

Democratizar la innovación educativa

Ma. del Pilar Ramírez Morales

Este artículo analiza las condiciones de elementos clave para una cultura de la innovación educativa y algunas de las dificultades actuales que enfrenta su construcción: la investigación educativa que aborda innovaciones y su difusión, las publicaciones especializadas en educación y su circulación, así como las posibilidades de la innovación desde el aparato institucional. Democratizar la innovación educativa se presenta como un camino más que contribuya a fortalecer la innovación como resolución adoptada por una mayoría que comparte las causas que originan la necesidad de concebir al sistema educativo como una organización que transforma y se transforma, sus contenidos y sus resultados. La propuesta apunta a la realización de acciones que lleven a colocar a la innovación educativa en la agenda política y social, en el entendido de que el hecho educativo y sus elementos forman parte de una acción política en tanto definen, de manera intencionada o involuntaria, nuestro perfil como nación. Se plantea el reconocimiento de los medios masivos como agentes que colaboran activamente en la definición de la agenda social y política para proponer acciones de comunicación no nuevas sino renovadas e imaginativas que den impulso a la cultura de la innovación.

Cultura de la innovación / Fijación de agenda / Democratizar la innovación educativa / Medios masivos e innovación

This article analyzes the conditions of key elements for a culture of innovation in education and some of the present difficulties to attain it, in areas such as research in education oriented to innovations and their propagation, education journals and their circulation, and the possibilities of innovation fostered by the institutional apparatus. The democratization of educative innovation is another way for the strengthening of innovation, this as a resolution adopted by a majority that share points of view that derive in the necessity to conceive the education establishment as an organization that transforms and transforms itself regarding its contents and its results. This proposal aims at actions for the insertion of innovation in education in the political and social agenda, in the understanding that the educative event and its components are part a political action in as much as they define, involuntarily or not, our profile as a nation. This work proposes the recognition of mass media as active agents in the definition of the social and political agenda for the proposal of not new, but renovated and imaginative communication actions, capable of driving a culture of innovation.

Innovation culture / Agenda setting / Democratization of innovation in education / Mass media and innovation

Introducción

En los últimos años la expresión “una cultura de” ha dado en utilizarse como el conjunto de intereses, objetivos, conceptos, o códigos a compartir en una gran diversidad de ámbitos, el ambiental, los derechos humanos, género o equidad. También se utiliza para expresar la necesidad de difundir e interiorizar ciertos comportamientos sociales, por eso a menudo escuchamos hablar de la cultura de la legalidad, de la transparencia, de la rendición de cuentas

o la cultura democrática. En prácticamente todos los casos aparece como premisa el hecho de compartir información sobre el tema.

Por esta razón, cuando se habla de la cultura de la innovación educativa es válido cuestionarse qué tantas posibilidades tenemos como sociedad de crear este código compartido que propicie un ánimo de transformación en el ambiente escolar y que conduzca a la resolución de crisis, de problemas crónicos y emergentes, a la propuesta de novedades que mejoren los procesos de enseñanza o de aprendizaje, para poder hablar de la existencia de una cultura de la innovación educativa.

El presente artículo analiza la existencia de una cultura de la innovación desde tres elementos clave: la investigación educativa orientada a la innovación y los mecanismos de difusión que utiliza, las revistas especializadas en educación confrontadas con las características de consumo de materiales impresos y las posibilidades de la innovación desde la estructura institucional, y hace una propuesta, quizá herética para algunos, que apela a la necesidad de construir una cultura de la innovación con un uso más intensivo de los medios masivos de comunicación para democratizar la innovación educativa, es decir para construir un código compartido que apunte a mejorar los procesos educativos allí donde haga falta. Para ello es preciso reconocer el papel fundamental e inevitable que tienen los medios masivos en la fijación de la agenda política y social.

Los espacios tradicionales de la innovación

El programa Innovemos de la UNESCO señala siete criterios preliminares para identificar y seleccionar innovaciones educativas: el carácter intencional de la experiencia; cierto grado de apropiación por quienes la llevan a cabo; que sea una acción planificada y sistemática que incluya procesos de evaluación desde un punto de vista crítico; que esté orientada a impulsar cambios en las concepciones, actitudes y prácticas educativas; que sea pertinente al contexto socioeducativo; que la innovación mejore los aprendizajes de los alumnos y que la práctica innovadora se haya mantenido por lo menos tres años; también indica que se debe calificar la relevancia de la innovación con base en los cambios que genere, sus posibilidades de expansión y su capacidad de alentar trabajos colectivos, de sistematización y comunicación.

