



Acreditada Institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional

## Comunicación Social

---

### **INFORME DE AUTOEVALUACIÓN CON FINES DE ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD**

**Medellín, agosto de 2011**

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	8
1.1. METODOLOGÍA DE TRABAJO .....	9
1.2. GRUPO AUTOEVALUADOR .....	10
1.3. MODELO DE PONDERACIÓN .....	10
1.3.1. Fundamentos del modelo de ponderación.....	11
1.3.2. Fundamentos concernientes al proceso de formación .....	14
1.3.3. El proceso de formación y las características de calidad del CNA .....	15
2. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA .....	17
2.1. MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL.....	17
2.2. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROGRAMA .....	18
2.2.1. Número, nivel de formación académica y dedicación de los profesores del programa.....	19
2.2.2. Número de estudiantes matriculados.....	19
2.2.3. Valor de la matrícula y demás derechos pecuniarios por período académico.....	20
2.2.4. Número de promociones y de graduados.....	20
2.3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA .....	20
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	20
2.5. CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA.....	21
2.6. PERFIL DEL ASPIRANTE.....	22
2.7. PERFIL DEL EGRESADO.....	23
2.8. PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE .....	23
2.8.1. Ciclos y áreas de formación .....	23
2.8.2. Estructura y organización curricular.....	25
2.8.3. Asignaturas por semestre.....	27
3. RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL .....	30
3.1. FACTOR 1: MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL .....	30
3.1.1. Característica 1. Misión institucional .....	30
3.1.2. Característica 2. Proyecto institucional .....	31
3.1.3. Característica 3. Proyecto educativo del programa .....	32
3.1.4. Característica 4. Relevancia académica y pertinencia social del programa.....	35
3.2. FACTOR 2: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS ESTUDIANTES .....	38
3.2.1. Característica 5. Mecanismos de ingreso .....	38
3.2.2. Característica 6. Número y calidad de los estudiantes admitidos .....	40
3.2.3. Característica 7. Permanencia y deserción estudiantil .....	42
3.2.4. Característica 8. Participación en actividades de formación integral .....	45
3.2.5. Característica 9. Reglamento estudiantil .....	47
3.3. FACTOR 3: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS PROFESORES .....	49
3.3.1. Característica 10. Selección y vinculación de profesores .....	49
3.3.2. Característica 11. Estatuto profesoral .....	50
3.3.3. Característica 12. Número, dedicación y nivel de formación de los profesores .....	52
3.3.4. Característica 13. Desarrollo profesoral .....	56
3.3.5. Característica 14. Interacción con las comunidades académicas .....	57
3.3.6. Característica 15. Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social y a la cooperación internacional .....	60
3.3.7. Característica 16. Producción de material docente .....	61
3.3.8. Característica 17. Remuneración por méritos .....	63
3.4. FACTOR 4: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS PROCESOS ACADÉMICOS .....	64
3.4.1. Característica 18. Integralidad del currículo .....	64
3.4.2. Característica 19. Flexibilidad del currículo .....	67
3.4.3. Característica 20. Interdisciplinariedad.....	69
3.4.4. Característica 21. Relaciones nacionales e internacionales .....	71
3.4.5. Característica 22. Metodologías de enseñanza y aprendizaje .....	75

3.4.6. Característica 23. Sistema de evaluación de estudiantes .....	77
3.4.7. Característica 24. Trabajos de los estudiantes .....	78
3.4.8. Característica 25. Evaluación y autorregulación del programa .....	81
3.4.9. Característica 26. Formación para la investigación .....	83
3.4.10. Característica 27. Compromiso con la investigación .....	84
3.4.11. Característica 28. Extensión o proyección social .....	87
3.4.12. Característica 29. Recursos bibliográficos .....	91
3.4.13. Característica 30. Recursos informáticos y de comunicación .....	94
3.4.14. Característica 31. Recursos de apoyo docente .....	97
3.5. FACTOR 5: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS AL BIENESTAR INSTITUCIONAL .....	99
3.5.1. Característica 32. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario .....	99
3.6. FACTOR 6: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN .....	103
3.6.1. Característica 33. Organización, administración y gestión del programa .....	103
3.6.2. Característica 34. Sistemas de comunicación e información .....	106
3.6.3. Característica 35. Dirección del programa .....	108
3.6.4. Característica 36. Promoción del programa .....	109
3.7. FACTOR 7: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS EGRESADOS E IMPACTO SOBRE EL MEDIO.....	112
3.7.1. Característica 37. Influencia del programa en el medio .....	112
3.7.2. Característica 38. Seguimiento de los egresados .....	118
3.7.3. Característica 39. Impacto de los egresados en el medio social y académico .....	122
3.8. FACTOR 8: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS .....	125
3.8.1. Característica 40. Recursos físicos .....	125
3.8.2. Característica 41. Presupuesto del programa .....	128
3.8.3. Característica 42. Administración de recursos .....	131
3.9. SÍNTESIS DE LA AUTOEVALUACIÓN .....	132
3.10. CONCLUSIONES .....	133
4. PLAN DE MEJORAMIENTO .....	135
5. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	139
6. LISTA DE ANEXOS.....	140

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Grupo autoevaluador.....	10
Tabla 2: Escala de gradación de los juicios de autoevaluación .....	11
Tabla 3: El modelo de ponderación de la Universidad EAFIT .....	16
Tabla 4: Información básica del programa de Comunicación Social .....	18
Tabla 5: Nivel de estudios de los profesores del Departamento de Humanidades .....	19
Tabla 6: Población estudiantil del programa de Comunicación Social .....	19
Tabla 7: Valor de la matrícula y gastos pecuniarios .....	20
Tabla 8: Graduados por semestre del programa de Comunicación Social .....	20
Tabla 9: Créditos por componentes de formación .....	27
Tabla 10: Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre conocimiento de la Misión .....	31
Tabla 11: Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre el proyecto educativo del programa .....	34
Tabla 12: Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre aceptación del PEP .....	34
Tabla 13: Conocimiento de los requisitos de admisión .....	39
Tabla 14: Estudiantes bachilleres inscritos, admitidos y matriculados .....	40
Tabla 15: Población de estudiantes de Comunicación Social .....	40
Tabla 16: Puntajes obtenidos en las pruebas de Estado .....	400
Tabla 17: Número de estudiantes por profesor .....	41
Tabla 18: Opinión de profesores y estudiantes sobre la relación entre el número de estudiantes y profesores del programa .....	41
Tabla 19: Opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia de recursos académicos y físicos .....	42
Tabla 20: Causas de la deserción.....	43
Tabla 21: Población total y deserción del programa de Comunicación Social .....	43
Tabla 22: Opinión de los estudiantes sobre la oferta para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales .....	46
Tabla 23: Opinión de los estudiantes sobre la contribución de las actividades extracurriculares a su formación integral .....	46
Tabla 24: Opinión de los estudiantes sobre las posibilidades de participación en grupos de investigación y de estudio.....	46
Tabla 25: Calificación de profesores y estudiantes sobre el Reglamento Académico .....	48
Tabla 26: Calificación de estudiantes y directivos sobre la participación de los estudiantes del programa en los órganos de dirección.....	48
Tabla 27: Calificación de profesores y estudiantes sobre la correspondencia entre las condiciones y exigencias académicas y los propósitos de formación del programa .....	48
Tabla 28: Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre políticas de vinculación de los profesores .	50
Tabla 29: Profesores vinculados al programa según su categoría en el Escalafón.....	51
Tabla 30: Profesores de cátedra vinculados al programa según su categoría en el Escalafón.....	51
Tabla 31: Calificación de los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del Reglamento Profesor al .....	51
Tabla 32: Títulos obtenidos y escalafón de los profesores.....	54
Tabla 33: Estudiantes por profesor .....	55
Tabla 34: Opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia de docentes para atender el programa .	55
Tabla 35: Profesores beneficiarios de los programas de Desarrollo Profesor al 2006-2010.....	57
Tabla 36: Opinión de directivos y profesores sobre la incidencia del Desarrollo Profesor al en la calidad del programa .....	57
Tabla 37: Convenios activos que favorecen el intercambio académico de profesores y estudiantes .....	58
Tabla 38: Profesores del programa que pertenecen a redes académicas.....	59
Tabla 39: Opinión de profesores y estudiantes sobre el impacto de la interacción académica en la calidad del programa .....	59
Tabla 40: Opinión de los profesores sobre el impacto de los estímulos a los docentes en la calidad del programa .....	61

Tabla 41: Opinión de los estudiantes sobre la calidad, pertinencia y utilidad del material de apoyo de los docentes .....	62
Tabla 42: Escala salarial por categoría en el Escalafón Docente para 2011 .....	63
Tabla 43: Opinión de los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del Estatuto Profesoral .....	63
Tabla 44: Distribución de créditos según área de formación .....	65
Tabla 45: Opinión de profesores y estudiantes respecto a la formación integral.....	66
Tabla 46: Índice de flexibilidad del programa .....	67
Tabla 47: Opinión de profesores y estudiantes sobre las líneas de énfasis del programa.....	68
Tabla 48: Estructura curricular con <i>tronco común</i> en el programa.....	70
Tabla 49: Opinión de profesores y estudiantes respecto a la interdisciplinariedad del programa.....	70
Tabla 50: Programas de Comunicación Social en América Latina .....	71
Tabla 51: Tipo de pregrados de Comunicación Social en Colombia .....	72
Tabla 52: Convenios de cooperación con universidades del país y del exterior .....	73
Tabla 53: Proyectos de cooperación realizados con entidades nacionales e internacionales .....	73
Tabla 54: Opinión de los profesores sobre la incidencia de las relaciones de cooperación en la calidad del programa.....	74
Tabla 55: Opinión de los estudiantes sobre la incidencia de las relaciones de cooperación en la calidad del programa.....	74
Tabla 56: Opinión de los estudiantes sobre las metodologías de enseñanza-aprendizaje .....	76
Tabla 57: Opinión de profesores y estudiantes sobre las contribuciones de las metodologías de enseñanza-aprendizaje .....	76
Tabla 58: Opinión de profesores y estudiantes sobre las metodologías de evaluación .....	77
Tabla 59: Opinión de los estudiantes sobre la transparencia y equidad del sistema de evaluación .....	78
Tabla 60: Áreas de formación, tipo de trabajos y objetivos de formación.....	79
Tabla 61: Premios o reconocimientos a estudiantes en los últimos cinco años .....	80
Tabla 62: Opinión de los profesores sobre los trabajos de los estudiantes .....	80
Tabla 63: Opinión de profesores y estudiantes sobre las instancias de evaluación y autorregulación del programa.....	82
Tabla 64: Materias en las que se hace énfasis en la formación investigativa .....	83
Tabla 65: Distribución de las actividades de los docentes del Departamento de Humanidades .....	85
Tabla 66: Líneas y proyectos de los grupos de investigación del Departamento de Humanidades.....	86
Tabla 67: Actividades de extensión o proyección social del programa .....	88
Tabla 68: Producción periodística propiciada por la revista digital Bitácora .....	89
Tabla 69: Balance de <i>Periodistas en la Carrera</i> .....	90
Tabla 70: Material bibliográfico del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas .....	92
Tabla 71: Opinión de profesores y estudiantes sobre la actualidad, pertinencia y suficiencia del material bibliográfico.....	92
Tabla 72: Material bibliográfico disponible entre 2003 y 2010.....	92
Tabla 73: Número de profesores y estudiantes del programa que utilizan material bibliográfico disponible .....	93
Tabla 74: Bases de datos de libros electrónicos útiles a Comunicación Social .....	93
Tabla 75: Bases de datos de revistas electrónicas útiles a Comunicación Social .....	93
Tabla 76: Revistas disponibles útiles a Comunicación Social .....	94
Tabla 77: Principales indicadores de uso de los recursos informáticos de la Universidad.....	95
Tabla 78: Opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia de los recursos informáticos y de comunicación .....	95
Tabla 79: Opinión de profesores y estudiantes sobre la actualización de los recursos informáticos y de comunicación .....	96
Tabla 80: Opinión de profesores y estudiantes sobre la pertinencia de los recursos informáticos y de comunicación .....	96
Tabla 81: Equipos del Centro Multimedial disponibles para los estudiantes.....	98
Tabla 82: Opinión de profesores y estudiantes sobre la calidad de los recursos audiovisuales .....	98
Tabla 83: Servicios de bienestar universitario.....	100
Tabla 84: Estudiantes becados de Comunicación Social .....	101

Tabla 85: Estudiantes atendidos por el servicio médico .....	101
Tabla 86: Opinión de profesores y estudiantes sobre los servicios de bienestar universitario .....	102
Tabla 87: Opinión de profesores y estudiante sobre la calidad de los servicios de bienestar universitario ..	102
Tabla 88: Opinión de estudiantes sobre la incidencia de los servicios de bienestar universitario en su formación .....	102
Tabla 89: Opinión de profesores y estudiante sobre la contribución de los servicios de bienestar universitario a la calidad y proyección del pregrado en Comunicación Social .....	103
Tabla 90: Organismos rectores de la Universidad .....	104
Tabla 91: Opinión de los profesores y estudiantes sobre la organización, administración y gestión del programa .....	105
Tabla 92. Opinión de los profesores y estudiantes sobre la eficiencia y la eficacia en la administración del programa .....	105
Tabla 93. Opinión de los profesores y estudiantes sobre lo adecuado de la estructura administrativa del programa .....	106
Tabla 94: Tipo y cantidad de sistemas de información .....	107
Tabla 95: Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación académica de la jefatura de carrera.....	108
Tabla 96: Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación académica de la jefatura del Departamento de Humanidades .....	109
Tabla 97: Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación académica por parte de la decanatura de la Escuela de Ciencias y Humanidades.....	109
Tabla 98: Opinión de profesores y estudiantes sobre los mecanismos de promoción del programa .....	111
Tabla 99. Número de estudiantes en práctica académica por semestre .....	113
Tabla 100: Empresas en las cuales los estudiantes de Comunicación Social han hecho su práctica .....	114
Tabla 101: Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el ser" .....	115
Tabla 102: Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el saber" .....	115
Tabla 103: Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el hacer" .....	115
Tabla 104: Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el deber" .....	115
Tabla 105: Opinión de profesores y estudiantes sobre el impacto de las actividades de formación, investigación y proyección social del programa.....	116
Tabla 106: Relación de las actividades que realizan los egresados con la carrera que estudiaron.....	116
Tabla 107: Relación directa e indirecta de las actividades que realiza con la carrera que estudió.....	116
Tabla 108: Relación entre las actividades que realizan los egresados con la línea de énfasis que cursaron .	117
Tabla 109: Principal ocupación actual de los egresados .....	118
Tabla 110: Categoría laboral actual de los egresados .....	118
Tabla 111: Rama de actividad económica actual de los egresados.....	119
Tabla 112: Ocupación actual de los egresados.....	119
Tabla 113: Satisfacción de los egresados con su trabajo actual .....	119
Tabla 114: Coincidencia de las expectativas al graduarse con su situación laboral actual .....	119
Tabla 115: Planes de futuro de los egresados .....	120
Tabla 116: Competencias instrumentales según año de graduación .....	120
Tabla 117: Competencias sistémicas según año de graduación.....	120
Tabla 118: Competencias interpersonales según año de graduación .....	121
Tabla 119: Sentido de pertenencia de los egresados por la Universidad.....	121
Tabla 120: Egresados que estudiarían de nuevo su pregrado en EAFIT .....	121
Tabla 121: Motivo principal de los egresados para recomendar el programa.....	121
Tabla 122: Indicadores laborales de los graduados por año de graduación .....	122
Tabla 123: Interés por crear empresa .....	122
Tabla 124: Actividades desarrolladas por los egresados para crear empresa.....	123
Tabla 125: Dificultades de los egresados para crear empresa .....	123
Tabla 126: Egresados que conservaban su primer empleo .....	123
Tabla 127: Ingreso promedio de los egresados según ocupación (en pesos) .....	124
Tabla 128: Egresados que han recibido algún reconocimiento en su vida laboral .....	125

Tabla 129: Opinión de profesores y estudiantes sobre los recursos físicos de la Universidad .....	127
Tabla 130: Opinión de profesores y estudiantes sobre el Centro Cultural Luis Echavarría Villegas .....	127
Tabla 131: Relación entre las áreas físicas disponibles y el número de estudiantes del programa .....	128
Tabla 132: Composición del presupuesto de ingresos y gastos del programa .....	129
Tabla 133: Distribución porcentual del presupuesto de gastos de la Universidad .....	129
Tabla 134: Distribución del presupuesto según el número de estudiantes .....	130
Tabla 135: Opinión de los directivos y profesores sobre los recursos presupuestales del programa .....	130
Tabla 136: Opinión de los profesores sobre la equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros .....	131

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Fundamentos del modelo de ponderación .....	12
Gráfico 2: Criterios orientadores de la Misión de EAFIT .....	17
Gráfico 3: Estructura curricular de la carrera de Comunicación Social .....	26
Gráfico 4: Nivel de formación de los profesores .....	53
Gráfico 5: Asignación académica del Departamento de Humanidades 2006-2011 .....	54
Gráfico 6: Producción académica de los profesores del Dpto. de Humanidades 2006-2010 .....	60
Gráfico 7: Sistema de Posgrados o Sistema Metro en el Departamento de Humanidades .....	68
Gráfico 8: Distribución de las actividades de los profesores del Departamento de Humanidades .....	85
Gráfico 9: Producción intelectual de los profesores del Departamento de Humanidades .....	86
Gráfico 10: Ingreso promedio de los comunicadores sociales eafitenses .....	124
Gráfico 11: Ingreso promedio según actividades laborales .....	124

## 1. INTRODUCCIÓN

---

En el documento de *Políticas y modelos institucionales de autoevaluación* (Anexo 1) la Universidad EAFIT concibe la autoevaluación como el balance y la revisión de sus actividades de investigación, enseñanza y proyección social, dentro del marco estratégico y operativo definido por la Visión y la Misión de la Institución, y mediante la confrontación con el estado actual del entorno social y el impacto logrado en él. Así, para la Universidad EAFIT, la autoevaluación constituye uno de los pilares básicos dentro de la implantación de un proceso de mejoramiento continuo y, por tanto, abarca un ámbito superior al de la acreditación tanto institucional como de programas.

Como parte de ese compromiso, y luego de la expedición de la Ley 30 de 1992 que fundamentó la Acreditación de Programas, la Institución ha desarrollado continuamente procesos de autoevaluación y de planeación estratégica que le han permitido reflexionar colectivamente sobre los objetivos propuestos y logros alcanzados como base para asegurar la filosofía de la calidad, que es parte esencial de su compromiso con la sociedad. Para la Universidad EAFIT la calidad es, por tanto, una característica inherente a todos sus procesos académicos-administrativos y un atributo dinámico que refleja los cambios y transformaciones del que-hacer eafitense.

En esta tarea de someter al juicio externo la calidad de todos sus programas académicos, los resultados han sido satisfactorios: la Universidad EAFIT recibió la Acreditación Institucional de alta calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución 2086 del 5 de septiembre de 2003, lo que la convirtió en la primera universidad privada de Antioquia en obtener ese reconocimiento. Luego, mediante Resolución 1680 del 16 de marzo de 2010, el Ministerio de Educación Nacional renovó esta acreditación por ocho años más (2010-2018). Asimismo, 13 de los 19 programas de pregrado de la Universidad cuentan con acreditación de alta calidad; 3 de ellos, entre los que se encuentra el programa de Comunicación Social, están en este proceso; 1 no lo ha iniciado por no cumplir con el número de cohortes necesario; mientras que los 2 restantes apenas iniciaron labores académicas en el 2011-2.

En este contexto se ubica el presente informe de Autoevaluación realizado por el Programa de Comunicación Social. Como tal, se acogen las declaraciones institucionales anteriores, incluyendo el modelo de ponderación (numeral 1.3 de este documento), y los lineamientos para la acreditación de programas fijados por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) para realizar la autoevaluación del programa.

El informe está dividido en cinco partes. El primer apartado inicia con una presentación de la metodología de trabajo, así como del equipo autoevaluador y el modelo de ponderación. La segunda parte ofrece una descripción de los aspectos generales del programa, mientras que el tercer apartado presenta los resultados del proceso de autoevaluación. En el cuarto apartado se especifican los objetivos y las acciones del plan de mejoramiento; por último, se ofrece el listado de los 59 anexos que soportan las evidencias del proceso de autoevaluación de los factores y características formuladas por el CNA. Los anexos se entregan en formato digital.

## 1.1. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El proceso de Autoevaluación del Programa de Comunicación Social se inició en agosto de 2010, con la conformación de un grupo autoevaluador integrado por el jefe de la carrera de Comunicación Social, la coordinadora del grupo, profesores de tiempo completo y hora cátedra, así como por estudiantes y egresados del programa; este grupo contó con el acompañamiento de la Dirección de Planeación de la Universidad, que es la instancia que tiene la responsabilidad de asesorar los procesos de acreditación de la Institución.

La autoevaluación se dividió en tres etapas:

1. *Sensibilización y selección del modelo de ponderación.* Se llevó a cabo entre agosto y septiembre de 2010, luego de presentar el *Informe de condiciones iniciales del Programa de Comunicación Social* al CNA (Anexo 2). Durante esos meses se hizo la lectura y selección del modelo de ponderación de la Universidad para llevar a cabo este proceso; y se realizaron talleres de sensibilización con profesores del Departamento de Humanidades y estudiantes del pregrado de Comunicación Social en los que se presentó el proceso de acreditación del programa, su importancia y el compromiso esperado por cada uno de los integrantes de la comunidad académica. En total se realizaron 12 reuniones de sensibilización y preparación del proceso que están consignadas en las primeras 12 actas del Anexo 9.

