

 **Impacto Científico**

**Revista arbitrada venezolana  
del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago**

ISSN: 1836-5042 ~ Depósito legal pp 200602ZU2811

Vol. 5 Número Extraordinario, 2010, pp. 67 - 82

## **Creatividad e innovación: características indispensables en el asesor académico**

**Brizeida Mijares<sup>1</sup>, Egilde Zambrano<sup>2</sup> y Yaneth Rincón<sup>3</sup>**

*<sup>1</sup> Departamento de Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia,  
Núcleo Costa Oriental del Lago*

*E-mail: mijaresbrizeida@gmail.com*

*<sup>2</sup> Coordinación de Postgrado e Investigación de la Universidad del Zulia,  
Núcleo Costa Oriental del Lago*

*E-mail: egilde@yahoo.es*

*<sup>3</sup> Coordinación de Postgrado e Investigación de la Universidad del Zulia,  
Núcleo Costa Oriental del Lago*

*E-mail: rinconym@gmail.com*

### **Resumen**

Los asesores académicos dentro de la Universidad del Zulia se plantean como retos la formación integral del estudiante, optimizar su función como docentes y elevar el rendimiento académico e institucional (LUZ, 1986; 1991). Partiendo de esas premisas y revisando el perfil propuesto por Mijares y col. (2008) se abre la necesidad de profundizar en las características que debe poseer ese asesor. De todas las propiedades mencionadas se eligen las de creatividad e innovación a partir del hecho de que otras cualidades se subyugan a ellas. Se realiza una investigación documental que permite responder a las interrogantes acerca de las mismas y se siguen los aportes de autores como Torrance (1974), de la Torre (1997), Guilford (1975), Sefchovich (1993), Williams (1973) y Rodríguez Estrada (1995), entre otros. Se concluye que el asesor académico como líder orientado al servicio y formado en valores necesita desarrollar su creatividad y su capacidad innovadora para dar respuestas coherentes al entorno académico en donde se desenvuelve y de esta manera ser capaz de reinventarse en su rol de Asesor Académico-Líder que debe promover cambios en los estudian-

tes, en sí mismo y en la universidad, y podrá cumplir con el deber ser del Programa de Asesorías Académicas en la Universidad del Zulia.

**Palabras clave:** Creatividad, innovación, asesores académicos, características.

## *Creativity and Innovation: Indispensable Characteristics for the Academic Advisor*

### **Abstract**

Academic advisors at the University of Zulia have several challenges, among which are: integral student training, optimizing their function as teachers and enhancing academic and institutional performance (LUZ, 1986; 1991). Based on these premises and reviewing the profile proposed by Mijares et al (2008), the need for deeper knowledge about the characteristics an advisor should have became evident. Of all the characteristics mentioned, creativity and innovation were chosen since the other characteristics are subjugated to them. Documentary research was performed that permitted answering questions about creativity and innovation according to the contributions of authors such as Torrance (1974), De la Torre (1997), Guilford (1975), Sefchovic (1993), Williams (1973) and Rodríguez Estrada (1995), among others. Conclusions were that the academic advisor, as a leader oriented toward service and trained in values, needs to develop his/her creativity and innovative capacity in order to give coherent responses to the academic environment where he/she works. In this way, academic advisors will be able to re-invent their role as academic advisor-leaders who ought to promote changes in the students and in themselves, as well as in the university; and thereby, comply with what the University of Zulia's Academic Advisor Program ought to be.

**Key words:** Creativity, innovation, academic advisors, characteristics.

### **Introducción**

En el marco de la profundización del perfil del asesor académico, hay dos características claves a nivel de actitudes que se presentan tanto en el asesor como en el líder, tal como lo plantean Mijares y col. (2009). Dichas características son: la creatividad y la innovación. Tanto una como la otra son caras de una misma moneda y ambas requieren para su manifestación de otras características, tales como ser agente de cambio, visionario, adaptable, paciente, atento, preocupado, tolerante, orientado

hacia resultados, intuitivo inspirador, autodeterminado, constante, comprometido, entre otras. Pero, a su vez, influyen sobre cada una de ellas, impactándolas de manera positiva.

Ser creativo implica estar dispuesto a navegar por aguas desconocidas; caminar a través del propio yo en la búsqueda permanente del ser, de ideas que le lleven a producir cambios en sí mismo y en otros; de completar lo incompleto y de descompletar lo completo. Es así como puede atravesar los problemas y llegar a ser innovador, no sólo como asesor académico sino como docente, profesional, líder orientado al servicio y formado en valores.