Los criterios pueden debatirse, pero sin duda son un buen punto de partida para determinar ya no digamos la utilidad de las innovaciones sino su existencia misma. Sin duda, los trabajos de investigación sobre innovaciones educativas son los que suelen cubrir con más amplitud los criterios señalados y representan uno de los elementos más importantes en la construcción de la cultura de la innovación. Es preciso, sin embargo, poner en perspectiva sus alcances para calibrar la relevancia de su contribución.

En el año 2003, la investigadora Frida Díaz Barriga (2003) dio a conocer el estado de la investigación curricular en México en un estudio que recopiló 719 documentos producidos entre 1990 y 2002, de los cuales 209 (30%) se relacionaban con la innovación en el currículo y la enseñanza. La mayoría de estos 209 trabajos se desarrollaron en universidades, lo cual explica que el 76.6% aborde temas de educación superior y de posgrado y sólo poco menos del 9% se ocupe de la educación básica. La investigación no reporta, porque no es su finalidad, el destino de tales investigaciones, es decir, no se conoce el seguimiento de tales trabajos, sólo su existencia. De hecho, aunque suene temerario, podemos afirmar que lo más conocido entre la comunidad académica interesada en el tema son las cifras que ofrece la investigadora sobre los trabajos de innovación curricular y no los trabajos mismos, menos aún su destino.

Señala también Díaz Barriga que la mayor parte de esta producción se encuentra reportada en artículos en revistas (59 equivalente al 28.22%), le siguen 41 capítulos de libros (19.61%), 35 ponencias incluidas en memorias (16.74%), 26 documentos internos (12.44%), 23 tesis de posgrado (11%), 16 libros de autor (7.65%) y 9 en compilaciones de libros (4.3%). La investigadora afirma que gran parte de los trabajos relativos a las reformas curriculares de mayor impacto en los noventa no están plasmados en reportes de investigación sino que son reportes de carácter interno y de acceso restringido.

Considerando el total de trabajos, tendríamos un promedio de 16 trabajos anuales que circulan entre grupos de investigación del fenómeno educativo y que se difunden en publicaciones especializadas de tirajes reducidos o en documentos que no están al alcance, ya no digamos del gran público, sino de la propia comunidad académica que se interesa en los estudios de innovación.

Lo anterior se relaciona estrechamente con los medios de difusión a los que recurre la comunidad académica y educativa interesada en la innovación. Ángel Díaz Barriga (1991) en un artículo denominado "Las revistas de educación en México. Una aproximación analítica" consignaba la existencia de 16 revistas dedicadas al tema de la educación en 1990. Diez años después, actualizó los datos que registró en un texto denominado "Pasado y presente de las revistas de educación en México", donde señala la existencia de más de 60 revistas de educación, que indica un aumento de 6 revistas por año. Poco después, Eduardo Weiss (2002) hace un guiño al artículo de Díaz Barriga y publica en 2002 un artículo llamado "Presente y futuro de las revistas de educación en México" donde anota que entre 1993 y 2001 circularon 31 revistas dedicadas a la investigación educativa.

Algunas de esas publicaciones son ampliamente conocidas por la comunidad académica educativa como *Perfiles Educativos* o la *Revista de la Educación Superior* que edita la ANUIES,

pero me gustaría saber quiénes entre los presentes han tenido en sus manos u hojeado regularmente la *Revista textual* que publica la Secretaría de Educación del Estado de México, quiénes reciben la revista *Educación y Ciencia* de la Facultad de Educación de la Universidad Autónoma de Yucatán, cuántos de nosotros leemos *Desde la frontera norte* promovida por la UPN en Baja California y cuántos más conocen la producción de la revista *Atajo* de Puebla.