2. *Recolección de evidencias para cada indicador.* Se realizó entre septiembre de 2010 y febrero de 2011. En esta etapa, los miembros del grupo evaluador trabajaron con otras instancias de la Universidad con el fin de conseguir la información existente sobre los procesos académicos y administrativos de la Institución, el programa, los profesores, estudiantes y egresados, y de construir aquella que al momento no estaba disponible. Además de recolectar la información documental en distintas instancias de la Universidad, se acudió a varias estrategias metodológicas:

- Se realizaron encuestas mediante cuestionarios con preguntas cerradas, utilizando para esto el sitio web de la Institución. Estas encuestas fueron respondidas por 177 estudiantes, de una población al 2010-2 de 369; por 48 egresados, de una población de 64; por 32 profesores, de una población de 38 docentes adscritos al Departamento de Humanidades. Así mismo, se aplicaron 7 encuestas a directivos de la Universidad. El Anexo 3 de este informe contiene el índice de confiabilidad para cada una de las poblaciones encuestadas; mientras que el Anexo 4 contiene la sistematización de cada una de las preguntas formuladas a estudiantes, profesores y directivos.
- Se llevaron a cabo tres talleres, al estilo grupos de discusión. Se hizo un taller con estudiantes (Anexo 5); otro con profesores (Anexo 6); y otro más con egresados (Anexo 7) que se convirtieron en espacios de encuentro, diálogo y reflexión. Para esta actividad se utilizó la matriz DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas).
- Se hicieron entrevistas semiestructuradas con los directivos de la Universidad. Se entrevistó al rector, Juan Luis Mejía Arango; al director de investigación, Félix Londoño; a la jefa del Departamento de Humanidades, Liliana López; a la directora del área financiera, Paula Arango; a la jefa del Centro Multimedial, Adriana Franco; a la directora de Desarrollo Humano, Angela Echeverry; al jefe del Departamento de Prácticas Profesionales, Jorge Tabares; y a la directora Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas, Marta Senn. Actividad para la cual también se utilizó la matriz DOFA (Anexo 8).

- Asimismo, se dispuso de un sitio web en la plataforma *EAFIT Interactiva* <http://interactiva.eafit.edu.co/ei/acreditacioncomunicacionsocial> con el fin de ubicar la información de apoyo para la acreditación y el material que surgió del proceso (actas, evidencias, anexos, etc.). Los estudiantes y profesores de la carrera podían acceder a la información que se generaba. Al tiempo se lanzó por la plataforma digital SEVEN <http://webapps.eafit.edu.co/seven/encuestaacreditacioncomunicacionsocial> tanto para docentes como para estudiantes.

3. *Proceso de autoevaluación.* Se llevó a cabo entre noviembre de 2010 y abril de 2011. Durante este tiempo, se realizaron 13 reuniones por parte del grupo de autoevaluación, las cuales quedaron consignadas con sus respectivas actas. (Anexo 9, acta 13 a la 25). En ellas, a partir de la información recolectada, la coordinadora del grupo autoevaluador exponía las evidencias encontradas para cada una de las características. El grupo las analizaba, las argumentaba, las discutía y finalmente procedía a su calificación de manera consensuada.

## 1.2. CONFORMACIÓN DEL GRUPO AUTOEVALUADOR<sup>1</sup>

Nombres y apellidos	Cargo	Correo electrónico
Jorge Iván Bonilla Vélez	Jefe del Programa de Comunicación Social	<a href="mailto:jbonilla@eafit.edu.co">jbonilla@eafit.edu.co</a>
Sonia López Franco	Coordinadora del grupo autoevaluador	<a href="mailto:slopez@eafit.edu.co">slopez@eafit.edu.co</a>
Juan Gonzalo Betancur	Profesor de tiempo completo	<a href="mailto:jbetan38@eafit.edu.co">jbetan38@eafit.edu.co</a>
Daniel Hermelín Bravo	Profesor de tiempo completo	<a href="mailto:dhermeli@eafit.edu.co">dhermeli@eafit.edu.co</a>
Harold Salinas	Profesor de hora cátedra	<a href="mailto:hsalinas@eafit.edu.co">hsalinas@eafit.edu.co</a>
Catalina Arroyave	Estudiante	<a href="mailto:carroya8@eafit.edu.co">carroya8@eafit.edu.co</a>
Alirio Fernando Flórez	Egresado	<a href="mailto:aflorez4@eafit.edu.co">aflorez4@eafit.edu.co</a>
Laura López Alzate	Egresada	<a href="mailto:llopezal@eafit.edu.co">llopezal@eafit.edu.co</a>
Fabián Marín	Estudiante miembro de la Organización Estudiantil	<a href="mailto:fmarinme@eafit.edu.co">fmarinme@eafit.edu.co</a>
Agustín Patiño	Estudiante monitor del grupo autoevaluador	<a href="mailto:apatino@eafit.edu.co">apatino@eafit.edu.co</a>
Sebastián Pulgarín	Estudiante	<a href="mailto:spulgar1@eafit.edu.co">spulgar1@eafit.edu.co</a>
Lucas Velásquez	Egresado	<a href="mailto:lvelas13@eafit.edu.co">lvelas13@eafit.edu.co</a>
Juan Sebastián Vergara	Egresado	<a href="mailto:jvergar6@eafit.edu.co">jvergar6@eafit.edu.co</a>

Tabla 1: Grupo autoevaluador

## 1.2. MODELO DE PONDERACIÓN<sup>2</sup> (Anexo 10)

Uno de los momentos más importantes y delicados, previo al ejercicio de autoevaluación en sí mismo, lo constituye la definición de un modelo de ponderación del conjunto de características de calidad establecidas por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA, 2006) para determinar la calidad de los programas de educación superior ofrecidos en Colombia. Mediante dicho modelo, el grupo autoevaluador del programa expresa –en forma cuantitativa, mediante porcentajes– la importancia relativa de cada una de las características en el desarrollo del programa que se autoevalúa.

Dada la naturaleza cualitativa de todo proceso de autoevaluación, el modelo de ponderación busca definir los parámetros numéricos que permiten transformar en valores

<sup>1</sup> Este proceso contó con el acompañamiento permanente de Mónica Vargas, de la Dirección de Planeación de la Universidad EAFIT.

<sup>2</sup> A continuación se cita textualmente el Modelo de Ponderación de la Universidad EAFIT.

cuantitativos, las apreciaciones subjetivas que se sintetizan en la calificación final sobre el cumplimiento de cada una de las características de calidad, teniendo en cuenta la naturaleza genérica y las particularidades institucionales del programa considerado.

La escala de gradación de los juicios sobre la calidad alcanzada por cada una de las características, será emitida por el consenso del grupo autoevaluador entre 0 y 5, siendo cinco la máxima calificación y cero la mínima tomando como base la siguiente escala:

5.0 – 4.5	Se cumple plenamente
4.4 – 3.8	Se cumple en alto grado
3.7 – 3.0	Se cumple aceptablemente
2.9 – 2.0	No se cumple satisfactoriamente
1.9 – 0.0	No se cumple

Tabla 2: Escala de gradación de los juicios de autoevaluación

### 1.3.1. Fundamentos del modelo de ponderación

El punto de partida en la construcción de un modelo de ponderación es la definición de los fundamentos o principios que lo sustentan. En términos generales, y siguiendo los derroteros trazados por el CNA, pueden identificarse dos tipos de fundamentos: los universales y los específicos.

**Fundamentos Universales.** Este tipo de principios comprende los elementos que definen la naturaleza genérica, universal, de un programa de educación superior, en el sentido definido por el CNA: “un programa académico tiene calidad en la medida en que haga efectivo su concepto, en la medida en que se aproxime al ideal que le corresponde tanto en relación con sus aspectos universales como en lo que toca a los que corresponden al tipo de institución a que pertenece y al proyecto específico en que se enmarca y del cual constituye una realización” (CNA, pág. 26).

Para medir entonces la calidad de un programa hay que considerar, en primera instancia, su grado de aproximación al óptimo en su clase, y éste está definido por los desarrollos universales de la ciencia, la tecnología, la técnica, las artes y las humanidades, según el campo del conocimiento al que pertenezca el programa.

**Fundamentos Específicos.** En términos del CNA, éstos son los que “corresponden al tipo de institución a que pertenece (el programa) y al proyecto específico en que se enmarca y del cual constituye una realización” (CNA, pág. 26); es decir, el modelo de ponderación debe reflejar también las particularidades de la institución, de su proyecto educativo, de su historia, y las especificidades curriculares del programa que se autoevalúa.

En términos del proceso de autoevaluación, la aplicación de estos criterios o fundamentos se manifiesta, en primera instancia, en una clasificación a priori de las características de calidad definidas en los *Lineamientos para la acreditación de programas* del CNA como se muestra en el siguiente gráfico.

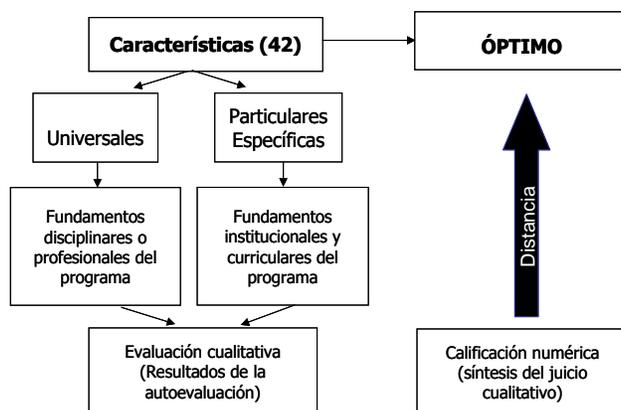


Gráfico 1: Fundamentos del modelo de ponderación

Fuente: Dirección de Planeación

**Fundamentos Institucionales.** Estos fundamentos están reunidos en el documento institucional *Políticas y Modelos de Autoevaluación*, aprobado por el Consejo Superior en agosto de 2003, el cual recoge los aspectos centrales del Proyecto Educativo Institucional y define una concepción metodológica -el análisis de procesos- para examinar el quehacer académico y la gestión de la Universidad EAFIT.

El análisis de procesos es una metodología para examinar la dinámica de las organizaciones, teniendo como punto de partida el hecho de que éstas se crean para llevar a cabo ciertos propósitos u objetivos perdurables, mediante la ejecución de una secuencia articulada de actividades que transforman de manera coordinada unos insumos en productos o servicios con valor agregado para un beneficiario; un proceso bien diseñado, con información acerca de lo que ocurre y con controles de calidad incorporados a lo largo del mismo, producirá calidad en los resultados. El diseño de los procesos hace referencia a la manera como se organizan los distintos factores que conducen al logro de los resultados<sup>3</sup>.

La realización de la Misión es el eje del quehacer cotidiano de la Universidad EAFIT; llevar a cabo la Misión constituye el proceso institucional por excelencia; su desarrollo incluye actividades de docencia, investigación y extensión; y requiere el apoyo de otros procesos complementarios, de carácter académico, administrativo, financiero, de bienestar, de información y de manejo de la infraestructura física disponible.

Consciente de su papel en el campo de la educación superior, la Universidad EAFIT ha concentrado los alcances de su Misión en la formación de personas mediante programas de pregrado y de posgrado. La Misión se sintetiza en el desarrollo de los denominados **procesos nucleares**: formación (enseñanza y aprendizaje), investigación (formativa y pura), y proyección social, los cuales se encuentran mutuamente articulados, en el sentido de que los avances en el conocimiento universal y específico alimentan las actividades de docencia, investigación y proyección social.

<sup>3</sup> Este análisis de procesos difiere, por tanto, del simple ordenamiento de actividades -con miras al logro de la eficiencia- propuesto en los manuales de organización y métodos. En éstos últimos, la meta es reducir tiempos y movimientos en la ejecución de cualquier operación, compleja o simple; es decir, se pretende llevar la actividad laboral al máximo posible de eficiencia. Por el contrario, el análisis de procesos hace énfasis en el desarrollo de la misión, razón de ser de las organizaciones, y en todo lo que le es pertinente; se busca la coherencia entre lo que se enuncia, lo que se hace y lo que se obtiene (los resultados).

Llevar a cabo los procesos nucleares exige la realización de algunas actividades complementarias, que se agrupan en los denominados **procesos de apoyo** (académico y administrativo), y requieren la definición de políticas, planes y programas, que constituyen los **procesos de dirección**, responsables de trazar el rumbo de la Institución.

El proceso denominado **Formación** se inicia con los análisis de factibilidad académica y económica para la creación de programas (de pregrado y posgrado) y culmina, para cada cohorte de alumnos, con la titulación de quienes cumplieron todos los requisitos. Este proceso se especifica en el desarrollo de cada carrera, especialización, maestría y doctorado; su razón de ser consiste en el cumplimiento de todas las actividades curriculares incluidas en los planes de estudio, de acuerdo con las normas académicas de la Institución. Entre los procesos asociados se encuentran el diseño y revisión permanente de los pénsumes y programas de asignaturas; el estudio, implementación y renovación de metodologías de aprendizaje; la formación, la capacitación y la actualización del cuerpo profesoral, etc.

La **Investigación** es un proceso bidimensional de apropiación y de generación de conocimiento; la primera dimensión, denominada investigación formativa, se realiza como parte del aprendizaje de una asignatura; se trata de aprehender un conocimiento mediante la reflexión sobre el mismo y no únicamente de su repetición memorística. La investigación en sentido estricto genera conocimiento cuando constituye respuestas a preguntas surgidas del interés por un tema específico o por ofrecer respuestas a problemas teóricos o prácticos. La Universidad EAFIT promueve ambas formas de investigación.

La **Proyección Social** comprende, en primera instancia, el impacto generado por el desarrollo de la Misión Institucional; se manifiesta en la capacidad de los egresados para vincularse a la comunidad e impactar su desarrollo, por medio de su propio desempeño profesional. En segunda instancia, involucra las actividades culturales (difusión de obras pictóricas, literarias, científicas, musicales, entre otras), y actividades de extensión, las cuales se refieren al ofrecimiento a la comunidad, de productos derivados de la labor académica básica (formación e investigación); entre estos productos pueden encontrarse las labores de asesoría y consultoría, la educación continua y la labor de difusión editorial de los producidos académicos, investigativos y culturales de la comunidad.

Los **Procesos de Apoyo** [...] se clasifican en “apoyo académico” y “apoyo administrativo”. Los primeros [...] suministran recursos de diversa índole para los procesos de formación, investigación y proyección social: elaboración y entrega de listas de clase y actas de calificaciones, suministro de equipos audiovisuales, aulas, laboratorios, de información bibliográfica, documental o electrónica, etc. La disponibilidad o carencia de estos recursos incide de manera directa e inmediata en la naturaleza y calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunos subprocesos corresponden al registro académico, prácticas de laboratorio, administración de aulas y equipos, servicios de información bibliográfica, documental y electrónica.

Los procesos de apoyo administrativo [...] brindan soporte a todas las actividades [...] mediante la gestión del talento humano y la administración de los recursos físicos, financieros e informáticos. En el primer grupo [...] quedan comprendidas todas las labores tendientes a generar un clima laboral propicio para el desarrollo de las tareas académicas y administrativas, al igual que los programas extracurriculares que facilitan a los alumnos realizar su formación integral, de acuerdo con sus preferencias; en términos generales, puede decirse que la gestión del talento humano se concreta en los diversos programas y servicios de bienestar universitario.

Por su parte, la administración de los recursos físicos y financieros incluye todos los

subprocesos relativos a la expansión, mejoramiento y conservación de la planta física; a la gestión presupuestal y financiera, y al manejo de los sistemas de información contables, sean manuales o electrónicos. En los recursos informáticos se incluye la gestión del hardware y software necesarios para el desarrollo de las actividades académicas y administrativas.

Finalmente, los **Procesos de Dirección** son aquellos que orientan el rumbo de la Institución, mediante la interpretación y desarrollo de la postura estratégica de la Universidad (Visión, Misión y Propósitos Institucionales), que permite distinguirla y hacerla diferente de cualquier otra institución similar. En este grupo quedan comprendidos todos los procesos relativos a la formulación y aprobación de políticas y programas en materia de formación e investigación, de manejo presupuestal, de expansión académica y física, de proyección social, etc.; al igual que los procesos transversales como los de autoevaluación y planeación.

### 1.3.2. Fundamentos concernientes al proceso de formación

En sí mismos, los programas académicos pueden definirse como grandes conjuntos de actividades específicas que se desarrollan ordenada y secuencialmente, de acuerdo con sus fines particulares y que siempre entregan un producto o servicio a un beneficiario (la sociedad). De esta manera, puede concebirse la formación (conjunto de actividades de enseñanza-aprendizaje) como un proceso con los siguientes procedimientos:

*Creación o apertura de un programa.* Es el conjunto de actividades que permiten obtener el registro calificado de un programa nuevo y que satisfacen las condiciones mínimas de calidad establecidas en el artículo 1 del Decreto 2566 de 2003, entre las que cabe destacar: el análisis de factibilidad académica y social (denominado “justificación del programa”) y la evaluación interna para determinar la disponibilidad de los recursos requeridos.

*Matrícula o registro de alumnos.* Este procedimiento implica el desarrollo de actividades como la promoción del programa, la inscripción y selección de aspirantes, el registro de materias, el registro de los retiros y, la asignación de los docentes y las aulas, entre otros.

*Actividades de enseñanza-aprendizaje.* Este procedimiento comprende la revisión y actualización de los syllabus, la preparación de clases por parte de los profesores y alumnos, las actividades dentro y fuera de las aulas, las evaluaciones, el desarrollo de la práctica profesional y el registro de las calificaciones obtenidas por los matriculados.

*Balance académico.* Procedimiento compuesto por la verificación del estado académico actual de cada alumno para definir su continuidad en el programa, por una parte, y de las evaluaciones curriculares y administrativas del período académico culminado.

*Acreditación y renovación de registro.* Estos procedimientos se realizan de manera plurianual y se encuentran definidos por el CNA y el Ministerio de Educación.

*Inactividad y cierre del programa.* Este procedimiento, de carácter excepcional, comprende la evaluación de la pertinencia social de un programa, la comunicación al Ministerio de Educación de la decisión de cerrarlo, y los trámites para garantizar los derechos de los alumnos matriculados, si los hubiere, al momento del cierre.

Entre los procedimientos que integran el proceso de **formación** deben diferenciarse los de carácter circular, que se repiten cada semestre o período académico (como la matrícula, la enseñanza y el balance académico), y los transitorios (como la apertura, el cierre y la acreditación) que son ocasionales, o desarrollados cada cierto número de años.

### 1.3.3. El proceso de formación y las características de calidad del CNA

Considerado como proceso, en el desarrollo de un programa académico se identificaron tres grandes conjuntos de elementos: los insumos con los cuales se realiza el proceso de formación; las actividades formativas propiamente dichas, y los productos o resultados.

Entre los insumos se encuentran: el currículo del programa, la infraestructura académica (biblioteca, laboratorios, computadores, etc.), los servicios de bienestar, el campus universitario y los recursos financieros. Estos corresponden a las condiciones mínimas de calidad exigidas para recibir el registro o autorización de funcionamiento del programa y, desde la perspectiva del análisis de procesos, constituyen los recursos o insumos con los que se cuenta para desarrollar el programa universitario de formación.

El segundo conjunto está integrado por las actividades formativas propiamente dichas, las cuales comienzan por la matrícula de los alumnos en los diferentes cursos, requieren la definición de un *syllabus* o programa de cursos, y la implementación de metodologías de aprendizaje y evaluación tanto en el aula de clase como fuera de ella. Esta fase de enseñanza-aprendizaje constituye la esencia del proceso de formación.

Finalmente se consideraron los resultados del programa académico. Entre ellos están, en primer lugar, los egresados, cuya vida profesional da cuenta de la pertinencia social del programa y permite convertirse en juez de la calidad de la formación recibida y de la institución. Además de los egresados, también dan cuenta de los resultados del programa las actividades de proyección social y sus relaciones con la comunidad.

Para efectos de definir el modelo de ponderación que rigió la autoevaluación, el paso siguiente consistió en expresar las características de calidad en términos del análisis de procesos presentados. Para ello se clasificaron las características en grandes grupos asociados con los distintos conjuntos de elementos identificados en el proceso de formación: insumos, actividades formativas y resultados. De esta manera se obtuvieron tres categorías de características según la importancia o participación porcentual atribuida a cada uno de los conjuntos de elementos participantes en el proceso de formación.

En términos globales, las características que compendian las actividades de formación propiamente dichas (enseñanza-aprendizaje), constituyen el núcleo del proceso de formación y de la definición de la calidad del programa dentro de la autoevaluación. Estas características reciben la denominación de **Esenciales** y por su naturaleza se les asignó una mayor importancia porcentual dentro de la ponderación (un mayor peso específico), en la definición de la calidad del programa mediante la autoevaluación. Esta participación se estimó, para el conjunto de ellas (22 en total), en un 70%.

Las características esenciales son entonces las que dan cuenta de la naturaleza y carácter del programa en términos universales y particulares: permiten medir el logro del ideal propuesto por el programa y la realización de sus especificidades institucionales. Dentro de este grupo, todas las características tienen el mismo peso porcentual individual (3.18%), si bien entre ellas pueden distinguirse las atinentes a la interacción alumno-docente y las concernientes a las disponibilidades de recursos que soportan o permiten realizar esa interacción.

Un segundo grupo de características se asocia con los insumos requeridos para adelantar el proceso de formación. Este grupo recibe la denominación de **Básicas**, en tanto sin ellas no es posible desarrollar ningún programa académico. Dada la estructura de la Universidad EAFIT, muchas de ellas son compartidas por todos los programas de pregrado y posgrado, al igual que por

otras actividades de proyección social. En total, son 15 las características básicas y su participación en el modelo de ponderación se fijó en un 20% del valor total de la calificación del programa, lo que indica que cada una de ellas tiene un peso específico de 1.33%.

Los productos del proceso de formación conforman el tercer grupo de características: se les denomina **Complementarias** porque constituyen indicadores *ex-post* de los resultados del proceso de formación y porque complementan los criterios para llegar a la calificación de la calidad del programa, dentro de la autoevaluación. En otras palabras, la calidad no se determina exclusivamente por los enunciados y recursos (insumos) y por lo que se hace (el proceso de formación), sino también por sus logros, en los cuales se sintetiza su pertinencia social y los propósitos institucionales. Este grupo, compuesto por 5 características, recibe una ponderación del 10% para efectos de establecer la calificación final: cada una tiene una participación del 2% en la calificación global del mismo.