Para que el asesor académico sea innovador, debe ser creativo; tiene que ser capaz de ver más allá de lo común, de lo cotidiano, y de ayudar a cambiar lo usual por lo inusual. Las preguntas que surgen a partir de este perfil con características tan precisas son: ¿Qué debe hacer el asesor académico como líder orientado al servicio y formado en valores para desarrollar su creatividad e innovación? ¿Cómo puede orientar a sus estudiantes para que ellos desarrollen a su vez ambas características?

Se propone en este artículo la resolución de ambas interrogantes, iniciándose con revisiones de la literatura en asesorías académicas, creatividad e innovación, que permitan pasearse por esos caminos y encontrar las trayectorias a seguir para desarrollar en ambas poblaciones las características esperadas.

## **Asesorías académicas**

En primer lugar, las asesorías académicas equivalen a las tutorías que se remontan a los orígenes institucionales de las universidades, específicamente finales del siglo X, comienzos del XI en Salerno, Bolonia, Montpellier. Alarcón y Fernández (2008:31) afirman que “la figura del tutor se identifica con el educador pleno que se dedica a formar un alumno en su totalidad, como la autoridad que acompaña y guía los saberes del alumno”. En la actualidad esa función continúa y “ha adquirido importancia como función clave de la relación docente-discente-universidad, ... y en general para elevar la calidad de la educación superior (Alarcón y Fernández, 2008: 31).

En Venezuela, las Asesorías Académicas en la Universidad del Zulia se iniciaron el 1986 y desde entonces se han desarrollado desde varias perspectivas: la institucional, la técnica y la filosófica. A continuación se detallan cada una de ellas. Institucionalmente, se definen como “programas progresivos y permanentes que integran orientadores, docentes y estudiantes en la planificación y desarrollo de experiencias dirigidas a propiciar la formación integral del estudiante, optimizar la función del docente y a elevar el rendimiento académico e institucional” (Universidad del Zulia, 1986; 1991:11).

Técnicamente éstas se concibieron como “una relación de ayuda mutua dirigida a canalizar satisfactoriamente la integración, el rendimiento y el desarrollo académico y personal-social del estudiante dentro del medio universitario” (Universidad del Zulia, 1986; 1991:11).

Filosóficamente, las Asesorías Académicas se fundamentan en las formas como concibe al hombre, a la educación y al rendimiento académico. Es así como al hombre lo ven como un “ser integral y susceptible de cambio, con derecho al desarrollo de todas sus potencialidades, en igualdad de oportunidades, responsable de sus acciones y digno de respeto por su condición humana” (Universidad del Zulia, 1986; 1991:13).

En cuanto a la Educación, la percibe como un soporte de su visión del hombre, y busca así promover la formación de un estudiante que se proyecte como un profesional completo y con capacidad de autodirigirse a nivel personal y profesional asumiendo los retos que la vida le presente y siendo, por ende, capaz de ofrecer soluciones coherentes y creativas. El rendimiento académico lo observa como un proceso global u holístico, ya que tiende a reflexionar acerca de todos los factores y variables que inciden sobre éste. De allí que se deba considerar todos los actores del proceso; es decir, los docentes y las docentes, los estudiantes y las estudiantes, el contexto institucional, el proceso de enseñanza-aprendizaje y determinantes sociales y/o ambientales.

En la Universidad del Zulia se espera que a través del Programa de Asesorías Académicas se logre mejorar el rendimiento académico de los estudiantes y las estudiantes a partir del desarrollo continuo de sus profesores-asesores, desde las cualidades de estos últimos, las cuales se ubican en tres categorías: habilidades (lo que sabe hacer), conocimien-

tos (lo que debe saber) y actitudes (lo que debe ser) (Universidad del Zulia, 1986; 1991).

Es el ámbito de las actitudes donde se hará énfasis, singularizando dos características de gran relevancia por su impacto sobre las otras, ya identificadas por Mijares y col. (2008) y que se reflejan en el Cuadro 1. Estas dos actitudes son: creatividad e innovación.

