

# LA INNOVACIÓN DESDE EL CONCEPTO SOCIAL DE VALORES CULTURALES

La comprensión y transformación de los valores culturales constituyen un eje central para la innovación social en el mundo contemporáneo. Este monográfico busca ser un foro interdisciplinario donde se analice, desde diversas perspectivas, cómo los valores culturales – definidos como creencias, prácticas, símbolos y tradiciones que configuran la identidad colectiva – pueden reinterpretarse y utilizarse como herramientas de cambio social. Como afirmaba Heráclito, "*nada es permanente, excepto el cambio*", y en este dinamismo radica el potencial de la cultura para reinventarse y proyectarse hacia el futuro.

Los valores culturales están en el centro de numerosos debates teóricos y empíricos. Prácticas tradicionales como la oratoria y los rituales han sido resignificadas en el contexto de la globalización y las nuevas tecnologías. La transformación de estos elementos permite examinar cómo impulsan la innovación y el cambio. Se espera recibir trabajos sobre la construcción y deconstrucción de narrativas culturales, el surgimiento de nuevas formas de comunicación simbólica y la evolución de tradiciones en un mundo interconectado.

Desde un enfoque metodológico diverso, se valoran investigaciones etnográficas y narrativas sobre la reconfiguración identitaria, así como estudios sobre el impacto de políticas migratorias o crisis sociales en la transformación de valores. En particular, resultan pertinentes los análisis sobre el papel de la cultura en la mediación de conflictos, la generación de sentido y la resistencia frente a modelos hegemónicos.

La innovación cultural se manifiesta también en la participación ciudadana y la gobernanza. Se alienta el estudio de experiencias como los presupuestos participativos y otras estrategias de comunicación y responsabilidad en comunidades rurales y urbanas, explorando cómo la transformación de valores influye en la cohesión social y el bienestar colectivo. Además, se invita a examinar cómo la digitalización afecta la participación comunitaria, modificando las dinámicas de interacción y promoviendo la inclusión y la equidad.

Otro aspecto clave es el diálogo entre narrativas históricas y demandas contemporáneas. La resignificación de mitos, leyendas y símbolos tradicionales permite cuestionar discursos dominantes y promover la innovación en políticas culturales y estrategias de intervención social. Se anima a los investigadores a explorar cómo los discursos culturales pueden servir como herramientas de empoderamiento y catalizadores de cambio, especialmente en contextos de crisis o transformación postpandémica.

En la intersección entre cultura, tecnología y comunicación, la digitalización ofrece nuevas oportunidades para la difusión y reinterpretación de valores culturales. Investigaciones sobre el impacto de redes sociales, la digitalización de archivos patrimoniales o el uso de plataformas virtuales para la preservación de tradiciones serán de gran interés. Asimismo, se valorarán estudios sobre la tensión entre la continuidad de tradiciones y la emergencia de nuevas prácticas en un mundo globalizado y digital.

En conclusión, este monográfico busca generar un espacio de reflexión sobre la innovación a partir de los valores culturales, mediante estudios empíricos, análisis teóricos y propuestas metodológicas. Se considerarán tanto casos locales como estudios comparativos y revisiones bibliográficas que enriquezcan el debate sobre la transformación cultural en contextos contemporáneos. En este proceso de resignificación y cambio, la cultura se convierte en una herramienta de resiliencia y renovación, un auténtico paradigma de la *metamorfosis* que define nuestra era.

**Palabras clave:** Cultura, Valores sociales, Identidad, Transformación social, Patrimonio cultural, Tradiciones.

## Referencias:

- Cruz, P. D. A. y Sánchez, A. C. (2019). Propuesta de un instrumento para medir la influencia de los valores culturales en la intención emprendedora. *De Cuestionario a Escala*, 187-201.
- De Pablos Pons, J. (1999). Las nuevas tecnologías y la construcción de la identidad cultural (el cambio educativo para el siglo XXI). *Bordón: Revista de pedagogía*, 51(4), 417-433.
- Martínez Celorrio, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 247, 61-88.  
<https://hdl.handle.net/2445/126700>
- Quiceno-Castañeda, B. E. y Arango-Lopera, C. A. (2012). Valores culturales en la publicidad exterior: entre la intención comunicativa y la apropiación del mensaje. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 11(21), 95-107.
- Rodríguez, C. M., Márquez, I. G., y Arias, O. (2018). La cultura de innovación social en las organizaciones. *Punto de vista*, 9(1), 8.
- Vázquez, L. H. S. (2003). Participación ciudadana y movimientos sociales. *Encuentro*, 64, 18-37.  
<https://doi.org/10.5377/encuentro.v0i64.4187>

**Fecha límite de recepción de artículos:** 15 de julio de 2024.

**Coordinado por:**

**Alexandra Monné Bellmunt**



Universitat d'Andorra (UdA), Andorra.