En la Tabla 3 se identifican las características pertenecientes a cada uno de los grupos definidos en esta sección. Como quedó expuesto, todas las características concernientes a las actividades de enseñanza y aprendizaje, propias de la interrelación alumno-profesor, son la que, en última instancia, definen la calidad del programa autoevaluado, dado que explicarán el 70% de la calificación final que se obtenga.

BÁSICAS	ESENCIALES	COMPLEMENTARIAS
<b>INSUMOS (20%)</b>	<b>PROCESOS (70%)</b>	<b>RESULTADOS (10%)</b>
<b>15 características</b>	<b>22 características</b>	<b>5 características</b>
<b>1.33% c/u</b>	<b>3.18% c/u</b>	<b>2% c/u</b>
<b>Programa</b>		
3 Proyecto Educativo del Programa	6 N° y calidad estudiantes admitidos	4 Relevancia y pertinencia social
18 Integralidad del Currículo	7 Permanencia y deserción estudiantil	28 Extensión o proyección social
19 Flexibilidad del Currículo	8 Participación act. formación integral	37 Influencia del programa en el medio
20 Interdisciplinariedad	12 N°, dedicación y formación docente	38 Seguimiento de los egresados
<b>Entorno institucional</b>	14 Interacción con comunidades acad.	39 Impacto de egresados en el medio
1 Misión Institucional	16 Producción material docente	
2 Proyecto Institucional	21 Relaciones del programa	
9 Reglamento Estudiantil	22 Metodologías enseñanza-aprendizaje	
5 Mecanismos de ingreso	24 Trabajos de los estudiantes	
10 Selección y vinculación de profesores	25 Evaluación y autorregulac. del progr.	
11 Estatuto Profesorado	26 Investigación formativa	
13 Desarrollo Profesorado	27 Compromiso con la investigación	
15 Estímulos a docencia, investigación	33 Admón. y gestión del programa	
17 Remuneración por méritos	35 Dirección del programa	
23 Sist. Evaluación estudiantes	36 Promoción del programa	
32 Políticas y servicios de Bienestar	<b>Soporte</b>	
	29 Recursos bibliográficos	
	30 Recursos informáticos y de comunic.	
	31 Recursos de apoyo docente	
	34 Sistemas de inf. y comunicación	
	40 Recursos físicos	
	41 Presupuesto del programa	
	42 Administración de recursos	

**Tabla 3:** El modelo de ponderación de la Universidad EAFIT

Fuente: Dirección de Planeación

## 2. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA

### 2.1. MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL

La Universidad EAFIT inscribe su Proyecto Educativo Institucional, PEI, (Anexo 11) dentro del espíritu de la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) que en su artículo primero define la educación como un proceso de formación permanente, personal, cultural y social, fundada en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes. El Gráfico 2 muestra los elementos orientadores de la Misión de la Institución.



**Gráfico 2:** Criterios orientadores de la Misión de EAFIT  
Fuente: Dirección de Planeación

Así, la Universidad EAFIT tiene la Misión de contribuir al progreso social, económico, científico y cultural del país, mediante el desarrollo de programas de pregrado y de posgrado –en un ambiente de pluralismo ideológico y de excelencia académica– para la formación de personas competentes internacionalmente; y con la realización de procesos de investigación científica y aplicada, en interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico.

En su PEI, la Universidad define que la formación de personas comprometidas con el desarrollo integral de su comunidad se logra mediante la ejecución de los procesos nucleares de formación, investigación y proyección social, el ofrecimiento de programas actualizados, innovadores y universales, con la disposición de excelentes recursos humanos y materiales, y consolidando relaciones internacionales enriquecedoras de su quehacer académico. De esta manera se busca que los egresados de la Universidad EAFIT contribuyan al progreso de las organizaciones de nuestro país y tengan un excelente desempeño a nivel internacional en sus áreas de conocimiento.

Por tanto, la Universidad EAFIT, en desarrollo de su Visión y Misión, propicia la formación integral de sus alumnos mediante la consolidación de una cultura institucional abierta y democrática, reflejada en el ofrecimiento de programas y actividades atinentes a fomentar el respeto del pluralismo ideológico y la tolerancia por el otro, de la democracia como sistema político, y a favorecer el despliegue del emprendimiento empresarial en beneficio del país y de la sociedad en general.

Estos tres elementos (pluralismo ideológico y tolerancia por el otro, respeto de la democracia como sistema político y estímulo al emprendimiento empresarial en beneficio del país y de la sociedad en general), constituyen los ejes básicos de la *impronta eafitense*. Con ésta se busca, por una parte, propiciar una formación integral de los alumnos en el sentido de permitir su desarrollo académico, profesional, intelectual, con criterios y valores para relacionarse con los demás e incidir, de manera positiva, en la sociedad. Y por la otra, transmitir y preservar un legado cultural y de compromiso social proveniente de los orígenes de la Institución.

La Universidad EAFIT declara entonces que el comportamiento institucional e individual de su comunidad se fundamentará en la tolerancia, la integridad, la audacia, la excelencia y la responsabilidad como prenda de garantía del cumplimiento de la Misión y del logro de la Visión. Los diversos valores institucionales se encuentran articulados entre sí. [...] La integridad y la responsabilidad constituyen valores propios, tanto de los programas, actividades y acciones institucionales, como de la impronta que la Universidad espera dejar en todos y cada uno de sus egresados. La contribución efectiva al progreso social, económico, científico y cultural del país, declarada en la Misión, lleva implícito un actuar íntegro y responsable por parte de los miembros de la comunidad eafitense. La audacia siempre estará acompañada de la integridad, la responsabilidad, la excelencia y la tolerancia. No se concibe este valor como un comportamiento sin restricción ni consideración alguna frente a los demás y frente a la sociedad. Todo lo contrario, la audacia en el obrar tiene que estar respaldada y guiada por los demás valores institucionales.

## 2.2. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROGRAMA

El pregrado en Comunicación Social está adscrito al Departamento de Humanidades que pertenece, a su vez, a la Escuela de Ciencias y Humanidades (una de las cuatro escuelas de la Universidad EAFIT). La siguiente es la información básica del programa:

Nombre del programa	Comunicación Social
Fecha de registro	26 de mayo de 2003
Inicio de actividades	Enero de 2004
Código SNIES	17691
Pro-código	171243020000500111100
Registro Calificado	Resolución 698 del 7 de abril de 2005 Renovación de Registro calificado mediante resolución 4257 del 30 de junio de 2009 (Anexo 12)
Acto académico de creación	Acta No. 168 del Consejo Superior, 13 de agosto de 2002 (Anexo 13)
Título que otorga	Comunicador Social
Duración	9 semestres
Jornada	Diurna
Modalidad	Presencial
Valor de la matrícula (2011-1)	\$ 5.687.856
Admisión	Semestral
Número de alumnos (2011-1)	419
Número de egresados (2010-2)	90
Primera promoción	Junio de 2008

**Tabla 4:** Información básica del programa de Comunicación Social

### 2.2.1. Número, nivel de formación académica y dedicación de los profesores del programa

Los profesores del Programa de Comunicación Social están adscritos, en su mayoría, a la Escuela de Ciencias y Humanidades, específicamente al Departamento de Humanidades. A la fecha, este Departamento cuenta con 29 profesores de tiempo completo, 4 de medio tiempo y 63 profesores de cátedra. Los docentes tienen formación en diversas áreas de las ciencias sociales y humanas (periodismo, comunicación, filosofía, lingüística, literatura, estética, ciencias políticas, ciencias sociales y economía, entre otras). De los profesores vinculados de tiempo completo y medio tiempo, 8 son *Doctores* (24%), 19 tienen en título de *Magíster* (57%), 3 son *Especialistas* (9%) y 3 son *Profesionales* (9%).

Del equipo general de docentes con que cuenta el Departamento, 20 profesores de tiempo completo, 2 de medio tiempo y 20 de cátedra apoyan directamente la docencia en el programa de Comunicación Social, aunque es necesario resaltar que no todos lo hacen de manera exclusiva, ya que también comparten sus labores docentes con el Programa de Ciencias Políticas, con el Núcleo de Formación Institucional, NFI, que se ofrece para todos los programas de pregrado de la Universidad y con los programas de posgrado (Especialización en Comunicación Política y Maestrías en Estudios Humanísticos y Hermenéutica Literaria).

La Tabla 5 muestra la evolución de los niveles de formación académica de los profesores del Departamento de Humanidades vinculados de tiempo completo y medio tiempo durante los últimos ocho años.

Nivel de estudios										
AÑO	TIEMPO COMPLETO					MEDIO TIEMPO				
	PROF.	ESP.	MAG.	DOC.	TOTAL	PROF.	ESP.	MAG.	DOC.	TOTAL
2004	4	3	12	1	20	1		1		2
2005	4	4	13	1	22	1		1		2
2006	5	4	15	1	25	1		1		2
2007	5	5	14	2	26	1		2		3
2008	6	4	15	3	27	1		2		3
2009	6	4	12	6	28	1		2		3
2010	4	2	15	8	29	1	1	2		4
2011	2	2	17	8	29	1	1	2		4

**Tabla 5:** Nivel de estudios de los profesores del Departamento de Humanidades  
Fuente: Departamento de Humanidades

### 2.2.2. Número de estudiantes matriculados

La Tabla 6 muestra la evolución ascendente de la población estudiantil del Programa de Comunicación Social entre los años 2004 y 2011.

Población estudiantil														
20041	20042	20051	20052	20061	20062	20071	20072	20081	20082	20091	20092	20101	20102	20111
65	74	104	136	178	188	230	255	311	310	329	317	369	369	419

**Tabla 6:** Población estudiantil del programa de Comunicación Social  
Fuente: Admisiones y Registro

### 2.2.3. Valor de la matrícula y demás derechos pecuniarios por período académico

En la Tabla 7 se puede observar el valor de la matrícula y gastos pecuniarios para el período académico 2011.

Valor del semestre	\$ 5.687.856
Valor derechos de grado	\$591.900
Certificados académicos	\$9.500
Supletorios	\$57.800
Inscripción	\$121.700

**Tabla 7:** Valor de la matrícula y gastos pecuniarios

Fuente: <http://www.eafit.edu.co/admisiones/procesoadmisiones/pregrado/Paginas/tarifas.aspx>

### 2.2.4. Número de promociones y de graduados

Al finalizar el año 2010, el Programa de Comunicación Social contaba con 6 promociones de estudiantes que obtuvieron su grado de la Universidad EAFIT para un total de 90 graduados. De este número, 74 son mujeres, mientras 16 son hombres. El promedio de graduados ha sido de 15 estudiantes por semestre. La Tabla 8 muestra la evolución desde el primer semestre de 2008, fecha en la que se graduó la primera promoción.

Graduados						
2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	TOTAL
13	14	7	12	17	27	90

**Tabla 8:** Graduados por semestre del programa de Comunicación Social

Fuente: Admisiones y Registro

## 2.3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

El pregrado se denomina “Comunicación Social” de conformidad con sus objetivos de formación profesional que son:

- Formar comunicadores sociales capaces de entender la comunicación mediática e informática y de usar códigos múltiples en la construcción y difusión de mensajes diversos.
- Formar comunicadores sociales con los conocimientos humanísticos, científicos y metodológicos necesarios para trabajar en diferentes entornos de la comunicación de masas en las sociedades contemporáneas.
- Formar comunicadores sociales con sentido crítico y responsabilidad social, capaces de interpretar y actuar sobre fenómenos de la interacción comunicativa, la cultura digital, la comunicación trans y cibercultural, y el periodismo.

## 2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

El pregrado en Comunicación Social se sustenta en una base académica y pedagógica sólida, y en la tradición y responsabilidad de una institución como la Universidad EAFIT y su Departamento de Humanidades, al cual está adscrito. Es un pregrado pionero en Colombia por cuanto su enfoque está centrado en la formación de comunicadores sociales encaminado hacia las tecnologías de la comunicación y la información (TIC). Para esto busca propiciar una formación profesional y científica orientada a la solución de problemas concretos surgidos de la implementación, adecuación y desarrollo de las TIC.

La carrera hace énfasis en la problematización de la interacción comunicativa, entendida como un hecho social complejo en el que confluyen redes teórico-prácticas de carácter interdisciplinar y en el que concursan una multiplicidad de regiones del saber: la lingüística, el periodismo, la semiótica, la filosofía, la antropología, la sociología, la cibercultura y la comunicación transcultural, entre otras.

El fundamento conceptual que le subyace entiende que dicha interacción está atravesada por lenguajes periodísticos e informativos, mediaciones tecnológicas, vías estéticas, modos de pensamiento, estilos de vida, códigos múltiples, rituales cotidianos, lógicas de representación de la sociedad, relaciones de poder y formas de interacción social, principalmente. En este sentido, su plan de estudios aborda estas problemáticas en distintos momentos, de diferentes formas y con diversos métodos.

Sus énfasis en Cibermedios y Periodismo Digital son novedosos dentro de la oferta de los programas de Comunicación Social en Colombia. De manera adicional, su tercer énfasis, el de Comunicación Política, ofrece formación especializada en un ámbito que cada vez cobra más fuerza en el mundo actual como es el de las relaciones entre la comunicación y la política, campo que tiene un papel central para movimientos políticos, entidades estatales, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, asociaciones y gremios, y en general para personas y grupos que quieran tener una incidencia pública y que para ello tengan a la comunicación como uno de sus ejes estratégicos.

El proyecto académico del pregrado procura ir más allá de la formación de profesionales en asuntos meramente instrumentales o técnicos: se trata, esencialmente, de lograr que adquieran capacidades de reflexión y producción sobre las nuevas formas de interacción comunicativa que las tecnologías de la información y la comunicación están produciendo en las interacciones sociales. Por ello, la propuesta implica que puedan dominar los nuevos lenguajes que las TIC traen consigo, estudiar las novedosas formas de relación social y con los propios medios que ellas comportan, conocer la diversidad de estructuras empresariales mediáticas, las rutinas de trabajo profesional y de producción informativa. En últimas, comunicar con eficiencia y sentido utilizando las nuevas narrativas cibermediales aplicadas al campo del periodismo y a la producción de información en general.

En síntesis, el aporte profesional se concentra en brindar herramientas teóricas y metodológicas para que los profesionales de la Comunicación Social desarrollen competencias y habilidades para enfrentar las dinámicas complejas de hacer comunicativo y periodístico. Ese aporte se puede medir por su inserción en ámbitos profesionales de la comunicación, la investigación académica y en la actuación mediática, empresarial, básicamente, desde una perspectiva orientada al “saber hacer”, pero también al “saber pensar”.

## **2.5. CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA**

Las siguientes características orientan los principios y propósitos de formación del Programa de Comunicación Social:

*Su especialidad:* es un pregrado pionero en Colombia, por cuanto su enfoque está centrado en la formación de comunicadores sociales capacitados para comprender, analizar, interpretar y actuar en los nuevos ambientes políticos, sociales y culturales propiciados por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

*Su metodología:* usa figuras pedagógicas diversas como clases magistrales, cursos teórico-prácticos, talleres, seminarios especiales, actividades de acompañamiento directo por parte del docente, y de trabajo individual del estudiante; también cuenta con actividades extracurriculares, prácticas académicas como elemento constitutivo de las asignaturas, investigación formativa y semestre de práctica profesional.

*Su formación interdisciplinaria:* el carácter interdisciplinario del currículo está dado por su configuración como un campo de problemas más que como un territorio de disciplinas. El currículo posibilita la existencia de “truncos comunes” de formación, que son grupos de materias que se comparten con otras carreras de la Universidad y otros campos del conocimiento, lo cual favorece la interacción de la comunicación social y el periodismo con las ciencias políticas, la lingüística, la historia, la filosofía, las teorías del lenguaje, la sociología, la psicología, las matemáticas, los métodos estadísticos y el derecho.

*La flexibilización curricular:* gracias a esta flexibilidad, el estudiante puede escoger el conjunto de materias que desee cursar cada semestre, sin que necesariamente tenga que conservar el orden que tiene el currículo. Al estudiante se le sugiere seguir un orden, pero puede modificarlo en ejercicio de los principios de libertad y responsabilidad que la Universidad promueve. Esta flexibilización, además, se ajusta a la figura del denominado *sistema metro* implementado por la Universidad EAFIT, que consiste en promover la continuidad de procesos de formación en programas de especialización y maestrías ofrecidas por la Universidad.

*Los espacios de práctica académica:* el estudiante tiene a su disposición laboratorios y medios de comunicación digitales manejados por el programa: la revista *Bitácora*, el noticiero de televisión *Bitácora Noticias*, la emisora *Acústica* y el *Medialab*. A dichos espacios se accede porque se está cursando una asignatura afín o por iniciativa propia de los estudiantes que, como actividad académica extra clase, los aprovechan para realizar proyectos relacionados con su ámbito de formación profesional. Además cuentan con amplios espacios físicos y recursos técnicos y humanos suficientes para realizar sus trabajos, entre ellos el *Centro Multimedial*.

*Su interacción con la comunidad:* el pregrado tiene como uno de sus propósitos, tal lo define la Universidad EAFIT en su PEI, la interacción permanente con la comunidad empresarial, gubernamental y académica materializada en investigaciones, observaciones participantes, elaboraciones de escritos, y con la sociedad a través de prácticas periodísticas e informativas.

*La exigencia del bilingüismo:* consciente de la importancia de que un profesional domine una segunda lengua para tener un mejor desempeño en un mundo global, la Universidad exige a todos sus estudiantes certificar la competencia en otro idioma diferente al nativo.

## 2.6. PERFIL DEL ASPIRANTE

Comunicación Social puede ser la carrera de elección si el aspirante:

- Tiene pasión y aptitud hacia la variada gama de medios y opciones comunicativas que son producto de las nuevas tecnologías de la información.
- Tiene actitudes para expresarse, interactuar con las personas, trabajar en equipo y además le apasiona crear y producir historias, hipertextos, audios y videos en ambientes virtuales de la Web 2.0.
- Busca ser un innovador para gestionar proyectos de comunicación en formatos escritos, audiovisuales y multimediales.

- Le interesa hacer, pero también pensar, analizar e interpretar el complejo entramado político, social, económico y cultural de los medios de comunicación como espacios en los que se dirime la vida pública de la región y el país.

## 2.7. PERFIL DEL EGRESADO

El comunicador social egresado de la Universidad EAFIT es un profesional que:

- Está capacitado para participar en la formulación, generación, desarrollo y gestión de proyectos de comunicación periodística, multimedial y audiovisual.
- Tiene facilidades para participar en proyectos de tipo organizacional, en particular para el diseño de arquitecturas de la información, procesos de interactividad y responsabilidad en usabilidad para proyectos digitales y para la web.
- Puede investigar asuntos y fenómenos relacionados con la comunicación mediada por las nuevas tecnologías de la información.
- Su formación integral en áreas del saber socio-humanístico y en áreas de especialidad (Cibermedios, Comunicación Política y Periodismo Digital) le permiten desempeñarse como asesor y/o consultor de empresas y entidades públicas y privadas, y reflexionar y proponer alternativas de análisis alrededor de los medios de comunicación como espacios en los que se dirime la vida política de la región y el país.
- Sus habilidades específicas en las nuevas formas de la comunicación lo facultan para desempeñarse como analista de medios, redactor y editor de hipertextos, audios y videos para Internet, como profesional versado en la integración de contenidos de usuarios y moderación de foros bajo criterios de la filosofía de la Web 2.0.

## 2.8. PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE

### 2.8.1. Ciclos y áreas de formación

El programa de Comunicación Social de la Universidad EAFIT está dividido en 3 ciclos de evolución académica y en 5 áreas o líneas de formación. Los ciclos son:

*Ciclo Básico* (1º al 4º semestre). El estudiante conoce los fundamentos y bases teóricas de la comunicación. Además, reconoce, analiza e interpreta las distintas formas, formatos, dispositivos y narrativas en que se lleva a cabo la producción y circulación de la información y la comunicación en las sociedades contemporáneas.

*Ciclo Profesionalizante* (5º al 8º semestre). El estudiante identifica, usa, experimenta, localiza, valora y concibe diferentes lenguajes para la presentación de mensajes periodísticos o informativos en general. Es un nivel que busca una mayor independencia cognitiva.

*Ciclo Énfasis* (9º semestre). Constituye el momento de desarrollo de las competencias profesionales en su forma más concreta y real que le permiten al estudiante la integración de materias, por cuanto se trata de un ciclo que pretenden articular la investigación con la producción; las teorías de las ciencias sociales con las de la comunicación; los lenguajes de la comunicación con los medios de expresión. Estos son los énfasis:

- **Énfasis en Periodismo Digital.** Desarrolla las competencias necesarias para la construcción de información periodística de calidad en medios digitales. La figura pedagógica predominante es el taller, con una alta producción de contenidos periodísticos para los medios de comunicación del pregrado.
- **Énfasis en Cibermedios.** Desarrolla las habilidades para acceder, analizar, evaluar y crear contenidos dentro del nuevo ecosistema de medios que es producto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Trabaja las competencias técnicas, teóricas y analíticas para desenvolverse en los nuevos perfiles profesionales derivados de la comunicación digital interactiva. La producción se hace en el marco del *Medialab*.
- **Énfasis en Comunicación Política.** Forma profesionales capaces de relacionar teorías, aplicar metodologías y poner en práctica estrategias de comunicación política en ámbitos relacionados con la actividad política, las instituciones públicas, los medios de comunicación y las organizaciones sociales. Su metodología combina seminarios teóricos con trabajo práctico de campo, análisis de casos, realización de campañas y estrategias, o micro investigaciones de acuerdo con los objetivos de cada materia.

Por su parte, las cinco áreas de formación son:

*Área de Periodismo.* Formula una serie de presupuestos, preguntas y preocupaciones frente al periodismo como un espacio intelectual donde es posible pensar y hacer un trabajo académico y profesional nutrido desde distintos campos del saber, partiendo de categorías fundacionales como discurso periodístico, acontecimiento mediático y actualidad informativa, noticia, noticiabilidad, géneros periodísticos, entre otras.