**Cuadro 1**  
**Cuadro Comparativo Actitudes Asesor Académico y Líder**

<b>Asesor Académico</b>	<b>Líder</b>
Actitudes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empático</li> <li>• Dispuesto a cooperar</li> <li>• Comprometido</li> <li>• Receptivo</li> <li>• Auténtico</li> <li>• <b>Creativo</b></li> <li>• Autocrítico</li> <li>• Sensible</li> <li>• Constante</li> <li>• Autodeterminado</li> <li>• Honesto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empático</li> <li>• Humilde</li> <li>• Orientado hacia la gente, Accesible</li> <li>• Responsable</li> <li>• Sensible, Compasivo</li> <li>• Optimista, Entusiasta; Carismático</li> <li>• Autodisciplinado, Resistente al estrés</li> <li>• Comprometido</li> <li>• Intuitivo, Inspirador</li> <li>• Realista, Con sentido común</li> <li>• Constante; Consistente, Confiable</li> <li>• Servidor</li> <li>• Autónomo</li> <li>• Atento, Preocupado; Tolerante</li> <li>• Orientado hacia el resultado</li> <li>• Generoso</li> <li>• Con conocimiento de sí mismo, Maduro</li> <li>• Adaptable, Paciente</li> <li>• Comunicador</li> <li>• Motivador, Enérgico</li> <li>• <b>Creativo, Innovador</b></li> <li>• Asertivo, Reconoce errores</li> <li>• Agente de cambio, Visionario</li> <li>• Diplomático</li> </ul>

Fuente: Mijares y col., 2008.

## **Creatividad**

La creatividad se reconoce como una idea muy compleja (e.g., Gowan, 1972; Roweton, 1972; Torrance, 1974, citados en Khatena, 1982), en términos de sus correlaciones de medición, es una gran fuente de aprehensión. Existe una falla considerable de concordancia sobre la definición debido a que a través del uso del término se ha asociado con varios aspectos de la conducta creativa y el funcionamiento mental que corre a lo largo de un continuo cognitivo-emotivo. Esto se ha complicado aun más por el gran número de diferentes definiciones concernientes con su fuente de energía –dependiendo esto de los diversos modelos teóricos del funcionamiento humano que sirven como marco de referencia.

Existe la tendencia de confundir la creatividad con los resultados finales del proceso educativo. Se tiende a pensar en la persona creativa en términos de lo que produce. Al igual que un noviazgo puede o no terminar en matrimonio, de la misma manera la creatividad puede o no culminar en un producto final tangible (Willings, 1980).

Partiendo de lo expresado anteriormente, a continuación se ofrecen algunas de las definiciones más representativas de este constructo, empezando con las más antiguas y culminando con las más recientes; ello se hace al considerar que las primeras han servido de fundamento a las segundas, y continúan teniendo relevancia.

Etimológicamente, creatividad proviene del latín *creare*: crear, hacer algo nuevo, algo que antes no existía) y del término griego *krainen*. “Esto significa que la creatividad es el descubrimiento de nuevas formas, símbolos, patrones, procesos e ideas sobre los cuales nuevo trabajo y medios sociales se pueden construir” (May, 1975, citado por De Faría y Nahas, 2007: 24). Por su parte, Guilford (1950, citado por Khatena, 1982: 18) ha remarcado que (1) “si fuésemos a estudiar el dominio de la creatividad deberíamos mirar más allá de los límites del CI (cociente intelectual)” y (2) “la creencia de que el talento creativo se debe contar en términos de alta inteligencia o CI... no solo es inadecuado sino que es altamente responsable por la falta de progreso en el entendimiento de la gente creativa”.

Williams (1973) ofrece una definición operacional de creatividad. Para él, el proceso de crear es, en gran medida, el desarrollo de las destrezas mentales para asociar o unir los elementos de información previamen-

te adquiridos en nuevas y originales combinaciones. Por consiguiente, se debe considerar un factor de originalidad o de inventiva al igual que diversos factores de flexibilidad que juegan un papel en el pensamiento y acción creativo. De igual manera, mientras más combinaciones uno pueda formar es más probable que algunas de ellas sean más creativas. Junto con la originalidad y flexibilidad existen varios factores tales como los juegos de ideas, de asociaciones, y de expresiones que también son importantes. La combinación de ítems de información y la formación de nuevas asociaciones son resultado de la amplitud y profundidad del conocimiento, pero la habilidad para su producción depende de las destrezas y estrategias del pensamiento que llevan hacia el establecimiento de nuevas asociaciones entre los ítems de la información recibida.