Es posible que la cifra consignada por Ángel Díaz Barriga se haya modificado y también que haya disminuido. Las publicaciones de información general tienen serios problemas para sobrevivir en el competitísimo mundo editorial, más aún las revistas especializadas porque suelen vivir de subsidios institucionales completos, lo cual resulta favorable hasta que llegan los recortes presupuestales, momento en el que inevitablemente mueren. Los costos de impresión, la falta de pago a autores y la carencia usual de personal especializado en temas editoriales hace que no aparezcan con regularidad. Para bien y para mal, muchas de esas publicaciones especializadas han podido traspasar la barrera económica que implica sacar a la luz un producto impreso de contenido y manufactura aceptables, gracias a la opción de aparecer en línea. La facilidad de consultar portales especializados permite franquear la dificultad común de la distribución pero no modifica los hábitos de lectura, ya que aquí, como en cualquier otro medio, el consumo de los materiales es selectivo y persiste, hoy como ayer, la escasa lectura tanto de textos sobre educación en general, como, en consecuencia, de la innovación educativa sea en libros, publicaciones periódicas y en internet, donde diversas encuestas reportan que este medio se utiliza principalmente para fines de entretenimiento, para chatear y hacer uso del correo electrónico.

La Encuesta Nacional de Lectura realizada en 2006 por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes arrojó que el promedio de lectura de los mexicanos es de 2.9 libros al año. La cifra no parece catastrófica, pero incluye en la contabilidad libros de texto, revistas, periódicos e historietas; ese mismo año la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito produjo, sólo para primaria, 110 millones 453 mil 350 libros.

Frente a estos datos y realidades, la cifra de 209 trabajos relacionados con innovaciones curriculares y de aprendizaje. y 60 revistas especializadas en educación con canales reducidos de difusión, palidece considerablemente y pone en entredicho la relevancia de los proyectos por no contar con opciones de comunicación. Esto no reduce la importancia que los proyectos de innovación tienen para la comunidad estudiada, pero ciertamente no abonan el terreno de la expansión de la cultura de la innovación.

Los estudios curriculares innovadores y los canales de difusión reducidos tienen como contraparte, un sistema educativo conformado, según datos de la SEP correspondientes al ciclo

escolar 2005-2006, por 32 millones 273 mil 694 alumnos, un millón 658 mil 795 docentes y 237 mil 972 escuelas. La pregunta sería ¿cómo lograr que en este gran universo se alcance una cultura de la innovación? ¿Cómo hacer que la innovación educativa trascienda el ámbito escolar y llegue, por ejemplo, a ser una preocupación de los padres de familia?

La aplicación de modelos innovadores resulta sumamente compleja tanto por las dimensiones del sistema como por la dinámica operativa; la recomendación de convertir a la innovación en un trabajo sistemático, que propicie cambios en las concepciones, actitudes y prácticas educativas encuentra serias limitaciones. La realidad de muchas aulas donde, en este mismo instante, se llevan a cabo procesos educativos es que son ámbitos en los que existe una gran resistencia hacia las innovaciones, pues se perciben como cargas de trabajo adicionales y mal retribuidas. Así, una cultura de la innovación que no es alentada efectivamente por incentivos laborales tiene escasos visos de éxito.

Además del tamaño del sistema y sus mecanismos de operación, está también la diversidad de tipos educativos: la educación pública urbana tiene características diferentes a la educación pública rural, la indígena y los cursos comunitarios, estos dos últimos suelen tener las condiciones más desfavorables. La educación indígena tiene 9,724 escuelas, con 34,990 docentes y 830,792 alumnos, mientras que los cursos comunitarios tienen 11,891 escuelas, 13,365 docentes y 116, 422 alumnos. Estas dos categorías educativas representan el 2.9% de la matrícula total y tienen serios problemas de operación, pues se trata de población sumamente dispersa, en localidades de difícil acceso, donde tanto maestros como alumnos enfrentan dificultades para llegar y son los niveles educativos con los puntajes más bajos de aprovechamiento en las evaluaciones internas y externas. Las innovaciones educativas raramente llegan a la educación indígena, los cursos comunitarios, a una buena porción de la educación pública rural y la que se imparte a la población migrante. Aunque justamente en estos ambientes escolares problemáticos es donde surgen interesantes proyectos o prácticas innovadoras para atender necesidades de operación o coyunturales, muchos de ellos se pierden por la falta de sistematización.