*Área de Lenguaje.* Habilita al estudiante en la competencia conceptual, analítica, interpretativa y propositiva de los fenómenos de la lengua. Trabaja sobre la lengua como producto de tecnologías de escrituras y lecturas de textos; de contextos; sobre el lenguaje y todas sus manifestaciones; sobre el habla y todos sus efectos; sobre el gesto y todas sus significaciones; y en las implicaciones de los actuales sistemas de hipertexto.

*Área de Ciencias Sociales.* Genera la reflexión de los fenómenos mediáticos y de la cultura de masas, situando sobre estas problemáticas los acontecimientos que han marcado el devenir de las sociedades en la época actual. Sus materias buscan, además, entender la presencia, cambios y mutaciones que han sufrido los fenómenos interculturales, políticos, económicos y sociales, a raíz de la inserción de las TIC.

*Área de Audiovisuales y Cibermedios.* Se ocupa de los fenómenos referidos a la imagen y el sonido en sus aspectos semióticos, estéticos y pragmáticos, a la inserción de estos en dispositivos tecnológicos y mediáticos, a los textos e hipertextos y en general a las herramientas que sirven para construir discursos en distintas modalidades comunicativas hipermediales.

*Área Metodológica-Científica.* Enfatiza en la formación científica del estudiante. Está constituida por las líneas de *Economía*, *Lógico-matemática* y *Metodología*. En cada una de ellas se han diseñado diversos conjuntos de asignaturas cuyos objetos y problemas están relacionados con cuestiones que atañen al lenguaje, a la sociedad, a la argumentación científica y a la comunicación.

### 2.8.2. Estructura y organización curricular

En el año 2007, y como resultado de una reforma curricular realizada en todos los pregrados de la Universidad EAFIT (Anexo 14), se llevó a cabo una reorganización del plan de estudios del programa con el fin de implementar a cabalidad el sistema de créditos académicos; enfocar el programa hacia los estándares nacionales e internacionales con respecto al bilingüismo, la flexibilidad curricular y la autonomía de los estudiantes para trazar sus propias rutas de aprendizaje; ofrecer una mayor oferta curricular compartida con otros programas de la Universidad; compartir “truncos comunes” con el pregrado de Ciencias Políticas; ajustar los ciclos de énfasis de los pregrados al sistema de posgrados del Departamento de Humanidades (denominado Sistema Metro); fortalecer la “apuesta” del pregrado en los campos de periodismo digital y cibermedios e incorporar un sistema de medios propio del pregrado como espacios de prácticas para los estudiantes.

Los principales cambios de la reforma fueron: la reducción de 10 a 9 semestres en la duración de la carrera (como todos los de la Universidad); el ajuste en el número de créditos que implicó, para Comunicación Social, pasar de 184 créditos requeridos a 165; la reconfiguración del antes denominado *Ciclo Propedéutico*, el cual pasó a llamarse *Ciclo Profesionalizante*; la reubicación de lugar del semestre de práctica que pasó al 8º semestre; la ampliación de la oferta del *Ciclo de Énfasis* con el ingreso del *Énfasis en Comunicación Política*, el cual empezó a ser compartido con el Pregrado de Ciencias Políticas; y la liberación de pre-requisitos (sólo el bilingüismo y la práctica quedaron sujetos a ellos). Entre tanto, se mantuvieron los tres ciclos de evolución académica: Básico, Profesionalizante y de Énfasis; al igual que las 5 áreas de conocimiento (Periodismo, Lenguaje, Ciencias Sociales, Audiovisuales y Cibermedios, y Metodológico-Científica), pero con ajustes en la ubicación, contenidos y cantidad de asignaturas, lo que implicó cambios en el enfoque de algunos cursos pertenecientes a los tres ciclos.

El Gráfico 3 muestra el plan de estudios vigente con las áreas en colores diferentes y los ciclos. Al tiempo, muestra los créditos (número en la parte superior de cada cuadro), las horas semanales de trabajo directo (AD) o acompañamiento en clase por parte del profesor (parte inferior izquierda) y el trabajo independiente (TI) (parte inferior derecha) que debe realizar el estudiante extra-clase:

Reforma Curricular Comunicación Social												
Ciclo Básico			Ciclo Profesionalizante			Ciclo de énfasis			Ciclo de énfasis			
Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 9	Sem 9	Sem 9	Sem 9
Créd. 3 Teoría de la im 3 6	Créd. 3 Fotografía 3 6	Créd. 3 Fotografía Audiovis 3 6	Créd. 3 Imagen Digital 3 6	Créd. 3 Gramación y dise 4 5	Créd. 3 Radio (Diseño de 3 6	Créd. 3 Taller de medios 3 6	Practica	Créd. 3 Cibermedios 3 6	Créd. 3 Diseño Multimedia 3 6	Créd. 3 Periodismo Digit 3 6	Créd. 3 Comunicación Polít 3 6	Créd. 3 Política deliberat 3 6
Créd. 2 Taller de Oralid 2 7	Créd. 3 Periodística 4 5	Créd. 3 Periodística 4 5	Créd. 3 Textos e Hiperte 4 5	Créd. 3 Textos e Hiperte 4 5	Créd. 3 Textos e Hiperte 4 5	Créd. 3 Radioperiodismo (t 3 6	Créd. 3 Producción de L.V 3 6	Créd. 3 Producción de L.V 3 6	Créd. 3 Modalidades Pl 3 6	Créd. 3 Partidos y electo 3 6	Créd. 3 Partidos y electo 3 6	Créd. 3 Partidos y electo 3 6
Créd. 2 Taller de Escritu 3 6	Créd. 3 Teoría del acto C 3 6	Créd. 3 Teoría de la Argu 3 6	Créd. 3 Interacción ecati 3 6	Créd. 3 Reportaje 4 5	Créd. 3 Narrativas Audio 3 6	Créd. 3 Periodismo Pol. Int 4 5	Créd. 3 Producción para V 3 6	Créd. 3 Producción para V 3 6	Créd. 3 Periodismo Dig 3 6	Créd. 3 Medios y política 3 6	Créd. 3 Medios y política 3 6	Créd. 3 Medios y política 3 6
Créd. 3 Teorías de la In 3 6	Créd. 3 Teoría del acto C 3 6	Créd. 3 Teoría de la Argu 3 6	Créd. 3 Comunicación T 3 6	Créd. 3 Análisis de la Re 3 6	Créd. 3 Análisis de la Op 3 6	Créd. 2 Gestión de la Infor. 2 6	Créd. 3 dramaturgia de los 3 6	Créd. 3 dramaturgia de los 3 6	Créd. 3 Periodismo Auc 3 6	Créd. 3 Marketing politic 3 6	Créd. 3 Marketing politic 3 6	Créd. 3 Marketing politic 3 6
Créd. 3 Semiología de la 3 6	Créd. 3 Formaciones Soc 3 6	Créd. 2 Historia Moderna 2 7	Créd. 2 Colombia S. XX 3 6	Créd. 3 Cibercultura 4 5	Créd. 3 Análisis de la Op 3 6	Créd. 2 Gestión de la Infor. 2 6	Créd. 3 Seminario de Inv. 3 6	Créd. 3 Seminario de Inv. 3 6	Créd. 3 Seminario Inv. 3 6	Créd. 2 Inv. En comunic 2 3	Créd. 2 Inv. En comunic 2 3	Créd. 2 Inv. En comunic 2 3
Créd. 3 Lógica 3 6	Créd. 3 Lógica 3 6	Créd. 2 macroeconomía 2 7	Créd. 3 Soc. del especia 3 6	Créd. 2 matemáticas 3 6	Créd. 3 Met. Estadísticos 3 6	Créd. 3 T. Dilo económico 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6
Créd. 3 NFI 1 3 6	Créd. 3 NFI 2 3 6	Créd. 3 NFI 3 3 6	Créd. 3 NFI 4. 3 6	Créd. 2 NFI 5 3 6	Créd. 3 NFI 5 3 6	Créd. 3 NFI 6 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6
Créd. 1 Bienestar 2 7	Créd. 3 Electiva I 3 6	Créd. 3 Electiva I 3 6	Créd. 3 Electiva II 3 6	Créd. 3 Electiva II 3 6	Créd. 3 Electiva II 3 6	Créd. 3 Electiva II 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6	Créd. 3 Electiva III 3 6
AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI	AD TI
17	18	19	20	17	17	20	18	18	18	18	18	18
Créditos	17	18	20	17	17	20	18	18	18	18	18	18

Gráfico 3: Estructura curricular de la carrera de Comunicación Social

El pregrado de Comunicación Social incluye, como todos los programas de la Universidad, 18 créditos destinados a la formación humanística complementaria. Esos créditos se denominan Núcleo de Formación Institucional (NFI).

En la estructura de las materias obligatorias del pregrado, la práctica profesional cuenta con 18 créditos y está avalada por el Departamento de Prácticas Profesionales (DEPP), unidad de la

Universidad encargada de regular, asesorar, gestionar y supervisar el desempeño profesional de los estudiantes-practicantes. Los estudiantes realizan un semestre de práctica y se rigen por el reglamento de prácticas profesionales de la Universidad (Anexo 15).

Después de la práctica los estudiantes deben elegir uno de los tres énfasis ofrecidos por el programa. Los énfasis comprenden 18 créditos repartidos en 6 asignaturas: una materia núcleo que genera las preguntas y los problemas a las demás, con 3 créditos académicos; un seminario metodológico, también con 3 créditos; 3 materias específicas de énfasis con 3 créditos cada una, y una electiva con 3 créditos.

Es preciso anotar que el pregrado no tiene estipulado la realización de un *trabajo de grado* (y lo que esto implica en términos de la asignación de un tutor-asesor, la evaluación por parte de jurados y la sustentación pública del trabajo) como requisito para obtener el título de Comunicador Social. En lugar de esto, los estudiantes toman en el séptimo semestre el seminario de investigación 1 y en el noveno el seminario de investigación 2, donde llevan a cabo una proto-investigación, que no tiene la pretensión de un trabajo de grado como tal.

La Tabla 9 muestra un resumen de la relación entre los componentes de formación de la estructura curricular y el número de créditos.

Componentes de formación	Número de créditos
Materias obligatorias ( <i>ciclos Básico y Profesionalizante</i> )	119
Materias del Ciclo de Énfasis	18
Materias de Núcleo de Formación Institucional, NFI	18
Materias complementarias (electivas)	9
Bienestar Universitario	1
Total	165

Tabla 9: Créditos por componentes de formación

### 2.8.3. Asignaturas por semestre (Anexo 16)

#### Semestre 1

Materia	Créditos
Taller de escritura	2
Taller de oralidad	2
Teorías de la interacción comunicativa	3
Teoría de la imagen	3
Semiología de los medios	3
NFI 1	3
Bienestar	1
<b>Total</b>	<b>17</b>

#### Semestre 2

Materia	Créditos
Géneros periodísticos 1	3
Lógica	3
Fotografía	3
Formaciones sociales	3
Teoría del acto comunicativo	3
NFI 2	3

Total	18
-------	----

**Semestre 3**

Materia	Créditos
Tecnologías audiovisuales	3
Géneros periodísticos 2	3
Macroeconomía	2
Teoría de la argumentación	3
Historia 2	2
Electiva	3
NFI 3	3
Total	19

**Semestre 4**

Materia	Créditos
Imagen digital	3
Interacción comunicativa en las organizaciones	3
Sociedades del espectáculo y de la información	3
Comunicación transcultural	3
Colombia Siglo XX	2
Electiva 2	3
NFI 4	3
Total	20

**Semestre 5**

Materia	Créditos
Diagramación y diseño	3
Reportaje	3
Análisis de la recepción	3
Textos e hipertextos 1	3
Ciberculturas	3
Matemáticas	2
Total	17

**Semestre 6**

Materia	Créditos
Textos e hipertextos 2	3
Radio (diseño de sonido)	3
Narrativas audiovisuales	3
Análisis de la opinión pública	3
Métodos estadísticos	2
NFI 5	3
Total	17

**Semestre 7**

Materia	Créditos
Taller de medios	3
Radioperiodismo formatos	3
Periodismo político internacional	3
Seminario de investigación 1	3

Teorías del desarrollo económico	3
Gestión de la información	2
Pre-práctica	
NFI 6	3
Total	20

**Semestre 8**

Materia	Créditos
Práctica profesional	18

**Semestre 9**

Énfasis	Créditos
Cibermedios	18
Periodismo digital	18
Comunicación política	18

**Énfasis de Cibermedios**

Materia	Créditos
Diseño multimedia	3
Producción de televisión	3
Producción para la web	3
Dramaturgia de los medios	3
Seminario de investigación 2	3
Electiva 3	3

**Énfasis de Periodismo Digital**

Materia	Créditos
Edición periodística	3
Modalidades periodísticas	3
Periodismo digital	3
Periodismo audiovisual	3
Seminario de investigación 2	3
Electiva 3	3

**Énfasis de Comunicación Política**

Materia	Créditos
Políticas deliberativas	3
Partidos políticos y elecciones	3
Medios y política	3
Marketing político	3
Investigación en comunicación	3
Electiva 3	3

### 3. RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

---

#### 3.1 FACTOR 1: MISION Y PROYECTO INSTITUCIONAL

##### 3.1.1 Característica 1. Misión institucional

La Universidad EAFIT cuenta con una Misión institucional claramente formulada que guarda relación con los objetivos del programa. En la Misión se explicita el compromiso institucional con la calidad y con los referentes universales de la educación superior, es así como expresa su Misión en el primer capítulo del Proyecto Educativo Institucional, PEI (Anexo 11). Allí se hacen explícitas la Misión y la Visión, así como la *impronta eafitense* y los valores institucionales. Estas declaraciones se encuentran, además, en el Plan Estratégico de Desarrollo 2006-2012 (Anexo 17); en el Reglamento Académico de los Programas de Pregrado (Anexo 18) y en el Reglamento de Propiedad Intelectual (Anexo 19).

La Universidad utiliza diversos medios impresos y electrónicos para la difusión de su Misión. Entre los medios impresos están: la *Agenda Cultural*, la revista *El Eafitense*, el periódico estudiantil *Nexos*, el boletín interno *Somos*, la *Revista Universidad EAFIT*, la revista *Ad-Minister*, la revista *Co-Herencia*, la revista *Ecos de Economía*, la revista *Ingeniería y Ciencia*, la revista *Kanatá*, la revista de *Negocios Internacionales* y los *Cuadernos de Investigación*. Entre los medios de difusión electrónicos están: el *portal web de la Universidad EAFIT*, la *Agencia de Noticias EAFIT*, el sistema de Intranet *Entrenos*, el canal de televisión digital *EnVivo*, la emisora digital *Acústica*, así como carteleras, posters y avisos que se encuentran ubicados en todos los salones de clase y laboratorios, así como en oficinas de la Institución.

La orientación filosófica, pedagógica y curricular del programa de Comunicación Social apunta al mismo propósito de la Misión institucional. Esta correspondencia existe en la medida en que el pregrado busca formar no sólo profesionales sino personas capaces de asumir retos profesionales para trabajar en torno a diferentes aspectos de la comunicación en las sociedades contemporáneas. El programa de Comunicación Social, además de desarrollar la *impronta eafitense*, propicia la formación integral a través de espacios curriculares y co-curriculares que vinculan al estudiante con el PEI, y con principios y valores como el pluralismo, el respeto, la creatividad, la crítica y el compromiso social.

Los grupos de investigación adscritos al Departamento de Humanidades: *Estudios sobre Política y Lenguaje*, clasificado en categoría A1 de Colciencias; *Sociedad, Política e Historias Conectadas*, clasificado en categoría A de Colciencias y *Estudios Culturales*, clasificado en categoría B de Colciencias, se constituyen en instancias básicas para favorecer el debate y la formación del Comunicador Social egresado de la Universidad EAFIT, tal como lo establece la Misión Institucional.

Con el fin de conocer la apreciación de directivos, profesores y estudiantes sobre su conocimiento de la Misión de la Universidad se les pidió contestar con un Sí o un No su tipo de respuesta. En la Tabla 10, se evidencia que el 100% de los directivos, el 94% de los profesores y el 82% de los estudiantes afirman conocerla.

¿Conoce usted la misión de la Universidad EAFIT?	Directivos		Profesores		Estudiantes	
	#	%	#	%	#	%
Sí	7	100%	30	94%	145	82%
No	0	0%	2	6%	32	18%
TOTAL	7	100%	32	100%	177	100%

**Tabla 10:** Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre conocimiento de la Misión

En las entrevistas realizadas, los directivos plantearon que los objetivos del pregrado de Comunicación Social reflejan en alto grado la Misión de la Universidad EAFIT, ya que es un programa novedoso y diferencial (Anexo 8). Del taller con egresados, estos opinaron que la *impronta eafitense* les ha permitido ser más abiertos e innovadores en su vida profesional (Anexo 7). Con respecto a la manera como los estudiantes practican los valores de la Misión de la Universidad, estos opinaron que respetando los puntos de vista de sus compañeros, trabajando en equipo, aprovechando los distintos espacios curriculares y extracurriculares que les ofrece la Universidad (Anexo 5).

El grupo autoevaluador considera que la Universidad emplea suficientes medios y actividades para la difusión de su Misión, la cual cumple con los referentes universales de la educación superior. El programa de Comunicación Social responde cabalmente al cumplimiento de la Misión y es coherente con ella y con sus objetivos. Se planteó que la apropiación de la Misión no es, ni debe ser, obligatoria en el sentido de que todos la conozcan al pie de la letra, y que igualmente no hay una sola forma de apropiarse del sentido de la misma: la Misión se vive.

Para el plan de mejoramiento se propone realizar un taller de inducción semestral sobre la Misión, Visión y Propósitos Institucionales de la Universidad EAFIT con profesores y estudiantes que ingresan por primera vez al programa con el propósito de reforzar los principios estratégicos de la Institución.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica, lo que de acuerdo con el modelo previamente definido significa que se cumple plenamente.

### 3.1.2. Característica 2. Proyecto institucional

Existen políticas institucionales que permiten al programa de Comunicación Social desarrollar sus funciones de formación, investigación y extensión social. El artículo 3 de los Estatutos de la Universidad (Anexo 20) establece la capacidad institucional para “adelantar programas académicos de pregrado (...) en los campos de acción de la ciencia, de la tecnología, de las humanidades, del arte y de la filosofía” (pág. 3).

Por su parte, el Proyecto Educativo Institucional (Anexo 11) define los siguientes campos de acción de la Universidad: La *formación de personas* comprometidas con el desarrollo integral de su comunidad y competentes internacionalmente en sus áreas de conocimiento, que llevan a cabo sus procesos de formación en un ambiente de tolerancia y respeto por las opiniones de los demás, dentro del cual predomina el debate académico (PEI, pág. 14). La *investigación*, que se define como “toda actividad intelectual orientada no sólo a la búsqueda y aplicación de soluciones adecuadas a los problemas, sino también a la generación de nuevos conocimientos y a la creación o al uso de tecnologías que permitan el logro de una mejor calidad de vida de los colombianos” (pág. 14). La *interacción con la comunidad*, que se refiere al “proceso de transferencia del conocimiento científico, tecnológico y técnico que la Universidad ha preservado, transmitido y creado por medio de sus programas de formación y de sus actividades de investigación” (pág. 14).

El *bienestar universitario*, que comprende la “búsqueda común de responsabilidades compartidas, en las que todos y cada uno de los miembros de la comunidad deben contribuir al desarrollo de sus capacidades, al logro de su autonomía, y a la consecución de un equilibrio emocional que les permitan asumir y resolver problemas de forma creativa, dentro de un ambiente solidario y respetuoso de la singularidad” (pág. 34). La *autoevaluación*, que es “el balance y revisión de sus actividades de investigación, enseñanza y proyección social, dentro del marco estratégico y operativo definido por la Visión y la Misión de la Institución, y mediante la confrontación con el estado actual del entorno social y el impacto logrado en éste” (pág. 43). Por último, se establecen los lineamientos básicos para *la administración de los recursos físicos y financieros* que se requieren para el adecuado cumplimiento de la Misión Institucional y la define como el conjunto de “actividades básicas relacionadas con la gestión presupuestal y de costos, el manejo de los recursos financieros, la conservación y mejoramiento de la planta física, el sistema de información contable y los mecanismos de financiación académica” (pág. 47).

El grupo autoevaluador encontró que adicionalmente existen otros documentos que orientan el desarrollo del pregrado como el Plan Estratégico de Desarrollo 2006-2012 (Anexo 17) que cada año se traduce en estrategias y acciones de corto plazo que se consignan en el plan operativo anual<sup>4</sup>. Asimismo, políticas, criterios y procedimientos académicos y administrativos se desarrollan en “los reglamentos, los planes de desarrollo, los informes de autoevaluación y las actas de los organismos colegiados en los que se trazan políticas y se toman decisiones sobre el quehacer cotidiano de la institución” (PEI, pág. 4).

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias sobre la existencia y aplicación de políticas institucionales para orientar el programa de Comunicación Social. El Proyecto Educativo Institucional y los Planes Estratégicos de Desarrollo de la Universidad se convierten en una *hoja de ruta* para la definición de los objetivos, estrategias y acciones que el programa de Comunicación Social pretende desarrollar anualmente en procura del logro del Proyecto Educativo del Programa (Anexo 21). Se concluye, además, que la Institución cuenta con una cultura permanente y arraigada de autoevaluación y autorregulación que demuestra no sólo su compromiso con la calidad, sino la necesidad del mejoramiento continuo de los procesos académicos y administrativos, tal y como lo muestra la Resolución 1860 del 16 de marzo del 2010 mediante la cual se otorga la renovación de la Acreditación Institucional de Alta Calidad por un periodo de ocho años, 2010-2018 (Anexo 22), reconociendo la correspondencia entre la Misión y los logros institucionales. Además, cuenta con la acreditación de la totalidad de los programas que cumplen con los requisitos para ser sometidos a la acreditación de alta calidad<sup>5</sup>.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.1.3 Característica 3. Proyecto educativo del programa

El programa de Comunicación Social cuenta con un Proyecto Educativo, PEP (Anexo 21) que es de dominio público y es coherente con el Proyecto Educativo Institucional. Allí se señalan los principios y propósitos que orientan la formación del comunicador social *eafitense*, la estructura curricular, las estrategias de trabajo interdisciplinario y el modelo pedagógico del programa.