Torrance (1974: 8), define a la creatividad como:

“un proceso mediante el cual una persona se vuelve sensible a los problemas, definiciones, lagunas en el conocimiento, elementos perdidos, disonancias, etc.; identifica lo difícil, busca soluciones, adivina o formula hipótesis acerca de imperfecciones, prueba o vuelve a probar esas hipótesis y, posiblemente, las modifica y vuelve a probar, y, finalmente, comunica los resultados”.

Cuando se analiza el concepto de Torrance se encuentran en él cuatro formas de actuación creativa de la gente. Es decir, dos procesos de pensamiento evaluativo, un proceso divergente y otro de comunicación.

Smith y Carlsson (1983: 168), por su parte, definen la creatividad como “la inclinación individual de traspasar los confines de un contexto perceptual establecido”. Para Rodríguez (1985, 1995a, 1995c) la creatividad no es una curiosidad o un artículo de lujo, sino el camino para una vida plena, para lograr la felicidad personal, la higiene social y el progreso en todos los campos. Por ello propone que la creatividad se le defina como: la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas. Además, considera que ella es elemento esencialísimo de la superación personal y de desarrollo humano.

De la Torre (1997; 2004:60) enfatiza que con la creatividad se está ante un fenómeno polisémico, multidimensional y de significación plural. Con lo cual coincide con los teóricos mencionados anteriormente en referencia a la creatividad. Así señala que la creatividad es propia de los seres humanos, posee direccionalidad e intencionalidad, transforma el

medio, el hombre comunica acerca de los productos que elabora, y es original y novedosa. Todo ello le lleva a concluir que la creatividad es “la capacidad y actitud para generar ideas nuevas y comunicarlas”.

Finalmente, Morris (2006: 2) cita la definición expresada por el Comité Consultivo Nacional del Reino Unido (1999):

“Primero, ellas [las características de la creatividad] siempre envuelven el pensar o actuar **imaginativamente**. Segundo, en términos generales esta actividad imaginativa tiene **un norte**: es decir, está dirigida a lograr un objetivo. Tercero, esos procesos deben generar algo **original**. Cuarto, el producto debe tener un **valor** en relación a un objetivo.”

Las definiciones presentadas tienen en común la disposición natural del hombre de reinventarse, de solucionar problemas, de imaginar lo nuevo, de aplicar su ingenio buscando ver lo que nadie ha visto en una situación, para luego aplicar lo que se ha encontrado, si ese fuese el caso, y así determinar su valor tangible. Este proceso no concluye jamás, puesto que todo lo que se revise es susceptible de seguir mejorando y cambiando.

## **Innovación**

Concluida la disertación acerca de la creatividad, se continúa con la segunda característica que debe desarrollar el Asesor Académico, ya que no es suficiente ser creativo; hay que ser también innovador. Esto obedece a que la creatividad se operacionaliza a través de la innovación, es decir, “innovar se refiere a la aplicación del proceso creativo” (Hurwitch, 2008).

De la Torre (1997; 2004) hace referencia al estudio de la relación entre creatividad e innovación a lo largo de la historia y señala a diversos autores (Haefele, 1962; Fishman, 1990; Whiting y Solomon, 1989; y Drucker, 1986) que han tenido gran relevancia en el estudio de la misma. Igualmente indica que tanto la creatividad como la innovación “parten del mismo núcleo semántico, aunque con diferente raíz léxica: ‘nov’, portador de novedad, de algo diferente de lo que se tiene o conoce; ‘crea’ generar, producir algo nuevo o inexistente” (De la Torre, 1997; 2004: 130). Es así como, y a partir de una comparación de ambos conceptos desde las orientaciones de: persona, medio, proceso y resultado, se logra determinar las similitudes y diferencias en las mismas referidas a los conceptos en estudio.

La creatividad y la innovación reconocen en la persona el agente capaz de aportar algo nuevo. En cuanto al medio, éste tiene un papel fundamental en el desarrollo de la creatividad y de la innovación. Éste configura la inteligencia, los hábitos y valores, la educación y la creatividad. De manera tal que puede influir de manera positiva o negativa sobre la creatividad y la innovación dependiendo del medio educativo, familiar y sociocultural donde se desenvuelva el individuo (De la Torre, 1997; 2004); esta influencia del medio ha sido reconocida y manifestada por los estudiosos de la creatividad desde los años 50, cuando se dio inicio al estudio formal y científico de la creatividad. De la Torre continúa revisando el paralelismo entre ambos conceptos y al hacerlo desde la concepción del proceso observa que ambos cuentan con varias fases; es decir, preparación, incubación, iluminación y verificación.