Existe otra faceta a la que podríamos llamar innovación institucional y que se ubica principalmente en dos planos. Uno es el de la práctica en el aula de los docentes, cuya experiencia, cuando genera propuestas innovadoras debe, en teoría, ser recogida dentro de los consejos escolares y los consejos de zona apoyados por la figura del asesor técnico pedagógico. El trabajo de tales consejos es muy desigual en las distintas zonas del país y se enfoca primordialmente a resolver problemas de operación. En la práctica cotidiana no aparecen como instancias auspiciadoras de propuestas de innovación.

Está también la Dirección General de Innovación, Calidad y Organización de la SEP encargada de desarrollar investigación en materia de innovación educativa, así como promover procesos novedosos de mejora y difundir los casos exitosos de tales procesos. Esta dirección incluye en su página electrónica prácticas reconocidas para consulta sólo con la indicación del nombre del proyecto, el área responsable y el enlace. Registra 168 prácticas académicas que incluyen experiencias de intervención curricular, cursos de actualización, acciones de promoción de la lectura, programas de radio y producción de libros. Desafortunadamente no despliega información acerca de la experiencia y los criterios para seleccionarla como acción innovadora. Refiere 19 trabajos de investigación de los cuales sólo uno es de tipo educativo, así como 9 prácticas científicas. Con la escasa información sobre los proyectos es difícil identificar la relevancia de las propuestas, su utilidad y repercusiones en el proceso educativo. Si bien los datos permiten percibir un esfuerzo de recuperación de experiencias, denota todavía problemas de sistematización y es notable, una vez más, la centralización de la actividad en el Distrito Federal, del cual se reportan 74 proyectos, ocho entidades sólo registran un trabajo y Guanajuato no tiene ninguno. Fuera del DF, la entidad con el mayor número de proyectos es Tamaulipas con 11. Con la información disponible no es posible saber si las entidades federativas no desarrollan proyectos innovadores o éstos no se registran. Nuevamente, estamos ante productos de la innovación educativa que tienen una difusión restringida.

Otros esfuerzos a favor de la innovación educativa son foros como este, seminarios, programas universitarios, el programa Innovación Educativa de ANUIES, el programa Innovemos de UNESCO, las redes de colaboración, las comunidades académicas que trabajan el tema. No obstante que el conjunto resulta muy atractivo y cada vez mayor, no podemos negar que somos minoría ante la magnitud de la realidad que pretendemos abordar con este enfoque.

Una comunicación renovada para la innovación

Todo lo anterior no es para plantear una visión fatalista de las posibilidades de construir realmente una cultura de la innovación, sino de indicar las razones por las que podemos estar en desventaja y algunas acciones que deberíamos tomar para promover dicha cultura.

Hemos visto que la mayor cantidad de los trabajos sobre innovación se produce en las universidades y en las unidades de investigación educativa, con canales de difusión restringidos. Para muchos investigadores es suficiente con ver los frutos de su investigación en forma de libro o plasmados en una revista especializada. Está bien desde el punto de vista personal. Pero esa comunidad debe traspasar los muros académicos. No diré algo que sorprenda si afirmo que muchas veces ni con los libros y las revistas especializadas somos

capaces de llegar a nuestro público objetivo. Es necesario reconocer que faltan mecanismos de comunicación y asumir que los medios masivos tienen un papel fundamental para colocar temas en la conciencia colectiva, para ver también que no hemos hecho un uso intensivo de ellos. Aquello que no es retomado por los medios parece no existir. Algunas cejas se enarcarán, pero no se trata de asimilarnos a esa cultura mediática sino de tomar lo que requerimos de ella para actuar a favor de los intereses de una cultura de la innovación educativa.

Las investigaciones, los reportes, los trabajos que se realicen con fines innovadores en el lugar más recóndito de nuestro país merecen llegar a públicos más amplios para favorecer la innovación como un concepto meta. Debemos voltear la mirada al amplio espectro de medios que hay en el país para hacer un trabajo adicional que coloque la información sobre innovación educativa en ellos.