<sup>4</sup> El plan operativo se maneja mediante la aplicación “Platino” que permite realizar el registro de las acciones y metas que pretende ejecutar cada responsable de área y [...] hacerles seguimiento.

<sup>5</sup> Los programas acreditados pueden consultarse en <http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad/Paginas/programas-acreditados.aspx>

En el Acta No. 526 del 14 de junio del 2002 se encuentra consignada la aprobación del programa de Comunicación Social por parte del Consejo Académico de la Universidad EAFIT. Esta decisión fue avalada por el Consejo Superior de la Universidad mediante el Acta No. 168 del 13 de agosto del mismo año (Anexo 13). De este modo, el programa de Comunicación Social ha acatado las declaraciones fundamentales y estratégicas de la Universidad toda vez que hace eco al PEI cuando indica que desde la perspectiva curricular debe darse una formación centrada en el ser humano; deben ofrecerse planes de estudio flexibles que le permitan al estudiante elegir entre opciones de formación profesional; y debe brindarse una formación humanística, cultural y artística, según competencias y preferencias personales.

En consonancia con la Misión, la Visión y los Valores Institucionales, el programa de Comunicación Social “forma profesionales comprometidos con los fenómenos comunicativos para observarlos, analizarlos, intervenirlos y narrarlos. Es un profesional capaz de analizar, interpretar e intervenir el entono local-nacional-global, de hacer frente a una realidad cada vez más compleja, dominada por la incertidumbre, la velocidad de los cambios y la proliferación de un sinnúmero de problemáticas que no resisten una mirada única, lo que lleva a la renovación de viejos paradigmas desde donde se formaban los comunicadores-periodistas”.

Para la difusión y discusión del Proyecto Educativo del Programa, PEP (Anexo 21) se utilizan diversos mecanismos. Para la difusión vale la pena mencionar:

- La *Experiencia EAFIT*, evento programado anualmente por el Departamento de Comunicación y Cultura con la colaboración de los jefes de los programas académicos y de sus equipos de estudiantes, el cual consiste en la visita al campus universitario de estudiantes de los colegios de Medellín de grado 11, con el fin de darles a conocer los diferentes programas y suplir los interrogantes que puedan presentárseles, para facilitar así su elección.
- Los *Talleres Informativos de las Carreras*, dirigidos a bachilleres y personas interesadas, en los cuales se muestra en qué consisten las carreras y se facilita la interacción con estudiantes y egresados de las mismas.
- De manera permanente, la Institución utiliza su *portal web* para la difusión de la información relacionada con cualquier programa académico; en el caso de Comunicación Social, dicha información se encuentra disponible a través de la siguiente dirección: <http://www.eafit.edu.co/eafitcn/programasacademicos/pregrados/Index>.

Entre los mecanismos de discusión se pueden señalar:

La actualización del PEP, cuenta con diferentes estrategias como las reuniones de profesores de Departamento y de coordinadores de Área, en las que participan los docentes de tiempo completo, medio tiempo y hora cátedra que sirven al programa.

Las reuniones de Consejo de Escuela, Consejo Académico, Consejo Directivo o Consejo Superior, según el caso, en los que se analizan y discuten políticas y aspectos curriculares que puedan afectar la calidad del programa, tales como reformas académicas, creación de nuevos programas, casos de estudiantes, planes de desarrollo, etc.

La Asamblea de Carrera, cuyo objetivo principal es deliberar colectivamente sobre asuntos concernientes a la vida académica de los estudiantes, y el Comité de Carrera, el cual cuenta con la participación de los docentes de planta y los estudiantes representantes del programa.

Se formularon varias preguntas buscando la apreciación de la comunidad académica sobre el conocimiento y aceptación del PEP. El 82% de los estudiantes calificaron entre plenamente y en

alto grado su conocimiento de los propósitos de formación; el 85% de los profesores estuvieron en el mismo rango de calificación; mientras que el 58% de los directivos calificaron plenamente y en alto grado su conocimiento.

Califique el grado de conocimiento que usted tiene de los propósitos de formación del pregrado (proyecto educativo, fundamentos teóricos y pedagógicos, perfil de los estudiantes, plan de estudios, procesos de evaluación y planeación)	Profesores	Estudiantes	Directivos
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Plenamente	38%	36%	29%
En alto grado	47%	46%	29%
Aceptablemente	13%	12%	14%
Insatisfactoriamente	2%	3%	14%
Deficientemente	0%	1%	0%
Sin información	0%	2%	14%
Total	100%	100%	100%

**Tabla 11:** Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre conocimiento del proyecto educativo del programa

Cuando se les preguntó por el grado de aceptación del programa, el 78% de los estudiantes calificaron su respuesta entre plenamente y en alto grado, mientras que el 94% de los profesores y el 58% de los directivos estuvieron en este rango.

En cuanto al 29% de los directivos que respondieron “sin información” a esta pregunta, el grupo considera que esto se debe a que una de las directivas estaba recientemente vinculada a la Universidad y otra desempeña un cargo administrativo, lo que les daba en ese momento poco conocimiento del programa.

Comparte usted los propósitos de formación del programa (proyecto educativo, fundamentos teóricos y pedagógicos, perfil de los estudiantes, plan de estudios, procesos de evaluación y planeación)	Profesores	Estudiantes	Directivos
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Plenamente	50%	37%	29%
En alto grado	44%	41%	29%
Aceptablemente	3%	16%	13%
Insatisfactoriamente	3%	2%	0%
Deficientemente	0%	1%	0%
Sin información	0%	3%	29%
Total	100%	100%	100%

**Tabla 12:** Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre aceptación del proyecto educativo del programa

En la encuesta también se les solicitó a los miembros de la comunidad académica que calificaran entre 1 y 5, siendo 5 la máxima calificación y 1 la mínima, si las instancia dispuestas por la Universidad como Asamblea de Carrera, Comité de Carrera, Consejo de Escuela, Consejo Académico, entre otros, propiciaban la discusión y actualización del Programa.

Para el 64% de los estudiantes, que la calificaron entre 4 y 5, es la Asamblea de Carrera la instancia más efectiva para lograr este propósito; para el 91% de los profesores, que lo calificaron entre 4 y 5, son las coordinaciones académicas las instancias más efectivas para lograr este propósito; por su parte, para el 72% de los directivos, que lo calificaron entre 4 y 5, es el Consejo Académico la instancia más efectiva para propiciar la discusión y actualización del programa. Lo que es apenas lógico teniendo en cuenta que son las instancias con las que cada una de estas poblaciones tiene un mayor contacto.

Al analizar la correspondencia entre el PEI y el PEP, se pudo constatar que desde la perspectiva curricular el programa de Comunicación Social ofrece un plan de estudios innovador,

integral y flexible que le permite al estudiante elegir entre opciones de formación profesional y de formación humanística, cultural y artística según sus competencias y preferencias personales. El estudiante es autónomo y responsable del conocimiento que adquiere, bajo la orientación de los docentes del programa. Igualmente, el Programa ofrece una formación teórico-práctica que da respuesta a los nuevos entornos de la sociedad, la educación y la comunicación, caracterizados por el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias suficientes para concluir que el programa cuenta con un PEP coherente con el Proyecto Educativo Institucional. El PEP es una *carta de navegación* que refleja los objetivos, perfiles, procesos académicos, metodología y bases conceptuales del programa de Comunicación Social. Evidentemente existen estrategias para su difusión, discusión y actualización. Las encuestas indican que los directivos, profesores y estudiantes conocen y comparten el PEP en un alto grado. Las tres instancias consideran que existen espacios para la discusión y actualización del programa; sin embargo, se hace necesario una mayor difusión del mismo para que esto redunde en un mejor conocimiento y apropiación por parte de estudiantes y profesores de instancias tales como el Consejo de Escuela y el Consejo Académico de la Universidad.

Para el plan de mejoramiento se propone fomentar la participación de los estudiantes y profesores en los espacios propiciados por la Institución para la discusión del Proyecto Educativo del Programa mediante el suministro de información permanente y pertinente a través de los medios de difusión del pregrado.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

#### **3.1.4. Característica 4. Relevancia académica y pertinencia social del programa**

El programa de Comunicación Social responde de manera efectiva a las necesidades del entorno local, regional, nacional e internacional. Parte de la evidencia de esas respuestas la reconoce el MEN cuando le otorga el registro calificado al pregrado de Comunicación Social. Algunos documentos que muestran el análisis sobre las tendencias y líneas de desarrollo del campo de estudios de la comunicación son:

- El documento central mediante el cual se solicitó la renovación del Registro Calificado del Programa de Comunicación Social, en mayo de 2009 (Anexo 23). En él está la justificación del programa, sus fundamentos curriculares, formación investigativa y proyección social, entre otros aspectos relacionados con las tendencias y líneas de desarrollo de este campo de estudios enmarcado por la incursión de las nuevas tecnologías de información y comunicación. En el documento se muestra la pertinencia de estas tendencias en Colombia y la región, para el desarrollo futuro del pregrado.
- El Plan Estratégico de Desarrollo de la Universidad, 2006-2012 (Anexo 17), que es la hoja de ruta que traza la trayectoria general de la institución y la específica de cada una de las dependencias académicas. Allí se encuentran los lineamientos y compromisos del Departamento de Humanidades (capítulo 8.2), así como la proyectiva de los diferentes programas de la Universidad EAFIT.
- El Proyecto Educativo Institucional, PEI. Allí se pueden observar los principios rectores de la formación para los programas de la Universidad EAFIT (capítulo 3); los aspectos relacionados

con la organización de la investigación y los elementos de la investigación formativa (capítulo 4); las políticas y formas de interacción con la comunidad (capítulo 5).

Como parte de la relación del programa con las necesidades del entorno, entre 2004 y 2010 el pregrado organizó 55 actividades académicas extracurriculares (lecciones inaugurales, conferencias, seminarios, entre otros) con el fin de ofrecer una formación complementaria tanto para sus estudiantes, como para el público externo a la Universidad (Anexo 24). Para esto invitó a reconocidos académicos y/o periodistas locales, nacionales e internacionales que abordaron tópicos específicos en el área de la comunicación.

Estas actividades siempre han sido abiertas al público y de carácter gratuito. Algunas de ellas se han llevado a cabo de la mano con otras instancias del Departamento de Humanidades como la Especialización en Comunicación Política y/o el pregrado en Ciencias Políticas; en convenio con las Facultades de Comunicación Social regionales y nacionales reunidas en Afacom; o en colaboración con entidades reconocidas como la Corporación Medios para la Paz, el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar, la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación, y la Fundación para la Libertad de Prensa, entre otras.

A la par de estas actividades académicas también es preciso mencionar el compromiso de los profesores del Departamento de Humanidades con el análisis de distintas problemáticas del campo de la comunicación, las ciencias sociales y el lenguaje en la región, el país y el mundo. Entre 2004 y 2010 los profesores del Departamento produjeron 31 libros; 93 artículos en revistas nacionales e internacionales (véase las páginas 60 y 86 de este informe y el Anexo 25); además tuvieron una importante participación como ponentes en más de 50 eventos académicos dentro y fuera del país. (Anexo 26).

*Periodistas en la Carrera* es otra de las acciones institucionales del pregrado que muestran su relación con el medio. Esta actividad le apuesta cada año al análisis de un tema de actualidad y de gran interés para Medellín y el departamento de Antioquia. Su abordaje se hace de dos maneras: con la realización de un foro académico en el que participan como ponentes personas e instituciones que son autoridades en cada materia; y con la inmersión periodística por parte de más de 150 estudiantes del pregrado que deben realizar labores de reportería, escritura, edición y montaje periodístico. A 2010 van realizadas 7 jornadas de *Periodistas en la Carrera* (véase balance de las jornadas en la página 90 de este documento).

Entre otras acciones institucionales que ponen a dialogar al pregrado con el medio social también hay que mencionar los medios de comunicación con que cuenta el programa. Por un lado está la revista digital *Bitácora*, que es un medio de comunicación alternativo y laboratorio de práctica de los estudiantes. En el año 2010 publicó 1.482 piezas informativas propias (textos, audios, fotografías, videos y multimedia) primero en este medio y luego en otros, principalmente digitales. Su boletín electrónico llega cada día a más de 2.000 personas e instituciones. Tiene convenio con la agencia estadounidense de noticias *United Press International* y con el portal *Otramérica*. También ha hecho alianzas temporales con el periódico *El Colombiano*, *Telemedellín* y con el portal *Votebien.com*. Véase <http://bitacora.eafit.edu.co>

Por otro lado está la emisora digital *Acústica*, perteneciente a la Universidad pero coordinada por el pregrado en Comunicación Social. Esta es, además de un espacio de práctica para los estudiantes, un medio de comunicación que ofrece contenido propio y alternativo, que reproduce material sonoro de otras emisoras universitarias, de otras organizaciones sociales y redes con las cuales tiene convenios y acuerdos de retransmisión de programas. Puede localizarse en <http://acustica.eafit.edu.co>

En cuanto a la apreciación de empresarios y pares académicos sobre la relevancia académica y pertinencia social del programa, la evidencia muestra que ésta es satisfactoria. Por una parte, es preciso mencionar las encuestas de carácter cuantitativo y cualitativo que el Departamento de Prácticas Profesionales (DEEP) realiza con los empleadores de los estudiantes en prácticas profesionales, desde el segundo semestre de 2008. En las apreciaciones de carácter cualitativo se pueden encontrar afirmaciones, tales como (Anexo 27):

*“En este caso destaco su iniciativa y capacidad de formular propuestas con alto valor agregado para las empresas de producción audiovisual” (empleador, 2007-2); “el estudiante de EAFIT muestra habilidades creativas, disposición y compromiso con las actividades y responsabilidades delegadas y sugeridas, además de la aplicabilidad de conocimientos” (empleador, 2008-1); “se adaptó con facilidad al mundo laboral. Es una estudiante creativa, dinámica, propone ideas, honesta, disponible, colaboradora, organizada, responsable, con capacidad de aprender y desaprender, aporta demasiado a los resultados que se esperan de su proyecto (empleador, 2009-1); “es una persona creativa, recursiva, que expresa y argumenta sus opiniones, con alta capacidad de trabajo en equipo, acata las sugerencias y es receptiva” (empleador, 2010-2).*

También los pares académicos tienen sus apreciaciones sobre el pregrado. A este respecto Luis Ignacio Sierra, profesor de la Pontificia Universidad Javeriana, manifiesta:

*“El hecho de que la Universidad haya postulado el programa de Comunicación Social con los énfasis de periodismo digital y cibermedios, la pone a tono con la actualidad, con el momento contemporáneo por el que atraviesan en su ciudad. En esa medida yo lo consideraría uno de los programas de punta en comunicación actualmente en el país; no todos tienen ese énfasis, no todos tienen esa orientación. Puede que haya programas donde se incluyen asignaturas relacionadas con eso, pero no con esos énfasis, lo cual daría a entender que no solamente por el lado de los profesores, sino también por el lado del plan curricular todo se orienta a estar en esa dimensión de lo cibecultural, de lo digital, que es en parte lo que hoy en día está mandando la parada en la formación profesional del comunicador” (Anexo 28).*

En cuanto a los proyectos de carácter social que adelanta el programa mediante sus funciones de docencia, extensión e investigación, el pregrado considera proyectos de carácter social aquellas acciones que salen de sus aulas e impactan de manera positiva a otros grupos de la comunidad. Las acciones son de diversos tipos (Anexo 29).

*Vínculo con comunidades:* el pregrado apoya la labor que la Universidad EAFIT le brinda a la institución educativa Benedikta Z. Nieden, de la Comuna 13 de Medellín, concretamente en la elaboración de módulos didácticos por parte de 22 docentes destinados a generar consciencia lingüística en los cursos de español de primaria y secundaria. Producto de ello se han publicado cinco manuales para ser usados en 12 instituciones educativas de la Secretaría de Educación de Medellín.

*Capacitación abierta para la ciudad:* el pregrado realiza cada año un promedio de entre 6 y 12 conferencias, lecciones inaugurales, seminarios y foros abiertos al público. Como se indicó en líneas anteriores, la mayoría son conferenciantes externos a la Universidad y todas estas actividades son abiertas al público en general.

*Investigación:* entre 2004 y 2010 los profesores del Departamento de Humanidades llevaron a cabo 53 proyectos de investigación, la mitad de ellos relacionados con temáticas que dan cuenta de fenómenos de la comunicación, el lenguaje, la hermenéutica, el periodismo, la

comunicación política, la historia y áreas afines, los cuales se procura que se difundan no solo entre la comunidad académica, sino entre otros públicos de interés por fuera de ella (Anexo 30).

La preocupación de la Universidad en general, y del pregrado en particular, por ajustarse a las necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales llevó al pregrado a su primera renovación curricular en el año 2007, en el marco de una reforma general de la Universidad. Por tanto, otro elemento que permite evidenciar el compromiso del programa con la calidad académica es la revisión y actualización del currículo que se realiza en dos sentidos. A nivel macro, la estructura del programa se modificó en la reforma curricular, aprobada mediante el acta 611 del 6 de marzo de 2007. A nivel micro, los programas de los cursos se revisan semestralmente y se hacen los cambios que se consideren pertinentes. Es así como siguiendo las tendencias investigativas en el campo de la comunicación digital y los nuevos escenarios de convergencia mediática, se realizaron en el primer semestre de 2010 algunos ajustes a los programas de las asignaturas del *énfasis de Cibermedios* sin cambiar su esencia (Anexo 31).

El grupo autoevaluador considera que las evidencias son suficientes para concluir que el programa cuenta con un PEP coherente con el Proyecto Educativo Institucional. Existen espacios y actividades de proyección social que articulan los planes curriculares del pregrado como son los medios de comunicación propios, los eventos académicos, los proyectos de investigación y las jornadas de Periodistas en la Carrera, entre otros. Se propone revisar permanentemente las necesidades del entorno local, regional y mundial con el fin de llevar a cabo los ajustes pertinentes al Proyecto Educativo del Programa, sus metodologías, enfoques, perfiles profesionales e incidencia en el medio.

El plan de mejoramiento de esta característica se desarrollará conjuntamente con las características de los factores 2, 4 y 7.

El grupo asignó una nota de 4.6 a esta característica, que de acuerdo con el modelo de ponderación definido, significa que se cumple plenamente.

## 3.2 FACTOR 2: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS ESTUDIANTES

### 3.2.1. Característica 5. Mecanismos de ingreso

La institución cuenta con un Reglamento Académico<sup>6</sup> (Anexo 18) aprobado y difundido ampliamente, en el que se consagran las normas para el ingreso a los programas. El artículo 22 establece que el proceso de ingreso *“inicia con la inscripción como candidato a cursar un programa de formación universitaria y culmina con la matrícula para un período académico específico”*. La Universidad reconoce dos tipos de aspirantes: los bachilleres y quienes ya han estado matriculados como estudiantes en ésta u otra institución de educación superior.

Si bien las condiciones generales de ingreso a los programas académicos son fijadas por el Consejo Académico, el Reglamento reconoce como indispensables el *“haber terminado y aprobado todos los estudios tendientes a la obtención del título de bachiller (...) y haber presentado el examen de Estado”* (Artículo 25). El puntaje mínimo exigido para la selección de estudiantes es de 200 puntos según un sistema de ponderación que tiene en cuenta el puntaje del ICFES en áreas

<sup>6</sup> El Reglamento Académico puede consultarse en:

<http://www.eafit.edu.co/institucional/reglamentos/Paginas/reglamento-academico-pregrado.aspx>

pertinentes a la comunicación, las ciencias sociales y el lenguaje, la clasificación del colegio que otorga el Ministerio de Educación Nacional con el puntaje obtenido en las pruebas de Estado, y el promedio de las calificaciones obtenidas en los grados 10 y 11. En la actualidad, el puntaje mínimo que deben alcanzar los aspirantes a Comunicación Social es 300 puntos.

La selección de estudiantes se realiza por el Comité de Admisiones (comisión establecida por el Consejo Académico) de acuerdo con los “cupos señalados por el Consejo Directivo” (Artículo 26). En el caso del programa de Comunicación Social el cupo aprobado por el Consejo Superior es de 70 estudiantes por cohorte en el primer semestre del año y de 30 en el segundo semestre.

El Artículo 27 contempla el procedimiento para el cambio de programa y establece la responsabilidad del estudio de los casos de transferencia interna en las jefaturas de carrera; estas no requieren ningún trámite distinto a verificar el cumplimiento de requisitos establecidos para la permanencia del estudiante en la Universidad. El reglamento de transferencias externas<sup>7</sup> establece los requisitos de inscripción y los criterios para la aceptación y el reconocimiento de materias.

El programa de Comunicación Social no tiene requisitos adicionales de ingreso y aplica las directrices emanadas de las distintas instancias administrativas y académicas en relación con los requisitos de ingreso. Igualmente, se ajusta a los calendarios y procedimientos establecidos por el Consejo Académico los cuales se encuentran publicados en el sitio web de Admisiones y Registro<sup>8</sup>.

Con el fin de conocer la apreciación de directivos, profesores y estudiantes, se les preguntó por el conocimiento que tienen de los requisitos de ingreso a la Universidad. De acuerdo con las encuestas realizadas, el 90% de los estudiantes consultados, el 72% de los profesores y el 100% de los directivos afirman conocer los requisitos de ingreso de los estudiantes a la Universidad.