Finalmente, en términos de resultados, ambos constructos transmiten la idea de aportación novedosa y de valor. Taylor (1971, citado por De la Torre, 1997; 2004) clasifica en cinco las manifestaciones creativas: creatividad expresiva, productiva, inventiva, innovadora y emergente. A su vez, la innovación plantea diferentes niveles de cambio que van desde los más sutiles o menos profundos hasta los profundos y dificultosos: es decir, conocimientos, habilidades, actitudes, cambio de comportamiento individual, cambio de comportamiento de un grupo.

## **El Asesor académico, líder creativo**

El Reglamento del Programa de Asesoría Académica de la Universidad del Zulia (2006: 1), concibe la Asesoría Académica como “una relación de ayuda ejecutada por docentes y estudiantes asesores, dirigida a canalizar satisfactoriamente la integración, del rendimiento y el desarrollo académico del estudiante dentro del medio universitario”. De acá se desprende que el asesor académico es un guía que facilita el tránsito de los estudiantes y las estudiantes en el alcance de su meta y, para llegar a ésta, en el cumplimiento de los diferentes objetivos que a ella darán lugar.

Más específicamente, se plantean, entre las funciones del docente-asesor, las de asistir a los estudiantes en el cumplimiento del plan de estudios, organizar programas de asesoría académica para los estudiantes

que así lo requieran y brindarles una orientación adecuada (Universidad del Zulia, 2006).

En este sentido, el asesor académico es un líder para sus estudiantes (seguidores y seguidoras) y su papel se operacionaliza a través de la orientación y la motivación que les brinda. Es importante resaltar que a este Asesor Académico Líder debe reconocérsele también, en su labor, el empleo de la creatividad y la innovación.

Para Yarce (2005), la creatividad es una de las características más relevantes a la hora de definir el liderazgo; señala el autor que así lo muestran las encuestas entre dirigentes de todos los sectores, conjugada con la visión, los valores, la comunicación y el compromiso. Asimismo, afirma que la creatividad es una ventaja competitiva para el líder, y con ello concuerdan Figueroa (2008), Díaz-Carrera (2004) y Sturner (1997).

En este orden de ideas, la creatividad y la innovación, como características del liderazgo, podrían marcar la diferencia entre buenos y mejores asesores académicos, al proporcionarles un esquema distinto de ver la academia, la universidad, las relaciones con los estudiantes, la búsqueda de soluciones a problemas comunes, y su propia interacción con el medio que les rodea.

Aportando sobre la importancia de la creatividad en el liderazgo, expresa Figueroa (2008) que:

“El líder creativo tiene su visión puesta en el futuro y dirige todas sus energías hacia un cambio positivo con una actitud proactiva y optimista; es capaz de enfrentar los diferentes tipos de crisis (familiares, económicas, políticas, espirituales, etc.). Además de esto, es valiente, demuestra integridad y compromiso, busca el bien de todos y no solo el propio, se deja llevar por sus principios y valores, es emprendedor y aprendiz de por vida”.

Por su parte, Guastello (1995) ve al líder como un facilitador que desarrolla y plantea oportunidades en el interés de que los participantes (seguidores) refuercen su propia creatividad. Para Knowles (1990), el liderazgo creativo es una forma de liderazgo que libera la energía creativa de los seguidores. Esto implica que el líder creativo promueve que sus seguidores sean creativos.

De Bono (1998:5), expresa:

“No hay que afirmar que si tu no eres creativo no eres nada; es mejor decir que una de las destrezas del futuro para cada individuo y para cualquier país, es la habilidad de ser creativo y esta habilidad debería ser enseñada por alguien”

Tomando esta referencia, Ramos (2008) expresa que tal habilidad (creatividad) debe ser enseñada por los educadores en el campo educativo, por los padres en el hogar y por la sociedad en la calle. Tiene entonces, el asesor académico, la tarea de fomentar la creatividad de sus seguidores desde y con su propia creatividad. Tales ideas refuerzan la importancia de contar con un asesor académico que sea su vez líder creativo:

“El líder creativo presta atención a los valores, los compromisos y las aspiraciones. Atiende a algunas de las necesidades más fundamentales de los seres humanos: la necesidad de ser importantes, de proporcionar valor, de ser útil, de ser parte de un grupo exitoso” (Instituto de Investigación para una coevolución creativa, 1997”).