El trabajo de comunicación será más fructífero si se ejecuta con una información sólo un poco más amplia sobre los medios. La forma en que los medios masivos influyen en la fijación de agendas ha cambiado considerablemente desde que Lippmann (1922) hablara en sus estudios sobre la opinión pública, hace ya cerca de noventa años, acerca de cómo la prensa otorga vigencia a ciertos temas y orienta su discusión al socializarlos. Hoy, el conjunto de medios ciertamente se ha extendido e irrumpió en el escenario internet no sólo como medio en sí mismo sino como retroalimentador de la información que maneja el resto de los medios, tenemos también una prensa más heterogénea en sus líneas editoriales, una industria del libro en crisis y una predominio de los medios electrónicos.

El propio Lippmann y, después de él, otros estudiosos de la opinión pública y de la teoría de la fijación de agenda, como McCombs (2004), han establecido que la sociedad busca referencias para explicarse los temas del momento, que las audiencias son condicionadas no sólo por sus creencias sino por los temas a los que están expuestos, los medios intervienen en distintos grados –según las audiencias, su perfil de información y los temas- en lo que la sociedad piensa y en cómo piensa, sabemos también que las audiencias son mejores receptoras de informaciones que no amenazan sus creencias, con base en lo cual los medios eligen los temas que proponen y en ello reside también su poder para fijar las agendas políticas y sociales.

No se trata de que los especialistas en educación deban volverse expertos en otra área del conocimiento, sino de acercar estos saberes, educación y comunicación, para lograr resultados positivos. Tampoco es algo totalmente novedoso, en otros ámbitos se ha transitado ese camino. Una parte del sector académico se convirtió en colaborador permanente de los medios en distintos ámbitos: la política, las artes, y en general las ciencias sociales. Este hecho

acercó la producción académica al gran público. Por otra parte, hace 25 o 30 años las novedades editoriales académicas producidas en otros idiomas tardaban varios años en aparecer traducidas, algunas nunca lo eran, pues lo determinaba el mercado y era común no tener acceso a esos productos ni en el idioma original. Hoy, no tenemos más que hacer un pedido en Amazon. Los materiales de divulgación están a la mano gracias a internet.

Para aprovechar los espacios disponibles que ya existen y se pueden ampliar en los medios sí es necesario saber cómo funcionan en la práctica. Identificar quiénes están a cargo de las secciones donde cabe la información educativa, conocer a quienes cubren la fuente de educación, saber que se manejan distintos géneros periodísticos y que la nota informativa que es la herramienta más común del periodismo se sirve de la brevedad, mientras que en los suplementos podemos hacer crónicas, artículos de fondo o reportajes que admiten mayor extensión, que muchos temas que ya están en las publicaciones especializadas podrían convertirse en atractivos materiales periodísticos. Pero que en todos ellos los textos ágiles y de fácil lectura son los mejor recibidos, lo cual impone un reto al ámbito académico. También debemos saber que los medios no buscarán este material, es necesario ganar esos espacios.

Las acciones y esfuerzos que se desarrollan para discutir, dar a conocer materiales sobre la innovación, tales como foros, seminarios, coloquios, conferencias, libros y revistas deben hacer uso de técnicas de divulgación más eficientes. Es necesario desplegar mecanismos de comunicación más imaginativos para difundir diferenciadamente los resultados de la innovación educativa a fin de para promoverla como una necesidad social. Podemos servirnos de los patrones de consumo que los medios han impuesto. Es una realidad que debemos asumir y tenerla en cuenta para hacerla trabajar a nuestro favor.

Las acciones de difusión y divulgación deben plantearse como audiencia especial a los más de 185 mil alumnos y cerca de 18 mil maestros de las 664 escuelas normales del país; pero fundamentalmente los estudiantes que en este momento cursan alguna licenciatura en educación y dentro de poco estarán al frente de un grupo en educación preescolar, primaria o secundaria. Esos futuros maestros que deseamos adopten la premisa del cambio no como un fin en sí misma sino como una opción que debe ser fundamentada para corregir los problemas ancestrales que tiene la educación en México.

Una reformulación en la comunicación de la innovación educativa permitirá involucrar de una manera más eficiente a las autoridades educativas. Se trata de un conjunto de acciones para democratizar la innovación, para sacarla de los cubículos de los investigadores, de los escritorios de las autoridades, de los libros y revistas que circulan de manera reducida o en los foros especializados. Si el concepto de innovación educativa se democratiza, es decir, se

convierte en una resolución adoptada por una mayoría, se construirá acumulativamente una cultura que reconozca cuándo y dónde es necesaria la innovación.