¿Conoce usted los requisitos de ingreso de los estudiantes a la Universidad EAFIT?	Estudiantes		Profesores		Directivos	
	#	%	#	%	#	%
Sí	160	90%	23	72%	7	100%
No	17	10%	9	28%	0	0
TOTAL	177	100%	32	100%	7	100%

Tabla 13: Conocimiento de los requisitos de admisión

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias suficientes que sustentan que la Universidad EAFIT cuenta con políticas de admisión que son explícitas, pertinentes y de acceso público. Los medios de difusión son claros y precisos con la información que entregan; no obstante, en ocasiones hay desconocimiento de los aspirantes sobre esos medios e, incluso, falta de información sobre los mismos en ciertos sectores de la comunidad universitaria. La Universidad admite a todos los aspirantes que cumplen con los requisitos definidos por el Reglamento Académico y por el momento no ha considerado exigencias diferentes para este pregrado.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

<sup>7</sup> Ver <http://www.eafit.edu.co/institucional/reglamentos/Paginas/reglamentos-transferencia-externa.aspx>

<sup>8</sup> Para más información al respecto se sugiere visitar la página <http://www.eafit.edu.co/admisiones/proceso-admisiones/pregrado/Paginas/proceso-de-seleccion-aspirantes-bachilleres.aspx>

### 3.2.2. Característica 6. Número y calidad de los estudiantes admitidos

El número de estudiantes admitidos y matriculados a Comunicación Social cada semestre es compatible con las capacidades administrativas, académicas y físicas de la Institución. Tal como se mencionó en el análisis de la característica anterior, el Consejo Superior estableció para Comunicación Social un cupo máximo de 70 estudiantes matriculados por cohorte en el primer semestre y 30 en el segundo semestre de cada año. Según los datos reportados por Admisiones y Registro<sup>9</sup> en las últimas 8 cohortes no se ha superado este número. Así lo evidencia la Tabla 14 donde se muestra el número de estudiantes bachilleres inscritos, admitidos y matriculados en el programa desde el segundo semestre de 2007 hasta el primer semestre de 2011. Allí también se pueden observar los porcentajes de absorción del programa, entre los estudiantes inscritos y los estudiantes admitidos.

Bachilleres	2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	2011-1
Inscritos	30	74	38	76	35	83	35	103
Admitidos	23	74	36	76	32	79	35	90
Matriculados	23	50	24	44	22	57	25	67
% de absorción (inscritos vs admitidos)	76%	100%	94%	100%	91%	95%	97%	87%

**Tabla 14:** Estudiantes bachilleres inscritos, admitidos y matriculados

Fuente: Admisiones y Registro

La Tabla 15 presenta la población total de estudiantes del programa desde el segundo semestre de 2007 hasta el primer semestre de 2011.

2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	2011-1
255	311	310	329	317	369	369	419

**Tabla 15:** Población de estudiantes de Comunicación Social

Fuente: Admisiones y Registro, Boletín Estadístico

Para ingresar al Programa de Comunicación Social, los aspirantes bachilleres deben alcanzar un puntaje mínimo de 300 puntos a partir de la ponderación de tres factores: puntaje de las pruebas del ICFES en áreas pertinentes a la comunicación, las ciencias sociales y el lenguaje; calificaciones de los grados 10 y 11; y nivel del colegio del que proviene, según el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) del Ministerio de Educación Nacional. El 100% de los estudiantes admitidos cumplen con dicho puntaje.

La Tabla 16 muestra el puntaje obtenido por los aspirantes admitidos a Comunicación Social entre 2006 y 2009 (al cierre de este informe la Universidad no había entregado los datos oficiales de 2010).

Año	Máximo	Mínimo	Promedio
2006	371	302	334
2007	385	284	322
2008	424	285	353
2009	426	276	343

**Tabla 16:** Puntajes obtenidos en las pruebas de Estado

Fuente: Admisiones y Registro

<sup>9</sup> Ver <http://www.eafit.edu.co/institucional/info-general/Paginas/boletin-estadistico-pregrados.aspx>

Sobre las capacidades que tiene la institución para asegurar a los estudiantes admitidos las condiciones necesarias para adelantar sus estudios, se debe afirmar que el *campus* principal de la Universidad tiene una extensión de 119.465 metros cuadrados que alberga 33 bloques de aulas, oficinas, laboratorios y otros lugares para la realización de diversas actividades académicas y culturales. Cuenta con 237 aulas dotadas con equipos informáticos y de proyección de última tecnología entre los que se cuentan computadores, *video beams*, televisores y equipos de proyección de video y reproducción de sonido. La Institución cuenta con un inventario de tableros digitales y equipos de edición que soportan las actividades académicas. El programa de Comunicación Social cuenta además con la *Emisora Digital Acústica* y con los servicios del *Centro Multimedial*<sup>10</sup> para actividades de monitoría y práctica de clase.

En cuanto a la planta profesoral, la Universidad cuenta con 319 profesores vinculados, 547 profesores de cátedra y 25 temporales; el Departamento de Humanidades cuenta, a su vez, con 29 profesores de tiempo completo, 4 de medio tiempo y 63 de cátedra. De este número, 20 profesores de tiempo completo, 2 de medio tiempo y 20 de cátedra apoyan directamente la docencia en Comunicación Social.

Estas cifras muestran un dato interesante: en 2011-1 la relación entre el número de estudiantes y docentes de tiempo completo es de 28 estudiantes por 1 profesor. Esta ventaja permite además que el proceso de aprendizaje sea más efectivo y amable, lo que constituye una de las fortalezas del pregrado. La Tabla 17 muestra la evolución de la relación entre el número de estudiantes por profesor en el pregrado de Comunicación Social.

	2007-1	2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	2011-1
Comunicación Social	19	17	25	25	24	32	33	29	28

**Tabla 17:** Número de estudiantes por profesor  
Fuente: Informática Educativa

Con el fin de conocer la apreciación de profesores y estudiantes, se les preguntó por la relación entre número de docentes del pregrado y el número de estudiantes. A este respecto, el 88% de los estudiantes y el 69% de los profesores consideran que la relación entre el número de docentes del programa y el número de estudiantes por curso está en el rango entre adecuada y muy adecuada, tal y como lo muestra la Tabla 18:

La relación entre el número de profesores del programa de Comunicación Social y el número de estudiantes por curso es:	Estudiantes		Profesores	
	Total	%	Total	%
Muy adecuada	64	36%	4	13%
Adecuada	92	52%	18	56%
Aceptable	17	10%	7	22%
Inadecuada	2	1%	1	3%
Deficiente	1	1%	0	0%
Sin información	1	1%	2	6%

**Tabla 18:** Opinión sobre la relación entre el número de estudiantes y profesores del programa

<sup>10</sup>Para más información sobre los servicios del Centro Multimedial se sugiere ver:

<http://www.eafit.edu.co/escuelas/ciencias-y-humanidades/centro-multimedial/Paginas/centro-multimedial.aspx>

En cuanto a la proporción de los recursos académicos y físicos con que cuenta el programa de Comunicación Social en relación con el número de estudiantes, el 88% de los profesores y el 85% de los estudiantes considera que está en el rango entre adecuada y muy adecuada (Tabla 19).

Los recursos académicos y físicos disponibles en relación con el número de estudiantes del programa de Comunicación Social son:	Estudiantes		Profesores	
	Total	%	Total	%
Muy adecuada	76	43%	12	38%
Adecuada	74	42%	16	50%
Aceptable	19	11%	2	6%
Inadecuada	5	3%	1	3%
Deficiente	2	0.5%	0	0%
Sin información	1	0.5%	1	3%

**Tabla 19:** Opinión sobre la suficiencia de recursos académicos y físicos según el número de estudiantes del programa

El grupo auto-evaluador reconoce la existencia y cumplimiento de políticas institucionales para la definición del número de estudiantes que habrá de ser admitido. Estas políticas expresan la definición del número de estudiantes que se admiten al programa de forma compatible entre los admitidos y las capacidades institucionales. Así mismo, reconoce que tanto los recursos académicos como físicos con los que cuenta la institución son suficientes para atender a los estudiantes del programa. Además, constata que se han cumplido los requerimientos normativos respecto al número de estudiantes autorizados por el Consejo Superior.

La opinión positiva arrojada por la encuesta sobre la suficiencia de recursos muestra el compromiso del programa para garantizar a los estudiantes las condiciones necesarias de estudio. Es importante tener en cuenta que hay cursos electivos que no son exclusivos de Comunicación Social por lo que es razonable que la aceptación no sea plena. La relación de 28 estudiantes por cada docente de tiempo completo es positiva. Esta ventaja permite que el proceso de aprendizaje sea más efectivo y amable, lo que constituye una de las fortalezas del pregrado.

En todo caso se plantea que a medida que el programa crece en visibilidad y reconocimiento en la ciudad y la región, la demanda de estudiantes será cada vez mayor, por cuanto será necesario refinar los mecanismos de selección y de “filtro” de estudiantes.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.2.3. Característica 7. Permanencia y deserción estudiantil

La Universidad EAFIT cuenta con sistemas de evaluación y seguimiento de la deserción y mecanismos para su control. Desde 1977 la Universidad ha adelantado estudios de deserción, entre los cuales el más significativo se realizó en 2009 (Anexo 32) con el objetivo de “*identificar los factores individuales, socioeconómicos, académicos e institucionales que juegan un papel en la determinación de la deserción para las cohortes 2001-1, 2002-1 y 2003-1, en 14 programas de pregrado*” (Montes, Almonacid, Gómez, Zuluaga, Tamayo, & Ruiz, 2009, pág. 14). Aunque de manera específica el estudio no contempló el caso de Comunicación Social, las conclusiones a las que llegó permiten conocer las causas básicas de la deserción y establecer medidas preventivas para disminuirla.

Según el citado informe, la deserción se clasifica en cuatro grupos: cambio del programa, deserción del sistema de educación superior, deserción institucional y rezagados académicos. La Tabla 20 muestra los principales motivos clasificados en orden de importancia.

Tipo de deserción o rezago	Motivos principales
Cambio de programa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existencia real de una vocación</li> <li>2. Inconformidad con la carrera</li> <li>3. Bajo rendimiento académico</li> <li>4. Influencia familiar o amigos</li> </ol>
Desertores del sistema	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bajo rendimiento académico</li> <li>2. Retiro académico (forzoso)</li> <li>3. Actividad laboral</li> <li>4. Problemas familiares o económicos</li> <li>5. Salud</li> </ol>
Desertores Institucionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bajo rendimiento académico</li> <li>2. Inconformidad con la carrera</li> <li>3. No existencia real de una vocación</li> <li>4. Problemas familiares o económicos</li> <li>5. Influencia familiar o amigos</li> <li>6. Retiro académico (forzoso)</li> </ol>
Rezagados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actividad laboral mientras se estudia</li> <li>2. Rendimiento académico</li> <li>3. Matrícula de menos materias que las programadas en el pensum</li> <li>4. Práctica de ir a estudiar otro idioma a otro país</li> </ol>

**Tabla 20:** Causas de la deserción

Fuente: Análisis de la deserción estudiantil en los programas de pregrado de la Universidad EAFIT

Según el boletín estadístico elaborado por la oficina de Admisiones y Registro, la deserción general<sup>11</sup> de los estudiantes del programa de Comunicación Social es en promedio del 10%. La Tabla 21 muestra algunos datos de este tipo de deserción entre 2006-1 y 2010-1.

	2006-1	2006-2	2007-1	2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1
Población Estudiantil	178	188	230	255	311	310	329	317	369
Deserción	7	16	17	15	10	17	35	41	36
Porcentaje de deserción	4%	9%	7%	6%	3%	5%	11%	13%	10%

**Tabla 21:** Población total y deserción del programa de Comunicación Social

Fuente: Admisiones y Registro

En cuanto a la deserción general por cohorte<sup>12</sup>, las cifras que arroja el Sistema para la Prevención y Análisis de la Deserción en las Instituciones de Educación Superior, SPADIES (Anexo 33), permiten afirmar que la deserción estudiantil por cohorte del pregrado en Comunicación Social es en promedio del 35.00%. Esta cifra es inferior al promedio de deserción por cohorte en la Universidad EAFIT, que es del 41.34%; y mucho menor al promedio nacional de deserción por cohorte que es del 46.27%.

A este respecto es interesante anotar que para la cohorte 2004-1, que fue la cohorte con la que se inició el pregrado, el porcentaje de deserción estudiantil se sostuvo en el 33.33% entre el

<sup>11</sup> Deserción general es aquella que toma como referencia el número de estudiantes que ya no permanecen en el programa en un determinado momento, sin entrar a especificar a qué cohorte pertenecen.

<sup>12</sup> Deserción por cohorte es aquella que toma como referencia a los estudiantes que iniciaron sus estudios en una misma cohorte con el fin de observar su comportamiento de permanencia o deserción a lo largo del tiempo.

tercer semestre y el octavo semestre, cifra que altamente positiva ya que para un programa que recién comenzaba sostener en un alto porcentaje, y durante cinco semestres consecutivos su primera cohorte, es un buen indicador de las potencialidades que éste tiene. Tomando como base el noveno semestre, que es lo que dura la carrera, el porcentaje de deserción final de dicha cohorte fue del 35.00%. Para la cohorte 2005-1, el porcentaje de deserción fue del 29.27%; mientras que para la cohorte 2006-1 la deserción fue del 36.73%.

Para enfrentar la deserción estudiantil, la Universidad cuenta con una diversidad de servicios ofrecidos por el Departamento de Desarrollo Estudiantil, y entre los cuales se pueden mencionar: el consultorio psicológico de orientación vocacional; los consultorios académicos; la cátedra de metodología de aprendizaje; el programa de talleres analíticos para estudiantes becados; los cursos para el desarrollo de la creatividad; así como la realización de foros y actividades extra curriculares orientadas a la promoción del adecuado rendimiento académico de los estudiantes.

También es pertinente describir el Programa de Becas de la Universidad EAFIT, que durante 27 años ha ofrecido opciones para que los estudiantes puedan acceder a la financiación de sus matrículas de acuerdo con sus necesidades, dificultades, habilidades y quehaceres en la Universidad, con el compromiso de mantener un excelente nivel académico. Estas becas son de diferente tipo: por dificultades económicas (7 tipos de becas), por estímulo económico (6 tipos de becas), estímulo co-curricular (2 tipos de becas), empleados (3 tipos de becas), familiares de empleados (3 tipos de becas). Adicionalmente, existen becas complementarias (3 tipos) y el programa de monitorías. Asimismo, se tiene un programa de acompañamiento a padres de familia de los estudiantes becados.

En 2010 la Universidad destinó \$3.500 millones para becas de pregrado y \$500 millones para posgrado, lo que significó que el 12% de la población *eafitense* contaba con algún tipo de beca. En 2011-1, de los 9.058 alumnos matriculados, 1.358 cuentan con algún tipo de beca. Así, 730 estudiantes tienen uno de estos reconocimientos por dificultades económicas; otros 226 cuentan con una beca por su buen rendimiento académico; la misma cantidad de estudiantes la posee por ser empleado o familiar de un empleado eafitense; 119 estudiantes la tienen por su excelente desarrollo en actividades cocurriculares; y 57 más están inscritos en otro tipo de becas<sup>13</sup>. En 2011-1, de los 419 estudiantes activos que tiene el programa, 80 son beneficiarios de algún tipo de beca, esto es, el 19%, cifra que es altamente positiva (ver tabla 84).

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que permiten afirmar que la Universidad EAFIT tiene registros y estudios de seguimiento de la deserción estudiantil y se preocupa por el tema. La Universidad no sólo ha medido los índices de deserción, sino que se ha preocupado por definir estrategias para mitigar o eliminar sus causas. Según las cifras del SPADIES, la mayoría de los estudiantes del programa de Comunicación Social se caracterizan por finalizar sus estudios en el tiempo previsto, aunque se presentan algunas dificultades para concluir en ese plazo estipulado básicamente por el requisito del bilingüismo.

El pregrado puede desarrollar acciones complementarias a las que ya tiene y a las que ha fijado la Institución para lograr la retención de sus estudiantes. Para el plan de mejoramiento se

---

<sup>13</sup> Fuente: <http://www.eafit.edu.co/agencia-noticias/historico-noticias/2010/enero/Paginas/en-eafit-el-12-por-ciento-de-sus-estudiantes-son-becados.aspx>

propone realizar un estudio de deserción que utilice una metodología de tipo cualitativo para profundizar en las causas de este fenómeno en el programa de Comunicación Social.

El grupo autoevaluador otorga una nota de **4.8** a esta característica, lo cual significa que se cumple plenamente.

#### **3.2.4. Característica 8. Participación en actividades de formación integral**

El programa promueve la participación de los estudiantes en actividades académicas, en proyectos de investigación, en grupos o centros de estudio, en actividades artísticas, deportivas y en otras de formación complementaria, en un ambiente académico propicio para la formación integral, gracias a la declaración que hace la Universidad en cuanto a la formación integral como uno de los principales propósitos estratégicos.

El PEI define como principios rectores la formación centrada en el ser humano y la formación teórico-práctica. El propósito de estos principios son los de *“permitir a todas las personas, sin excepción, hacer fructificar todos sus talentos y capacidades de creación, lo que se resume en el término de formación integral, entendido como el desarrollo tanto de competencias profesionales o disciplinares; de aptitudes culturales, artísticas, deportivas y de cualidades personales para relacionarse con los demás”*. (PEI, Universidad EAFIT, 2008, pág. 17).

El programa institucional que concreta la intención de formación integral es el *Núcleo de Formación Institucional* (Anexo 34) cuya pretensión es agenciar la consciencia lingüística o discursiva, la histórica, la estético-literaria, la crítica y la ciudadana. Conformado por un grupo de asignaturas de carácter obligatorio para todos los programas de pregrado de la Universidad, el NFI se divide en dos ciclos: el *Ciclo Común* compuesto por áreas de habilidades comunicativas, contexto político colombiano, constitución y democracia y emprendimiento. En el *Ciclo Electivo* se ofrece una variedad de cursos que los estudiantes pueden elegir libremente de acuerdo con sus preferencias en las áreas de arte y cultura, filosofía y letras, historia y política, música y sociedad, ciencia y técnica, y cultura ambiental.

La formación integral también se promueve desde la Dirección de Desarrollo Humano a través de los distintos programas de Bienestar Universitario,<sup>14</sup> entre los cuales vale la pena resaltar aquellos emprendidos por los departamentos de Desarrollo Estudiantil, Deportes, Desarrollo Artístico y el Servicio Médico.

Por su parte, la Escuela de Ciencias y Humanidades apoya 10 semilleros de investigación<sup>15</sup>. La mitad de ellos se ocupan de problemas específicos de las ciencias sociales; en el caso de Comunicación Social se resaltan los semilleros *Análisis de medios*, ya oficialmente constituido ante el Sistema de Investigación de la Dirección de Investigación y Docencia de la Universidad, y los semilleros, en proceso de constitución, de *Narrativas transmedia* del Énfasis de Cibermedios, y el *Semillero de narrativas periodísticas* del área de Periodismo.

Con el fin de conocer la apreciación de los estudiantes, se les preguntó por la oferta institucional para la participación activa en actividades artísticas, deportivas y culturales, por la

<sup>14</sup> Para más información ver: <http://www.eafit.edu.co/BIENESTAR-UNIVERSITARIO/Paginas/bienestar-universitario.aspx>

<sup>15</sup> Para una descripción de los semilleros de investigación se sugiere consultar la página: <http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/Paginas/semilleros-ciencias-humanidades.aspx>

contribución de estas actividades en la formación integral y por las posibilidades de participación en grupos de investigación y de estudio. El 89% de los estudiantes de Comunicación Social consultados considera que la Universidad ofrece entre plenamente y en alto grado espacios para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales que contribuyen a su formación como profesionales y seres humanos integrales (Tabla 22).

¿En qué grado la Universidad EAFIT le ofrece a usted espacios para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales que contribuyan a su formación como profesional y ser humano integral?	%
Plenamente	50%
En alto grado	39%
Aceptablemente	10%
Insatisfactoriamente	0%
Deficientemente	0%
Sin información	1%

**Tabla 22:** Opinión de estudiantes sobre la oferta para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales

El 59% de los estudiantes consideraron que las actividades deportivas, artísticas y culturales de la Universidad han contribuido plenamente y en alto grado con su formación integral. Otro 31% dice que aceptablemente. Por su parte, el 83% de los estudiantes considera que las actividades académicas desarrolladas por la Universidad distintas a la docencia (conferencias, congresos, cursos de extensión, cursos de idiomas, Periodistas en la Carrera, cubrimientos especiales, entre otros) han contribuido en su formación integral, de forma plena o en alto grado. Otro 13% afirmó que aceptablemente (Tabla 23).

	¿En qué grado las actividades deportivas, artísticas y culturales desarrolladas en la Universidad EAFIT han contribuido en su formación integral?		¿En qué grado las actividades académicas distintas a la docencia (conferencias, congresos, cursos de extensión, cursos de idiomas, muestras técnicas, otras) desarrolladas en la Universidad EAFIT han contribuido en su formación integral?	
	Total	%	Total	%
Plenamente	45	25%	73	41%
En alto grado	60	34%	74	42%
Aceptablemente	55	31%	23	13%
Insatisfactoriamente	7	5%	2	1%
Deficientemente	1	0%	3	2%
Sin información	9	6%	2	1%

**Tabla 23:** Opinión de los estudiantes sobre la contribución de las actividades extracurriculares a su formación integral

Paralelamente, el 62% de los estudiantes considera que el pregrado de Comunicación Social ofrece plenamente y en alto grado espacios para su participación activa en grupos de investigación o estudio relevantes para su formación. Otro 30% afirma que aceptablemente.

¿En qué grado considera usted que el pregrado en Comunicación Social ofrece espacios para su participación en grupos de investigación o grupos de estudio relevantes para su formación profesional?	%
Plenamente	32%
En alto grado	30%
Aceptablemente	30%
Insatisfactoriamente	4%
Deficientemente	2%
Sin información	2%

**Tabla 24:** Opinión de los estudiantes sobre las posibilidades de participación en grupos de investigación y de estudio

El grupo auto-evaluador considera que la Universidad EAFIT tiene políticas para la promoción y ofrece suficientes espacios a la comunidad académica para actividades investigativas, artísticas, culturales y deportivas. El pregrado organiza actividades extracurriculares que se articulan a las que ofrece el Departamento de Humanidades. Por ello la mayoría de los estudiantes de Comunicación Social opina que la oferta de dichos espacios se da plenamente o en alto grado, y son mayoritarias las opiniones sobre el impacto positivo que ellas tienen en su formación.