[amonne@uda.ad](mailto:amonne@uda.ad)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0000-3079-5535>

Graduada en Magisterio, Licenciada en Psicopedagogía y Logopedia por la Universitat de Lleida (UdL), Máster en Inmigración por la Universidad de Salamanca (USAL), Postgrados en Recursos Humanos, Educación Plurilingüe y Política Académica Universitaria por la Universitat de Barcelona (UB). Especializada en gobernanza, liderazgo de instituciones educativas, desarrollo de la paz, gestión y mediación de conflictos, así como en derechos humanos y democracia. Sus perfiles de investigación se encuentran relacionados con la educación, inmigración, interculturalidad, gobernanza, liderazgo educativo, derechos humanos, democracia y promoción de la paz.

**Juan Manuel Barceló Sánchez**



Universidad Complutense de Madrid, España.

[jbarce01@ucm.es](mailto:jbarce01@ucm.es)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3953-3379>

**SCOPUS ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218404272>

**PORTAL DE PRODUCCIÓN**

**CIENTIFICA UCM:** <https://produccioncientifica.ucm.es/investigadores/141809/detalle>

Docente e investigador en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid. Ha participado en estancias académicas en universidades de Italia, Lituania, el Vaticano y México. Con más de 23 años en el Grupo Vocento, lideró proyectos como la versión digital del

diario ABC. Es Doctor Cum Laude en Periodismo y miembro del grupo de investigación MDCS. Su trabajo se centra en la influencia sociocultural de las TIC, el uso multimedia en comunicación y la innovación docente. Ha publicado en prestigiosas revistas y editoriales como Tirant lo Blanch, Sílex y Gedisa.

### Ana María Botella Nicolás



Universitat de València, España.

[ana.maria.botella@uv.es](mailto:ana.maria.botella@uv.es)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5324-7152>

GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.es/citations?user=AEq28xAAAAAJ&hl=es>

RESEARCH GATE: [https://www.researchgate.net/profile/Ana\\_Botella\\_Nicolas](https://www.researchgate.net/profile/Ana_Botella_Nicolas)

SCOPUS ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57188580199>

ACADEMIA.EDU: <https://uv.academia.edu/ABotellaNicolás>

DIALNET:

[https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2689824&utm\\_source=roderic.uv.es&utm\\_medium=autor&utm\\_campaign=Dialnet\\_Widgets](https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2689824&utm_source=roderic.uv.es&utm_medium=autor&utm_campaign=Dialnet_Widgets)

PÁGINA WEB PERSONAL: <https://www.anamariabotellanicolas.com>

Profesora Titular del Departamento de Didáctica de la Educación Física, Artística y Música de la Facultad de Magisterio de la Universitat de València. Doctora en pedagogía por la Universitat de València. Licenciada en Musicología y maestra en Educación Musical, por la Universidad de Oviedo. Es autora de más de un centenar de publicaciones en su área de especialización, la didáctica de la música. Es directora del grupo de investigación iMUSED (*Investigating Music Education* GIUV2020-483), cuyo objetivo es profundizar en el conocimiento de la educación musical desde múltiples perspectivas como la innovación educativa, la interdisciplinariedad, el estudio del currículum, las identidades musicales y la transferencia de conocimiento. Sus principales líneas de investigación son la didáctica de la audición, la innovación y la interdisciplinariedad en la formación del profesorado y la renovación de metodologías docentes. Ha dirigido 25 tesis doctorales.

**Pablo Aguilar Conde**



Universidad de Burgos, España.  
[paguilar@ubu.es](mailto:paguilar@ubu.es)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-7613-8493>

**GOOGLE SCHOLAR:** <https://scholar.google.es/citations?user=1EoKJ2wAAAAJ&hl=es>

**RESEARCH GATE:** [https://www.researchgate.net/profile/Pablo-Aguilar-Conde?ev=hdr\\_xprf](https://www.researchgate.net/profile/Pablo-Aguilar-Conde?ev=hdr_xprf)

Doctor en Economía por la Universidad de Burgos. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de País Vasco. Licenciado en Derecho por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Graduado en Psicología por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (menciones salud, educativa y organizativa). Profesor de la Universidad de Burgos en el Departamento de Economía y Administración de Empresas, área de economía financiera y contabilidad desde 1994. Investigación multidisciplinar relacionada con la contabilidad de gestión, recursos humanos, responsabilidad social corporativa y comunicación en la empresa. Experiencia profesional en área de contabilidad - fiscal de empresas durante más de 20 años. Experto contable acreditado AECA. Vocal de la Comisión de Contabilidad de Gestión de AECA