011). *The core of "design thinning" and its applications*. *Design Studies*, 32(6), 521-532.
- FERNÁNDEZ, M. T. y otros (2012). *La innovación social como salida a la crisis: hacia un nuevo paradigma de desarrollo* (ponencia).
- FLORIDA, R., MELLANDER, C., & STOLARICK, K. (2008). *Inside the black box of regional development: Human capital, the creative class and tolerance*. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615-649.
- GIBBONS, M., LIMOGES, C., NOWOTNY, H., SCHWARTZMAN, S., SCOTT, P., & TROW, M. (1994). *La nueva producción del conocimiento*. Pomares Corredor: Barcelona.
- HARTLEY, J., POTTS, J., & MACDONALD, T. (2012). *The CCI, Creative City Index*. *Cultural Science Journal*, 5(1), Brisbane, Australia: Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology (QUT), pp. 1-117.
- HOCHGERNER, J. (2011). *The Analysis of Social Innovations as Social Practice*. Original text in German language: Zentrum für Soziale Innovation (ed.). 2011. Pendeln zwischen Wissenschaft und Praxis. ZSI-Beiträge zu sozialen Innovationen. Vienna and Berlin: LIT. 173-189.
- HOWALDT, J., & SCHWARZ, M. (2010). *Social Innovation. Concepts, research fields and international trends*. Dortmund: Sozial forschungsstelle Dortmund ZWE der TU-Dortmund.

IDEO (2dn Edition). *Human-Centered Design Toolkit*. Second Edition. IDEO: USA. Available: <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>

INGLEHART, Ronald (1994). *Modernización y posmodernización. La transformación de la relación entre desarrollo económico y cambio cultural y político*. En: *Este País*, No. 38, pp. 1-19

KELLY, K. (1999). *New Rules for the New Economy*. Viking Adult: United States.

LEYDESDORFF, L. (2000). *The triple helix: an evolutionary model of innovations*. *Research Policy* 29 (2), 243-255.

LLOBET, M. (2006). *La creatividad social frente a la sociedad de riesgo. Acciones e investigaciones sociales*. 1(1), p. 456.

MANUAL DE OSLO (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición. OECD: UE. ISBN 84-611-2781-1.

MANZINI, E. (2009). *Viewpoint: New design knowledge*. *Design Studies*, 30(1) 4-12.

MENICHINELLI, M. (2008). *Openp2pdesign.org_1.1. Design for Complexity*. Versión Castellano. Creative Commons. Available in: <http://www.openp2pdesign.org/source/>

MORALES, A. (2009). *La innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales*. En *Revista de Servicios Sociales*. No. 45. pp. 151-175.

MOULAERT, F., MARTINELLI, F., SWYNGEDOUW, E., & GONZÁLEZ, S. (2005). *Towards Alternative Model(s) of Local Innovation*. *Urban Studies*, 42 (11), 1669-1990.

MOULTRIE, J., & LIVESEY, F. (2009). *International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities*. University of Cambridge Institute for Manufacturing. UK: Mill Lane, Cambridge.

MURRAY, R., CAULIER-GRICE, J., & MULGAN, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. The Young Foundation, NESTA: UK.

OGBURN, W. F. (1957). *Cultural Lag as Theory*. *Sociology and Social Research*, 41 (1), 167-174.

PAPANEK, V. (1984). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Academy Chicago Publishers: Chicago, IL. ISBN 0-89733-153-2.

RODRÍGUEZ, A., & ALVARADO, H. (2008). *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Naciones Unidas: Santiago de Chile.

ROTH, S. (2008). *Open Innovation Across. The Prosperity Gap: An Essay On Getting The Caucasus Back Into The European Innovation Society*. In: *International Black Sea University Scientific Journal*, Vol. 2, No. 2, pp. 5-20.

ROTHWELL, R. (1994). *Towards the fifth-generation innovation process*. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31.

SINGER, P. (2002). *Introdução à Economia Solidária*, São Paulo: Perseu Abramo. ISBN 8586469513.

SCHUMPETER, J. (2008). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Third edition. Harper Collins Publishers: New York. ISBN: 978-0-06-156161-0.

VELASCO, E., ZAMANILLO, I., & INTXAURBURU, G. (2007). *Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación*. En: XX Congreso anual de AEDEM, Vol. 2, pag. 28, 2007.

YILMAZ, S., SEIFERT, C.M., & GONZÁLEZ, R. (2010). *Cognitive heuristics in design: Instructional strategies to increase creative in idea generation*. *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing*, 24(3), 335-355.