Para el plan de mejoramiento se propone fortalecer los espacios para la participación de los estudiantes en grupos y semilleros de investigación relevantes para su formación, ya que el 30% de los estudiantes consultados considera apenas como “aceptable” las ofertas en ese sentido. Concretamente se propone formalizar los semilleros de investigación en *Narrativas transmedia* y en *Narrativas periodísticas*, así como fortalecer el semillero de investigación en *Análisis de medios* con una línea en estudios de la recepción; también se propone realizar una muestra anual de trabajos de los estudiantes de Comunicación Social como mecanismo para fortalecer los espacios de integración académica.

El grupo asigna una nota de **4.7** a esta característica. Se cumple plenamente.

### **3.2.5. Característica 9. Reglamento estudiantil**

Como ya se ha dicho, la Universidad EAFIT cuenta con un Reglamento Académico de los pregrados (Anexo 18) en el que se contemplan deberes, derechos, régimen disciplinar adecuado para el desarrollo de sus actividades de formación, investigación y proyección académica. También cuenta con otros reglamentos como el reglamento de las actividades que han de desarrollarse fuera de los predios de la Universidad, el económico, el de la biblioteca, el de las prácticas profesionales, el que rige el uso de Internet, el reglamento de propiedad intelectual y el reglamento para las transferencias externas.

El Reglamento Académico de los Pregrados establece en el primer capítulo los principios generales y el ámbito de aplicación; en el segundo establece los requisitos y procedimientos para el ingreso a la universidad en calidad de estudiante de pregrado; las normas relativas a la administración de los programas académicos; las disposiciones relacionadas con la matrícula de los estudiantes; los deberes, derechos y potestades de los estudiantes; las disposiciones que rigen las evaluaciones académicas, calificaciones y distinciones académicas; el régimen del bilingüismo y la normatividad de los grados. En el Régimen Disciplinario se establecen las conductas que atentan contra el orden académico, las faltas disciplinarias, las competencias para sancionar y el procedimiento disciplinario.

En las encuestas realizadas se pidió a los estudiantes que calificaran la pertinencia, vigencia y aplicación del reglamento. Tal y como se observa en la Tabla 25, en promedio, el 70% de los estudiantes consultados tuvo una buena opinión sobre el reglamento estudiantil al calificar su pertinencia, vigencia y aplicación entre 4 y 5. Sin embargo, es preocupante que una cuarta parte de los entrevistados (25%) manifieste no tener información. Si bien los profesores califican un poco más alto la pertinencia (84%), vigencia (81%) y aplicación (75%) del Reglamento Académico, llama la atención que el 13% de los profesores diga no tener información sobre un aspecto que es relevante para su permanencia en la institución.

Califique los siguientes aspectos del Reglamento Académico de la Universidad	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Pertinencia	43%	27%	4%	1%	0%	25%	100%	31%	53%	0%	0%	0%	13%	100%
Vigencia	42%	29%	5%	2%	0%	25%	100%	34%	47%	3%	3%	0%	13%	100%
Aplicación	41%	28%	6%	3%	0%	22%	100%	25%	50%	9%	3%	0%	3%	100%

**Tabla 25:** Calificación de profesores y estudiantes sobre el Reglamento Académico

El reglamento también contempla mecanismos de participación de los estudiantes en los diferentes órganos colegiales. Es así como la participación de los estudiantes en el Consejo Directivo, el Consejo Académico y el Consejo de Escuela está regulada en el Reglamento de Elecciones de Representantes Profesorales y Estudiantiles a los cuerpos colegiados de la Universidad. Si bien la Institución cuenta con los mecanismos de participación, la percepción sobre el impacto de la participación de los estudiantes en los órganos de dirección universitaria es diversa.

Califique el impacto de la participación de los estudiantes de Comunicación Social en los órganos de dirección de:	Estudiantes							Directivos						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
La Universidad	28%	35%	18%	7%	5%	8%	100%	43%	0%	0%	14%	14%	29%	100%
Comunicación Social	40%	31%	16%	6%	3%	5%	100%	43%	14%	0%	14%	0%	29%	100%

**Tabla 26:** Calificación de estudiantes y directivos sobre la participación de los estudiantes en los órganos de dirección

Tanto a los docentes como a los estudiantes se les preguntó por la correspondencia entre las condiciones y exigencias académicas con los propósitos del programa. Según sus respuestas, el 71% de los estudiantes la califica entre plenamente y en alto grado, mientras que el 59% de los profesores la ubica en dicho rango. A pesar de esta cifra positiva, se advierte que un porcentaje alto de profesores (38%) y en menor medida de estudiantes (21%) califique esa exigencia apenas como “aceptable” (Tabla 27), lo que en consideración del grupo autoevaluador se debe a un principio de heteronomía característico de los ambientes educativos: “yo sí soy exigente, pero los demás puede que no”; “yo sí cumplo, pero los demás puede que no”.

Califique el grado de correspondencia entre las condiciones y exigencias académicas del programa de Comunicación social y los propósitos de formación que enuncia	Estudiantes		Profesores	
	#	%	#	%
Plenamente	52	29%	4	12%
En alto grado	72	42%	15	47%
Aceptablemente	38	21%	12	38%
Insatisfactoriamente	9	5%	1	3%
Deficientemente	2	1%	0	0%
Sin información	4	2%	0	0%

**Tabla 27:** Calificación de profesores y estudiantes sobre la correspondencia entre las condiciones y exigencias académicas y los propósitos de formación del programa

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con un Reglamento Académico y, procura, utilizando diversos medios como la página web de la Universidad, el sitio web de reglamentos, al igual que distintos cuadernillos que todos los alumnos lo conozcan. A pesar de los esfuerzos que se hacen por difundir los reglamentos por esos medios y que los

estudiantes los reciban, llama la atención que un 25% de ellos manifieste no tener información, y por tanto no tengan opinión sobre su pertinencia, vigencia y aplicación. Esta debilidad obliga a mejorar los sistemas de información sobre el reglamento y buscar estrategias complementarias de difusión.

Las opiniones de estudiantes, profesores y directivos respecto de la participación de los representantes estudiantiles de Comunicación Social en los órganos de dirección de la Universidad y del pregrado son diversas, aunque predominan las que califican esto como positivo. Sin embargo, la falta de opinión de los diversos estamentos universitarios consultados respecto de la participación de los estudiantes en los órganos de dirección del pregrado y de la institución debe llevar, como se advirtió antes, a definir estrategias de difusión permanentes para motivar la participación de los estudiantes y dar a conocer las gestiones realizadas por los representantes estudiantiles en las instancias de dirección del pregrado.

El grupo asigna una nota de **4.7** a esta característica. Se cumple plenamente.

### **3.3. FACTOR 3: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS PROFESORES**

#### **3.3.1. Característica 10. Selección y vinculación de profesores**

La Institución cuenta con criterios académicos claros para la selección y vinculación del personal docente. El Estatuto Profesoral (Anexo 35) que rige en la Universidad EAFIT desde enero de 2000 y el Estatuto de Desarrollo Profesoral vigente desde enero de 1998 (Anexo 36), contemplan esas políticas. Para la selección de profesores de tiempo completo, el artículo 5º contempla un comité de selección integrado por el Vicerrector Académico o su delegado, el decano de la Escuela respectiva y el Jefe del departamento que pretende vincular un nuevo profesor. Los artículos 7º y 8º definen el proceso de selección.

El Departamento de Humanidades, al cual está adscrito el Pregrado en Comunicación Social, acata las políticas y las normas establecidas por la Universidad. En el documento titulado *Políticas, estímulos y tipos de vinculación de la Escuela de Ciencias y Humanidades* está contemplado que el proceso de vinculación de docentes se lleva a cabo mediante convocatorias públicas (Anexo 37). El proceso de selección se efectúa por un comité de selección compuesto por el decano de la Escuela de Ciencias y Humanidades, el jefe del Departamento de Humanidades, el jefe de carrera y/o el coordinador de programa de maestría y un profesor del área para la cual se abre la convocatoria. Eventualmente, el Comité invita a los docentes del área de la convocatoria como pares evaluadores de los textos y la audición que deben realizar los aspirantes. Los criterios utilizados para la selección y la evaluación son 4 con el siguiente puntaje establecido: evaluación de la hoja de vida: 40 puntos; evaluación de un texto escrito: 15 puntos; presentación de una audición pública: 15 puntos; y entrevista: 10 puntos.

Sobre el porcentaje de profesores que han sido vinculados al Departamento de Humanidades en desarrollo de dichas políticas académicas se tiene evidencia que desde 2005 han ingresado diez y nueve (19) nuevos docentes, diez y seis (16) de los cuales han ingresado por convocatoria pública, dos por méritos de hoja de vida y uno por méritos sin convocatoria. Los tres últimos casos se presentaron cuando la convocatoria pública resultó desierta.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre las políticas y criterios establecidos por la Universidad para la vinculación de profesores tanto de

planta como de cátedra se observa que el 100% de los directivos y de los profesores conocen las políticas, mientras el 73% de los estudiantes afirma no conocerlas.

Conoce usted las políticas, normas y criterios establecidos por la Universidad EAFIT para la vinculación de sus profesores de planta y de cátedra	Directivos	Profesores	Estudiantes
	%	%	%
Sí	100%	100%	27%
No	0%	0%	73%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 28:** Opinión de directivos, profesores y estudiantes sobre las políticas de vinculación de los profesores

El grupo autoevaluador considera que la Universidad EAFIT cuenta con políticas claras y explícitas para la selección y vinculación de profesores de planta y de cátedra. Esto ha contribuido a una adecuada selección de los profesores, según las necesidades del programa. Se reconoce que durante los primeros años de existencia del pregrado hubo dificultad para encontrar profesores que reunieran el perfil adecuado para el *Área Audiovisual-Cibermedial* y el *Énfasis en Cibermedios*, y hallar así la justa medida entre el profesor “teórico” y el “práctico”; esa situación se ha logrado subsanar en los últimos años.

Para el plan de mejoramiento se propone vincular mediante convocatoria pública, al menos, 3 profesores con experiencia docente e investigativa en el campo de la comunicación, con fortalezas en la investigación y en las áreas de la cultura digital, el periodismo y la comunicación para el cambio social.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.3.2. Característica 11. Estatuto profesoral

Como se ha mencionado, la Universidad cuenta con un Estatuto Profesoral en el que se contemplan, entre otros, los siguientes aspectos: régimen de selección, vinculación, promoción, escalafón docente, derechos, deberes, régimen de participación en los organismos de dirección, distinciones y estímulos; sistemas de evaluación de desempeño y régimen disciplinario.

El Estatuto Profesoral tiene como propósito contribuir al desarrollo personal y profesoral de los docentes en el ejercicio de su labor investigativa, docente, de extensión y administración académica. Este contiene aspectos tales como actividades del profesor (capítulo 6), estímulos e incentivos (capítulo 2), escalafón docente (capítulos 3, 4, 5, 8), derechos (artículo 10) y deberes (artículo 11), vinculación y selección (artículos 4 y 8), desvinculación (artículo 9), remuneración (artículo 12, capítulos 7 y 8). Es de acceso público,<sup>16</sup> a cada profesor se le da una copia impresa en el momento de la inducción como docente de la Universidad EAFIT.

El capítulo 5 del Estatuto Profesoral define las categorías académicas en las que se ubican los docentes a partir de un sistema de puntaje que la Universidad establece, según criterios de producción intelectual, investigación, formación alcanzada, desempeño docente y administración académica. Las categorías y subcategorías a las que, por méritos, puede acceder un profesor de la Universidad EAFIT son las siguientes: Profesor Auxiliar 1, 2, 3; Profesor Asistente 1, 2, 3; Profesor Asociado 1, 2, 3; Profesor Titular 1, 2, 3 y Profesor Investigador. La Tabla 29 muestra las categorías

<sup>16</sup> <http://www.eafit.edu.co/institucional/reglamentos/Paginas/reglamentos.aspx>

académicas del escalafón docente para los profesores de tiempo completo y medio tiempo del Departamento de Humanidades que prestan sus servicios al programa de Comunicación Social.

Categoría en el Escalafón docente	Número de profesores
Profesor Investigador	1
Titular 3	2
Titular 2	2
Titular 1	2
Asociado 3	4
Asociado 2	1
Asociado 1	2
Asistente 3	4
Asistente 2	2
Asistente 1	1
Auxiliar 3	0
Auxiliar 2	1
Auxiliar 1	0

**Tabla 29:** Profesores de tiempo completo y medio tiempo vinculados al programa según su categoría en el Escalafón  
Fuente: Departamento de Humanidades

Para los profesores de cátedra, el Estatuto Profesorado establece las siguientes categorías: 1. Pregrado y poca experiencia; 2. Magister o Especialización y algo de experiencia; 3. Magister y mucha experiencia; 4. Doctores con título. La Tabla 30 muestra las categorías académicas del escalafón docente para los profesores de cátedra vinculados al Departamento de Humanidades que prestan sus servicios al Programa de Comunicación Social.

Categoría en el Escalafón Docente	Número de profesores
1	2
2	13
3	5
4	0

**Tabla 30:** Profesores de cátedra vinculados al programa según su categoría en el Escalafón  
Fuente: Departamento de Humanidades

A los profesores del programa se les pidió que calificaran entre 1 a 5 (siendo 1 la nota menor y 5 la mayor) la pertinencia, vigencia y aplicación del estatuto. El 79% de los profesores consultados calificó la *pertinencia* del reglamento profesoral en los rangos de 4 y 5; mientras que la *vigencia* y la *aplicación* del reglamento coincidieron con una calificación entre 4 y 5 por el 78% de los docentes.

Califique los siguientes aspectos del Reglamento Profesorado	5	4	3	2	1	S/I	Total
Pertinencia	38%	41%	6%	0%	0%	16%	100%
Vigencia	34%	44%	6%	0%	0%	16%	100%
Aplicación	31%	47%	3%	3%	0%	16%	100%

**Tabla 31:** Calificación de los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del Reglamento Profesorado

En relación con la evaluación de profesores, en la Universidad se aplican dos tipos de evaluaciones. Una, es la adelantada por cada programa académico, que recoge la opinión de los estudiantes a propósito del desempeño de los profesores en los cursos impartidos<sup>17</sup> (Anexo 38). A

<sup>17</sup> Esta evaluación contempla los siguientes aspectos: Contenido del curso (logro de objetivos, desarrollo del cronograma, fundamentos para la formación); Metodología (lectura y escritura, participación, apropiación de los contenidos); Profesor (Conocimiento y dominio, comunicación respetuosa, competencia didáctica, disposición para asesoría y nivel de exigencia).

partir de los resultados, la jefatura de carrera establece, en conjunto con los profesores, las acciones de mejoramiento que sean pertinentes. La otra es la evaluación de desempeño (que alimenta el sistema de escalafón docente) realizada por la jefatura del Departamento de Humanidades y la decanatura de la Escuela de Ciencias y Humanidades, al final de cada año lectivo (Anexo 39). Esta evaluación contempla otras actividades establecidas en la asignación docente tales como: la investigación, extensión, formación docente, administración académica y administración general.

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con un Estatuto Profesoral transparente que ofrece buenos incentivos a los profesores para desarrollar su vida académica y profesional, y que además define de manera clara las *reglas de juego* de la labor docente, investigativa y de producción intelectual al interior de la Universidad. Para el profesor son claros los deberes y derechos, la forma de participación en los organismos de dirección (en los cuales siempre tiene participación con voz y voto), los criterios para el ascenso en el escalafón docente, entre otros.

Como mecanismos de estímulos se resaltan los salarios competitivos a nivel nacional en las distintas categorías del escalafón; las descargas académicas, distinciones y premios por docencia e investigación; las becas completas en cursos no formales; el semestre sabático; los reconocimientos al cumplir 15, 20, 25 y 30 años de trabajo en la Universidad; las vacaciones y primas extralegales, entre otros. Se destaca que los profesores de Comunicación Social han disfrutado de estos estímulos.

El grupo reconoce que la Universidad está inmersa en un contexto-mundo caracterizado por altas exigencias de producción nacional e internacional, lo que obligará a aumentar los niveles de visibilidad y calidad de la producción académica de los profesores del Departamento de Humanidades vinculados al pregrado, razón por la cual para el plan de mejoramiento se propone incrementar el número de artículos publicados en revistas indexadas en el campo de la comunicación, de libros y capítulos de libro sobre temas de comunicación por parte de los profesores. A este respecto se debe afirmar que actualmente se encuentra en discusión un nuevo estatuto de ordenamiento profesoral que apuntará a cualificar los aspectos de la producción docente.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

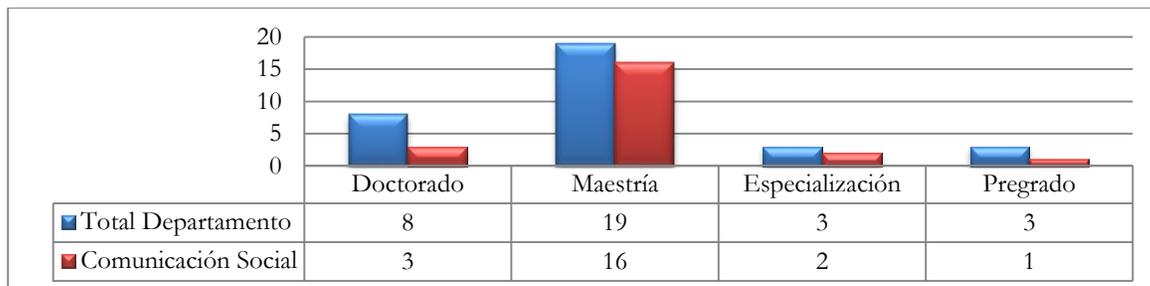
### **3.3.3. Característica 12. Número, dedicación y nivel de formación de los profesores**

La Universidad tiene como meta atender a la formación de los docentes para cumplir de manera oportuna con el desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión o proyección social, y con la capacidad para atender adecuadamente a los estudiantes.

Es así que el Departamento de Humanidades cuenta con 33 profesores de planta (Anexo 40), de los cuales 8 son *Doctores* (24%), 19 tienen en título de *Magíster* (57%), 3 son *Especialistas* (9%) y 3 son *Profesionales* (9%). Del equipo general de docentes con que cuenta el Departamento de Humanidades, 20 profesores de tiempo completo, 2 de medio tiempo apoyan directamente la docencia en el programa de Comunicación Social aunque es necesario resaltar que no todos lo hacen de manera exclusiva, ya que también comparten sus labores docentes con el Programa de Ciencias Políticas, adscrito al mismo Departamento de Humanidades, con el Núcleo de Formación

Institucional, NFI, y con los programas de posgrado (Especialización en Comunicación Política y Maestrías en Estudios Humanísticos y Hermenéutica Literaria) del Departamento de Humanidades.

El Gráfico 4 muestra la distribución de la formación académica de los profesores del Departamento de Humanidades comparada con la de los profesores que ofrecen sus servicios al Programa de Comunicación Social.



**Gráfico 4:** Nivel de formación de los profesores

Fuente: Departamento de Humanidades

La Tabla 32 muestra el número de profesores de planta y cátedra vinculados al Departamento de Humanidades que ofrecen sus servicios al Programa de Comunicación Social, según el máximo título obtenido y su categoría en el escalafón docente.