Ciertamente, el asesor académico, como contribuidor a la formación integral de los estudiantes y las estudiantes, tiene en sus manos la valiosa misión de escucharles, despejarles sus dudas, ayudarles a descubrir y desarrollar sus fortalezas, así como a reconocer y minimizar sus debilidades, a afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades, a perseverar, a buscar alternativas y seleccionar las más adecuadas, a seguir adelante. En este camino, la creatividad tiene un papel muy importante desde dos perspectivas, y es que por un lado, para consolidar esta misión, el Asesor Académico debe hacer uso de todo su liderazgo creativo y, por el otro, desarrollar la creatividad en los estudiantes y las estudiantes, a fin de que logren hacer un mejor uso de todas sus potencialidades.

## **Estrategias, técnicas y procedimientos para desarrollar la creatividad y la innovación en los asesores académicos**

A fin de que los asesores académicos desarrollen y/o mejoren su creatividad e innovación es necesario implementar un programa de in-

ducción que los pasee por diversas técnicas, estrategias y procedimientos y que permita que identifiquen aquellos en los que se sientan más cómodos y se adapten a sus necesidades, intereses y formas de aprendizaje. Por lo tanto, tal programa debe contener estrategias que incluyan experiencias de índole visual, auditiva y kinestésica.

A continuación se mencionan algunas de las estrategias, técnicas y procedimientos diseñadas por diversos investigadores (Torrance, 1972; Guilford, 1977; Rodríguez, 1985; Kathena, 1982; Osborn, 1963; Sefchovich y Waisburd, 1987; Sefchovich, 1993; Eberle, 1977, 1984a, 1984b; De la Torre, 1997; 2004; De Bono, 1998; Buzan, 1996; Ramos, 2006) a fin de desarrollar la creatividad y la innovación en los asesores académicos:

- 1) Hacer el problema más general,
- 2) dividir el problema en sub-problemas,
- 3) hacer preguntas,
- 4) no hacer juicios,
- 5) realizar un esfuerzo externo,
- 6) hacer una lista de atributos o características,
- 7) forzar las relaciones,
- 8) lluvia de ideas,
- 9) realizar análisis morfológico,
- 10) incubar,
- 11) estar en estados alterados de conciencia,
- 12) tener un criterio de evaluación,
- 13) entrenar en las habilidades del pensamiento divergente (i. e., fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración) y transformación,
- 14) mejorar el almacenaje de memoria,
- 15) estudio de modelos o biografías,
- 16) ejercicios de descripción,
- 17) detección de relaciones remotas,
- 18) descripción imaginaria de mejoras,
- 19) psicodrama, sociodrama y role-playing,
- 20) transformaciones mentales de las cosas,
- 21) Sinéctica de Gordon,
- 22) modelaje en plastilina, arena, papel, barro, harina con aceite,
- 23) expresión mímica en diversas situaciones,
- 24) visualización creativa,
- 25) Positivo/Negativo/Interesante de Edward de Bono,
- 26) Seis sombreros para pensar de E. de Bono,
- 27) Scamper,
- 28) mapas mentales de Buzan,
- 29) romper con lo obvio y lo común;
- 30) transposición;
- 31) reestructuración;
- 32) síntesis;
- 33) analogía,
- 34) figuras del habla: símiles, metáforas, personificación y alusión,
- y 35) solución creativa de problemas.

Las estrategias, procedimientos y métodos sugeridos se complementan unos con otros y, por lo tanto, se pueden usar individualmente y/o combinados; cada uno demanda diversas habilidades, destrezas, conocimientos, pero el común denominador es la disposición de tratar, de darse el permiso de volver a ser niños y experimentar, para de esa manera dejar fluir la creatividad que todo ser humano posee hasta desarrollarla a niveles inimaginables y dar paso a los procesos innovadores de la realidad.

La intención es operacionalizar los argumentos teóricos esbozados a los largo de esta disertación y, apoyados en las estrategias, técnicas y procedimientos avalados por los autores, conformar un Programa de Creatividad e Innovación para asesores académicos. En primer lugar, este programa se focalizaría en el Núcleo Costa Oriental del Lago de la Universidad del Zulia, aplicándose en un grupo piloto. Se plantean tres fases, la introductoria, la de implementación y, finalmente, la de evaluación. Una vez cubiertas estas fases, se aspira que el programa se proyecte en el resto de los núcleos de la universidad.