Dice Eduardo Galeano, en un texto que nos viene bien: “La utopía está en el horizonte. Me acerco dos pasos, ella se aleja dos pasos. Camino diez pasos y el horizonte se desplaza diez pasos más allá. Por mucho que camine, nunca la alcanzaré. ¿Para qué sirve la utopía? Para eso: sirve para caminar”. ¿Qué les parece si colocamos en el horizonte la cultura de la innovación educativa y descubrimos nuevas veredas para caminar hacia ella?

Referencias

- DÍAZ BARRIGA, Ángel (1991), “Las revistas de educación en México. Una aproximación analítica”, en *Revista de la Educación Superior*, ANUIES, núm. 78, abril-junio.
- “Pasado y presente de las revistas educativas en México”, en *Perfiles Educativos*, núm. 88.
- DÍAZ BARRIGA, Frida (2005), “Desarrollo del currículo e innovación: Modelos e investigación en los noventa”, en *Perfiles Educativos*, núm. 107, pp. 57-84.
- ESTEINOU MADRID, Javier (1991), *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal*, México, Fundación Manuel Buendía.
- FULLAN, Michael y Andy Hargreaves (2000), *La escuela que queremos*, México, SEP.
- FUENTES MOLINAR, Olac (1983), *Educación y política en México*, México, Nueva Imagen.
- GANEM ALARCÓN, Patricia (Coord.) (2002), *Escuelas que matan. Las partes enfermas de las instituciones educativas*, México, Edimich InterWriters.
- GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA, José Luis (1986), “Información y necesidades sociales”, en Cortés, Carmen (comp.), *La escuela y los medios de comunicación masiva*, México, SEP.
- LIPPMANN, Walter (1997), *Public opinion*, New York, Free Press Paperbacks.
- McCOMBS, Maxwell (2004), *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, Cambridge, Polity Press.
- PRIETO; Francisco (1986), “Comunicación y Educación”, en Cortés, Carmen, *La escuela y los medios de comunicación masiva*, México, SEP.
- SALAZAR, Luis y José Woldenberg (1995), *Principios y valores de la democracia*, México, IFE.
- SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel (comp.) (1998), *Comunicación y globalidad*, México, Fundación Manuel Buendía.
- WEISS, Eduardo (2002), “Presente y futuro de las revistas de investigación educativa en México”, en *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, núm. 16, pp.405-408.

Título del trabajo: **Democratizar la innovación educativa**

Autor: **María del Pilar Ramírez Morales**

Dirección de Educación Normal, Secretaría de Educación de Veracruz

Dirección: Eduardo Coronel 129, Col. Dos de Abril, CP 91030, Xalapa, Veracruz

Teléfonos: Oficina: 01(228)818.69.80 y 817.10..90 (fax)

Particular: 01(228)817.59.35 Celular: 0442281085388

Correo electrónico: ramirez.pilar@gmail.com

Ficha curricular:

Socióloga por la UNAM. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en los ámbitos de la educación y la comunicación. Actualmente es docente en la Dirección de Educación Normal de la Secretaría de Educación de Veracruz y labora también en Radiotelevisión de Veracruz. Periodista, colabora en el periódico Punto y Aparte de la ciudad de Xalapa, donde es columnista cuyas colaboraciones tienen énfasis en temas de género, y en la Revista Mexicana de Comunicación, publicación de la Fundación Manuel Buendía especializada en medios. Fue coordinadora de diseño curricular y coordinadora de recursos audiovisuales en las oficinas nacionales del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, docente en la Facultad de Medicina de la UNAM donde realizó actividades de docencia e investigación educativa; en la misma institución impartió clases en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en el área de sociología de la educación. Ha trabajado en diversas oficinas gubernamentales de comunicación social, en la revista Tiempo y en la agencia de noticias Notimex. En 1984 obtuvo el segundo lugar en el certamen del Premio Estatal de Administración Pública con el trabajo “Radiotelevisión de Veracruz. Administración y productividad en el trabajo creativo”.

Eje temático: Cultura de la innovación. Agentes del cambio para la innovación