## **Conclusiones**

Los asesores académicos, para dar respuesta al entorno cambiante y solucionar los problemas del mismo deben desarrollar actitudes que les permitan una mejor interacción con este. Dentro de las actitudes que más atención requieren se encuentran la creatividad y la innovación. Éstas influyen en todas las otras actitudes propias del asesor-líder, y a su vez son influidas por ellas.

Como líderes orientados al servicio y formados en valores estos docentes universitarios necesitan descubrir, desarrollar y mejorar su propia creatividad y capacidad innovadora. Ellas le permitirán solucionar y dar respuestas coherentes al entorno académico en donde se desenvuelven y serán capaces de reinventarse en su rol de asesor académico líder que debe promover cambios en si mismos, en los estudiantes, en la universidad, así como en la sociedad en la que se desenvuelven y cumplir con el deber ser del Programa de Asesorías Académicas de la Universidad del Zulia.

En conclusión, el asesor académico en su rol de líder creativo orientado al servicio y formado en valores se convierte en un modelo a seguir para su propio beneficio, el de sus estudiantes y el de la institución en donde labora. Por ello, la Universidad del Zulia, en todos sus núcleos, debe dar apoyo para la formación permanente de ese profesional que ha tomado la decisión de ser un asesor académico.

## Referencias bibliográficas

- Alarcón, M. y Fernández, J. (2008). Las Tutorías de Estudiantes: Una Experiencia de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en **REMO**, 2ª época, Vol. VI, N° 15, Julio-Octubre, pp. 30-36.
- Buzan, T. (1996). **El Libro de los Mapas Mentales: Cómo utilizar al máximo las capacidades de la mente**. Barcelona, España: Urano.
- De Bono, E. (1998). **Pensamiento Lateral**. España: Paidós.
- De Faría, F. y Nahas, V. (2007). Creativity and Innovation in the Context of Team-work: an Evaluation in the Self-management Cells and Quality Control Circles of Ambev S.C. Branch. En **Brazilian Administration Review**, Vol. 4, N° 1, art. 2, pp. 21-34. Recuperado el 01 de febrero de 2009 en: <http://www.anpad.org.br/bar>
- Díaz-Carrera, C. (2004). **Liderazgo creativo: Perfil y retos en el umbral del tercer milenio**. Recuperado el 12 de agosto de 2009 de <http://iacat.com/1-Cientifica/liderazgocreativo.htm>
- Drucker, P. (1986). **La innovación y el empresario innovador**. Barcelona, España: Edhasa.
- Eberle, R. (1977). **Scamper. Games for Imagination Development**. Buffalo, NY: D.O.K. Publishers.
- Eberle, B. (1984a). **Scamper on for creative imagination development**. Buffalo, NY: D.O.K Publishers.
- Eberle, B. (1984b). **Help! In solving problems creatively at home and school**. Illinois: Good Apple.
- Figueroa, S. **La creatividad como elemento importante del liderazgo**. Recuperado el 25 de Septiembre de 2008, de <http://www.geocities.com/creanimate123/Creatividad-y-liderazgo.htm>
- Fishman, H. (1990). **Creativity & Innovation: Challenge of the 80's**. Davis, California: Pyramid Systems Press.
- Gowan, J. (1972). **Development of the Creative Individual**. San Diego, California: Robert R. Knapp, Publisher.
- Guastello, S. (1995). Facilitative style, individual innovation and emergent leadership in problem solving groups. **The Journal of Creative Behavior**. **29** (4) 225-240
- Guilford, J.P. (1950). Creativity. **American Psychologist**, Vol. 5, No. 9, 444-454.
- Guilford, J.P. (1975). Varieties of creative giftedness, their measurement and development. **The Gifted Child Quarterly**, *19*(2), 107-121.
- Guilford, J.P. (1977). **Way Beyond the I. Q.** Buffalo, N.Y.: Creative Education Foundation.
- Haeffele, J. (1962). **Creativity & Innovation**. New York: Reinhold.

- Hurwitch, J. **La dimensión humana de la transformación institucional.** Recuperado el 10 de Diciembre de 2008, de [http://www.iica.ac.cr/comuniica/n\\_4/espagnol/ed/jan.html](http://www.iica.ac.cr/comuniica/n_4/espagnol/ed/jan.html)
- Instituto de Investigación para una Coevolución Creativa (1997). **Eficacia y salud organizacional.** México: Nueva Empresa.
- Khatena, J. (1982). **Educational psychology of the gifted.** New York: John Wiley & Sons.
- Knowles, M. (1990). **The adult learner: a neglected species.** London: Gulf Publishing C.O.
- May, R. (1975). **A coragen de criar.** Río de Janeiro: Nueva Fronteira.
- Mijares, B.; Torres, Y.; Rincón, Y. y Ortega, Z. (2008). La formación de Asesores Académicos como Líderes Orientados al Servicio. **Revista Encuentro Educacional**, (15).
- Mijares, B.; Zambrano, E.; Prieto, A. y Martínez, M. (2009). Profundización del perfil del asesor académico como líder formado en valores. *Revista Científica ORBIS*, 4 (11): 66-84.
- Morris, W. (2006). **Creativity. Its Place in Education.** Recuperado 01 de febrero de 2009 en [www.jpbc.com](http://www.jpbc.com).
- Osborn, A. (1963). **Applied Imagination.** New York: Charles Scribner's.
- Ramos, M. (2006). **Educadores Creativos, Alumnos Creadores: teoría y Práctica de la Creatividad.** Caracas: San Pablo.
- Ramos, M. **Educación, creatividad y ética profesional.** Recuperado del 15 de Diciembre de 2008, de <http://www.servicio.cid.uc.edu.ve/educacion/revista/a1n18/1-8-10.pdf>
- Rodríguez, M. (1985). **Manual de Creatividad Los Procesos Psíquicos y el Desarrollo.** México: Trillas.
- Rodríguez, M. (1995a). **Creatividad en el Arte de Vivir.** 2a. ed. México: Edamex.
- Rodríguez, M. (1995b). **Mil Ejercicios de Creatividad Clasificados.** México: McGraw-Hill.
- Rodríguez, M. (1995c). **Psicología de la Creatividad Manual de Seminarios Viveniciales.** México: Pax.
- Roweton, W. (1972). **Creativity: A Review of Theory and Research.** Buffalo, NY: Creative Education Foundation.
- Sefchovich, G. y Waisburd, G. (1987). **Hacia una Pedagogía de la Creatividad. Expresión Plástica.** México: Trillas.
- Sefchovich, G. (1993). **Creatividad para Adultos.** México: Trillas.
- Smith, G. y Carlsson, I. (1983). Creativity in early and middle school years. *International Journal of Behavioral Development*, 6, 167-195.
- Sturner, W. F. (1997). **Superb Leadership: The 12 Essential Skills.** Recuperado el 12 de agosto de 2009 de <http://www.iacat.com/1-Cientifica/superliderazgo.htm>

- Taylor, I. A. (1971). A transactional approach to creativity and its implications in education, *J.C.B.*, (4).
- Torrance, E. P. (1972). Can we teach children to think creatively? *Journal of Creative Behavior*, 6 (2), 114-143.
- Torrance, E. P. (1974). **Torrance Tests of Creative Thinking**. Lexington, MA: Personnel Press.
- Torre de la, S. (1997; 2004). **Creatividad y Formación: Identificación, Diseño y Evaluación**. México: Trillas.
- Universidad del Zulia (1986-1991). **Manual de Implantación de las Asesorías Académicas en la Universidad del Zulia**. Vice Rectorado Académico. Consejo Central de Orientación. Consejo Central de Asesorías Académicas. Maracaibo.
- Universidad del Zulia (2006). **Reglamento del programa de Asesoría Académica de la Universidad del Zulia**. Vice Rectorado Académico. Consejo Central de Pregrado. Maracaibo.
- Williams, F.E. (1973). Is creativity an innovation in education? *Educational Trends*, 8, (1-4), 82-91.
- Willings, D. (1980). **The Creatively Gifted**. Cambridge: Woodhead-Faulkner.
- Whiting, B. y Solomon, G. (1989). **Key issues in creativity, innovation & entrepreneurship**. (Ed). Buffalo, NY: Bearly Limited
- Yarce, J. Liderazgo, creatividad y descentralización mental. Recuperado el 6 de Mayo de 2005, de [http://www.pucpr.edu/educontinua/liderazgo/documentos\\_word/WEB/I/40.HTM](http://www.pucpr.edu/educontinua/liderazgo/documentos_word/WEB/I/40.HTM)