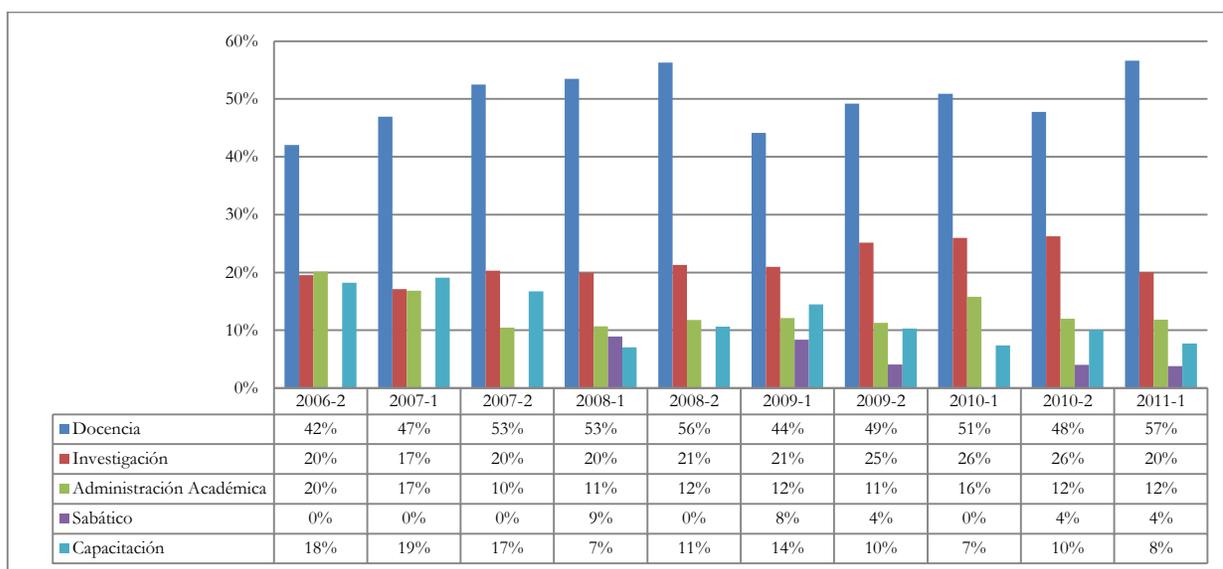
Docentes de planta	Título alcanzado	Categoría
María Rocío Arango Restrepo	Magíster MBA	Asociado 3
Clemencia Ardila Jaramillo	Magíster en Literatura	Asociado 2
Juan Gonzalo Betancur	Magíster en Estudios Humanísticos	Asistente 3
Jorge Iván Bonilla Vélez	Magíster en Comunicación	Asociado 3
Alba Patricia Cardona Zuluaga	Magíster en Historia	Asociado 2
Carlos Mario Correa Soto	Magíster en Literatura	Asociado 3
Juan Manuel Cuartas Restrepo	Doctor en Filosofía	Asociado 2
Saúl Echavarría Yepes	Magíster en Filosofía	Asistente 3
Juan Camilo Escobar Villegas	Doctor en Historia	Profesor Investigador
Jenny Giraldo García	Comunicadora Social	Sin escalafón
Julder Gómez Posada	Magíster en Filosofía	Asistente 3
Raúl Gómez Marín	Magíster en Filosofía de la Ciencia	Titular 3
Daniel Hermelin Bravo	Magíster en Estudios de Comunicación	Asistente 3
Gabriel Levy Bravo	Especialista en Multimedia	Sin escalafón
Sonia Inés López Franco	Magíster en Lingüística Latinoamericana	Titular 2
Adolfo León Maya Salazar	Magíster en Ciencias Políticas	Asociado 3
Diego Fernando Montoya	Magíster en Comunicación y Artes Visuales	Asistente 1
Fernando Mora Meléndez	Especialista en Dramaturgia	Asistente 3
Mauricio Vásquez Arias	Magíster en Educación	Asistente 2
Germán Vélez López	Doctor en Filosofía	Titular 1
Ana Cristina Vélez López	Magíster en Ciencias Sociales	Asociado 1
Mauricio Vélez Upegui	Magíster en Literatura Colombiana	Titular 3
Docentes de Cátedra	Título alcanzado	Categoría
David Baquero Pérez	Magíster en Ciencias Políticas	2
Mauricio Builes	Especialista en Periodismo	2
Luis Alejandro Cárdenas	Magíster en Ingeniería	2
Lina María Colorado	Especialista en Comunicación Política	2
Édgar Alberto Domínguez	Magíster en Estética	3
Juan José García Villegas	Especialista en Comunicación Digital	3

César Gaviria Cuartas	Magíster en Ciencias Sociales	3
Juan Pablo Londoño	Maestro en Artes	2
Amalia Londoño Duque	Comunicadora Social	2
Juan Carlos Monroy	Comunicador Social	1
Alejandra Montoya	Comunicadora Social	2
Catalina Montoya Piedrahíta	Magíster en Ciencia Política	2
Mateo Navia Hoyos	Magíster en Historia	3
Vilma Patricia Pulgarín	Magíster en Lingüística	3
Valentina Roldán	Comunicadora Social	2
Harold Salinas	Comunicador Social-Periodista	2
Santiago Vélez Salamanca	Magíster en Estética	2
Edwin Vélez Vásquez	Comunicador Social-Periodista	2
José Braulio Uribe	Comunicador Social-Periodista	2
María Isabel Zapata Cárdenas	Magíster en Periodismo y Comunicación Digital	2

**Tabla 32:** Títulos obtenidos y escalafón de los profesores

Fuente: Departamento de Humanidades

La asignación académica de los profesores de planta se realiza semestralmente según los criterios establecidos por la Escuela de Ciencias y Humanidades, los cuales acatan las directrices impartidas por la Vicerrectoría de la Universidad. En la asignación se consideran labores de un docente de tiempo completo las siguientes: 1. Docencia. 2. Investigación. 3. Extensión. 4. Formación del docente. 5. Administración académica. 6. Administración general. El Gráfico 5 muestra la asignación docente de los profesores del Departamento de Humanidades durante el período comprendido entre el segundo semestre de 2006 y el primero de 2011 (Anexo 41).



**Gráfico 5:** Asignación académica del Departamento de Humanidades 2006-2011

Fuente: Departamento de Humanidades

La Tabla 33 muestra la evolución del número de estudiantes por profesor de planta entre 2008 y 2011. Es necesario aclarar que las cifras del número de profesores difieren con respecto al número de profesores del Departamento de Humanidades que ofrecen sus servicios al Programa de Comunicación Social porque en este caso no se suman los profesores que están en semestre

sábatico, estudios de doctorado, asignación docente temporal en programas de posgrado y/o en labores administrativas.

Semestre	Estudiantes	Profesores	Estudiantes por profesor
2008-1	311	18	17
2008-2	310	12	25
2009-1	329	13	25
2009-2	317	10	32
2010-1	369	11	33
2010-2	369	13	29
2011-1	419	15	28

**Tabla 33:** Estudiantes por profesor  
Fuente: Dirección de Planeación

Al consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre la calidad y la suficiencia del número y dedicación de los profesores al servicio de éste, los resultados permiten afirmar que son los estudiantes quienes muestran una mayor valoración de este aspecto, mientras que para los profesores las opiniones están más divididas, y en algunos casos no tienen información (Tabla 34).

Considera usted que el número de profesores de tiempo completo, medio tiempo y cátedra vinculados al programa de Comunicación Social es suficiente para satisfacer las necesidades y exigencias del programa	Estudiantes				Profesores			
	Sí	No	S/I	Total	Sí	No	S/I	Total
Tiempo completo	88%	7%	5%	100%	53%	25%	22%	100%
Medio tiempo	81%	9%	10%	100%	50%	19%	31%	100%
Hora cátedra	63%	24%	12%	100%	66%	13%	22%	100%

**Tabla 34:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia de docentes para atender el programa

En cuanto a la existencia de criterios que promuevan y sistemas que faciliten la evaluación de los docentes, las distintas dependencias académicas y administrativas de la Universidad realizan al final de cada año la evaluación de los planes operativos y la formulación de las actividades a desarrollar en el próximo período, todo ello conforme con las estrategias establecidas en el Plan de Desarrollo Institucional. Estas dos acciones, evaluación y planeación, permiten establecer las necesidades de nuevos docentes para satisfacer las distintas tareas de docencia, investigación y proyección social de los programas y dependencias académicas.

Para el Plan de Desarrollo 2012-2018, el Departamento de Humanidades propuso ampliar la oferta de programas de pregrado (Historia y Filosofía) y posgrado (Maestría en Comunicación, Maestría en Administración Pública y Doctorado en Humanidades); consolidar la capacidad investigativa de los grupos y de los medios de difusión de la actividad investigativa; contribuir al desarrollo de la academia virtual y a la proyección nacional e internacional de EAFIT. Además proyecta contar con 15 docentes con formación doctoral para el 2018.

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias que muestran que el programa de Comunicación Social cuenta con el número suficiente de profesores con la dedicación y nivel de formación necesarios para el funcionamiento del programa en temas de docencia, investigación y proyección social, sobre todo teniendo en cuenta que la Universidad EAFIT ha sido por tradición una universidad de docencia y que está haciendo lo necesario para convertirse en una universidad de docencia con investigación.

Además constata que la cantidad, dedicación y nivel de formación del profesorado del Departamento de Humanidades, según las necesidades y exigencias del programa, es un dato

positivo. La formación de los docentes y la relación de estudiantes por profesor son adecuadas a los propósitos de formación y al tiempo de desarrollo del programa. Se resalta la opinión favorable, sobre todo de los estudiantes, respecto a la suficiencia y calidad de los profesores.

Para el plan de mejoramiento se propone, mediante una acción conjunta con el Departamento de Humanidades, el inicio escalonado de los estudios de doctorado de, al menos, 3 profesores del programa; también se propone incrementar en 3 el número de profesores con título de maestría.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

#### **3.3.4. Característica 13. Desarrollo profesoral**

Las políticas de desarrollo del profesorado se definen en el Estatuto de Desarrollo Profesoral. Estas políticas pretenden que los profesores desarrollen su capacidad intelectual con la investigación como soporte básico; contribuyan al desarrollo y establecimiento de modelos pedagógicos donde los estudiantes sean los actores principales de los procesos de aprendizaje teniendo al profesor como guía y orientador; dispongan de una administración académica en la cual el talento humano esté comprometido con el logro de los objetivos de la institución; cuenten con un ambiente y condiciones intelectuales, culturales, tecnológicas y económicas que sean atractivas para el personal académico más calificado e idóneo; adquieran un reconocimiento nacional e internacional por su competencia en sus áreas de conocimiento y por sus logros académicos e investigativos; y contribuyan al desarrollo de redes académicas con pares de otras instituciones educativas nacionales e internacionales.

Los primeros cinco artículos definen las estrategias, objetivos y prioridades del desarrollo profesoral en la Universidad. El estatuto se propone reglamentar la participación de los profesores en programas de perfeccionamiento que la institución organice o sea invitada y reglamentar las comisiones, becas de estudio y pasantías que realicen los profesores.<sup>18</sup>

La Tabla 35 muestra un resumen de los profesores del Departamento de Humanidades que, en los últimos años, han hecho uso de los programas de desarrollo profesoral de la Universidad.

---

<sup>18</sup> Las siguientes son las prioridades que orientan las decisiones de desarrollo profesoral: educación formal a nivel de posgrado en el exterior; posgrado en la Universidad EAFIT en convenio con otras universidades; pasantías en el exterior; adquisición de un segundo idioma; educación formal de posgrado en el país y en EAFIT; pasantías en el país; conferencias en la Universidad EAFIT con profesores o conferenciantes extranjeros; educación no formal en temas de docencia, investigación y tecnologías; asistencia a congresos (se da consideración especial a quienes presentan un artículo o resultados de investigación en eventos nacionales e internacionales); actividades que contribuyan a la conformación de redes académicas; cursos de educación no formal en el país; y cursos cortos en el exterior.

Programa de desarrollo profesoral	%
Educación formal a nivel de posgrado en el exterior	17%
Educación formal de posgrado en el país y en EAFIT	47%
Capacitación no formal	127% <sup>19</sup>
Asistencia a congresos	57%

**Tabla 35:** Profesores beneficiarios de los programas de Desarrollo Profesoral 2006-2010

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los directivos y profesores del programa sobre el impacto que el desarrollo profesoral ha tenido en la calidad del programa, se encontró que el 86% de los directivos consultados califica entre buena y excelente la incidencia de las políticas y programas de desarrollo profesoral para la calidad del programa; el 78% de los profesores coincide con esta apreciación (Tabla 36).

Califique la incidencia de la capacitación de los profesores para la calidad del programa	Directivas		Profesores	
	#	%	#	%
Excelentes	3	43%	9	28%
Buenos	3	43%	16	50%
Regulares	0	0%	4	13%
Insuficientes	0	0%	0	0%
Malos	0	0%	0	0%
S/I	1	14%	3	9%
Total	7	100%	32	100%

**Tabla 36:** Opinión de directivos y profesores sobre la incidencia del Desarrollo Profesoral en la calidad del programa

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias que muestran que la Universidad EAFIT tiene políticas y programas de desarrollo profesoral adecuados a los objetivos y necesidades del pregrado. Teniendo como base los documentos citados en las evidencias, se observa que la capacitación profesoral se hace de acuerdo con dichas políticas y se extiende hacia los múltiples programas que ofrece en su *campus*: inglés, cursos, artística, música, etc. Del mismo modo, la Universidad apoya la participación de los profesores en eventos nacionales e internacionales; ofrece becas de estudios de posgrado para los profesores de cátedra (del 20%, 30% y 40% del valor de la matrícula); cuenta con buenos niveles salariales, lo que atrae a los docentes de la ciudad y la región; y los directivos resaltan la importancia del profesorado y la necesidad de su valoración permanente.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.3.5. Característica 14. Interacción con las comunidades académicas

La vinculación académica de los profesores el programa con otras instituciones de reconocido prestigio nacional e internacional ha sido una constante en el pregrado en Comunicación Social. Gracias a la gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales de la Universidad EAFIT<sup>20</sup> hoy se cuenta con convenios marco de cooperación con las principales universidades del país, así como con una veintena de universidades en 13 países diferentes, que

<sup>19</sup> Incluye la participación de algunos profesores de cátedra.

<sup>20</sup> <http://www.eafit.edu.co/international/espanyol/relaciones-internacionales/Paginas/inicio.aspx>

están orientados al intercambio académico de profesores y estudiantes. La Tabla 37 muestra los convenios internacionales de intercambio académico.

País	Universidad
Alemania	International School of Management Dortmund
	Universität Mannheim
Argentina	Universidad Nacional del Litoral
Australia	Macquarie University
Brasil	Universidad Federal de Santa Catarina
Canadá	CREPUQ ASCUN
Corea del Sur	Universidad de Kyung Hee
España	Red PIMA-OEI
	Universidad Autónoma de Barcelona
	Universidad Camilo José Cela
Estados Unidos	University of Texas- Pan American
Inglaterra	Huron University USA in London
	Coventry University of Higher Education
Italia	Link Campus University
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
	Universidad de Colima
Portugal	Universidade Nova de Lisboa
Suiza	Zurich University of Applied Sciences

**Tabla 37:** Convenios activos que favorecen el intercambio académico de profesores y estudiantes

Fuente: Oficina de Relaciones Internacionales

En cuanto a los profesores del programa que han participado como expositores en congresos, seminarios, simposios y talleres nacionales e internacionales de carácter académico, se debe mencionar que entre 2005 y 2010, los profesores del Departamento de Humanidades presentaron 186 ponencias, de las cuales 148 fueron ponencias en eventos nacionales y 38 en eventos internacionales (Anexo 26).

Además, entre 2004 y 2010, el programa de Comunicación Social recibió la visita de 13 profesores, entre nacionales y extranjeros, que impartieron cursos cortos con estudiantes y seminarios breves con profesores (Anexo 42). En este mismo periodo organizó 55 eventos de carácter académico (conferencias, foros, paneles, talleres, conversatorios, etc.) en los que participaron alrededor de 34 conferencistas de diferentes universidades, ciudades y países (Anexo 24).

De otro lado, el programa –junto con sus profesores– está afiliado institucionalmente a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Felafacs, y la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social, Afacom con el fin de mantener una relación académica a nivel nacional, un reconocimiento y una participación en las decisiones de la formación del profesional a nivel del MEN. El 55% de los profesores de planta del Departamento de Humanidades vinculados al programa forman parte de redes académicas y/o asociaciones profesionales de índole nacional e internacional.

Profesor	Redes
Alba Clemencia Ardila	ALED (Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso)
Juan Gonzalo Betancur	Red de Periodistas Multimedia Corporación Medios para La Paz Red de Reporteros de Colombia RedDOLAC (Red de Docentes de América Latina y del Caribe)

Profesor	Redes
Jorge Iván Bonilla	ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) Corporación Medios para La Paz Red de Reporteros de Colombia
Carlos Mario Correa	Red de Reporteros de Colombia Círculo de Periodistas de Antioquia
Juan Manuel Cuartas	Sociedad Colombiana de Filosofía
Juan Camilo Escobar	MASCIPO, una agrupación de investigadores de diferentes países de Euroamérica que se denomina Mundos Americanos, Sociedades, Circulaciones y Poderes Asociación de Historiadores de Colombia
Daniel Hermelín Bravo	Red Iberoamericana para la Capacitación y el Monitoreo del Periodismo Científico
Jenny Giraldo García	Red de Emisoras Culturales
Julder Gómez Posada	Sociedad Colombiana de Filosofía
Adolfo Maya Salazar	Centro de investigaciones MASCIPO Mundos Americanos, Sociedades, circulaciones y Poderes, en Francia
Sonia Inés López	ALED (Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso)
Ana Cristina Vélez López	ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)

**Tabla 38:** Profesores del programa que pertenecen a redes académicas

Fuente: Programa de Comunicación Social

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los profesores y estudiantes sobre la valoración de la interacción con las comunidades académicas y los beneficios que esto le trae al programa, el 63% de los profesores y el 78% de los estudiantes consideran que la interacción e intercambio con comunidades académicas ha enriquecido plenamente y en alto grado la calidad del programa. Un 25% de los profesores considera que esta interacción ha sido aceptable (Tabla 39).

Considera usted que la interacción de estudiantes y profesores con comunidades académicas de la institución, el país y el mundo por medio de las prácticas investigativas, los convenios, participación en eventos y otras figuras ha enriquecido la calidad del programa	Profesores	Estudiantes
	%	%
Plenamente	19%	46%
En alto grado	44%	32%
Aceptablemente	25%	12%
Insatisfactoriamente	6%	1%
Deficientemente	0%	5%
S/I	6%	5%
Total	100%	100%

**Tabla 39:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el impacto de la interacción académica en la calidad del programa

El grupo autoevaluador considera que el pregrado de Comunicación Social ha establecido mecanismos institucionales y convenios pertinentes que favorecen la participación de los profesores y del programa mismo en redes académicas de carácter nacional e internacional. Se destaca el apoyo que el Departamento de Humanidades ha tenido en esta labor, así como en el apoyo Institucional a los profesores para participar en eventos nacionales e internacionales en representación del programa y la Universidad.

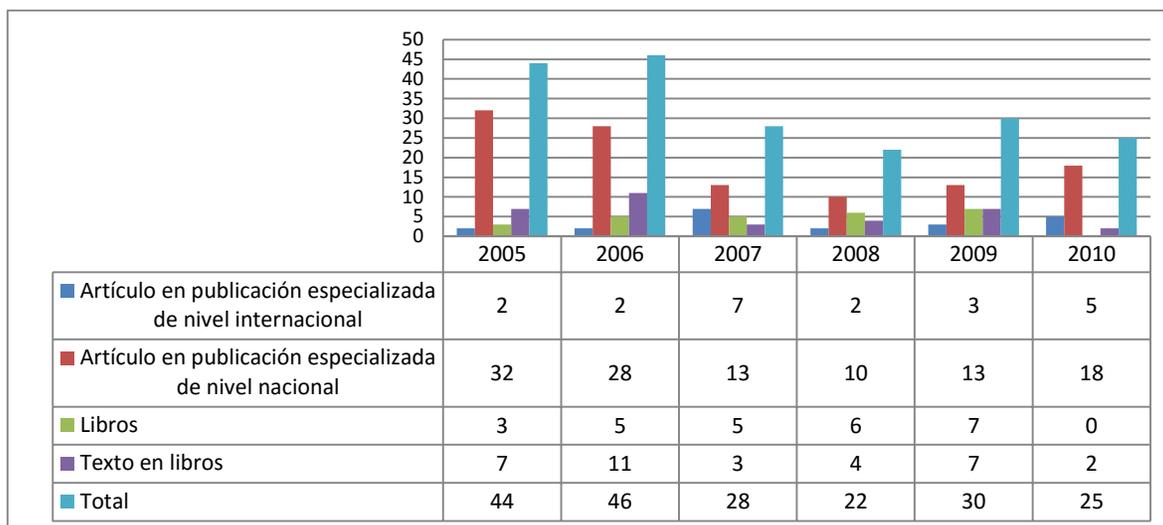
Para el plan de mejoramiento se propone promover e incrementar la participación de los profesores en redes académicas nacionales e internacionales, a través de la realización de proyectos conjuntos con pares de otros grupos de investigación y la participación en eventos académicos.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.3.6. Característica 15. Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social y a la cooperación internacional

La Universidad EAFIT cuenta con un Estatuto Profesorial (Anexo 35) en el que se definen las políticas de estímulo y reconocimiento a los profesores por el ejercicio calificado de la docencia, la investigación, la creación artística, la proyección social y la cooperación internacional. En el capítulo 2 de dicho estatuto se establecen los estímulos e incentivos orientados a la capacitación institucional, el período sabático, las distinciones, los reconocimientos en la hoja de vida, premios, entre otros, así como la asignación de recursos para el desarrollo de proyectos específicos. El capítulo 4 del Estatuto Profesorial establece los estímulos en forma de puntaje por desempeño académico, meritos docentes y cumplimiento en los objetivos de la investigación. De igual forma, existen estímulos en forma de descarga académica por la elaboración de material didáctico, investigación, proto-investigación, asesorías a estudiantes, asesorías de trabajos de grado, administración de semilleros de investigación, investigación formativa, extensión y formación docente.

El Gráfico 6 muestra la producción intelectual de los profesores del Departamento de Humanidades que ha sido sometida a evaluación por el sistema de escalafón docente de la Universidad y que ha recibido puntaje de estímulo académico entre 2005 y 2010 (Anexo 25)<sup>21</sup>.



**Gráfico 6:** Producción de los profesores del Departamento de Humanidades sometida a evaluación, 2005-2010

Fuente: Departamento de Humanidades

En cuanto a la apreciación de los docentes sobre el impacto que el régimen de estímulos al profesorado ha tenido para el enriquecimiento de la calidad del programa, el 72% de los profesores considera entre bueno y excelente el impacto de la política de estímulos de la Universidad (Tabla 40).

<sup>21</sup> Hay que anotar que las cifras de producción intelectual docente del **gráfico 6** son diferentes a las que presenta el **gráfico 9** (ver pág. 86) porque el gráfico 6 contempla toda la producción intelectual de los profesores, incluida aquella que éstos presentan en el momento de ingresar por primera vez a la Universidad como profesores de tiempo completo y/o medio tiempo, así dicha producción haya sido escrita en otra institución académica con anterioridad a su vinculación.

Califique el impacto de los estímulos a los docentes en la calidad del programa:	%
Excelentes	22%
Buenos	50%
Regulares	13%
Insuficientes	0%
Malos	0%
S/I	16%
Total	100%

**Tabla 40:** Opinión de los profesores sobre el impacto de los estímulos a los docentes en la calidad del programa

Los profesores del Departamento de Humanidades reciben un puntaje anual por méritos docentes, luego de ser evaluados por sus actividades de docencia, investigación y proyección social. Asimismo, 5 profesores de la planta docente del programa de Comunicación Social han recibido reconocimientos y estímulos institucionales por el ejercicio calificado de la docencia, la investigación, la creación artística, la extensión o proyección social y la cooperación internacional.

El grupo autoevaluador considera que la Universidad EAFIT cuenta con un sistema de estímulos claramente establecido y es aplicado de manera transparente en materia de producción académica. Existen, además, procedimientos claros para la evaluación, el reconocimientos y el otorgamiento de estímulos institucionales a profesores por el ejercicio calificado de la docencia, la investigación, la extensión y la proyección social y la cooperación internacional.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.3.7. Característica 16. Producción de material docente

Los profesores vinculados al programa desarrollan material de apoyo a la docencia (tales como notas de clase, módulos para talleres, presentaciones, etc.) para cada asignatura a su cargo y éste es presentado a los estudiantes no sólo durante las clases, sino a través de un aplicativo en EAFIT Interactiva, que es una plataforma didáctica para el soporte de material académico: programas, cronogramas, artículos, presentaciones, exámenes en línea, recepción de trabajos, chat, foros, *Cmaps*, entre otros.

El material docente se prepara para cada curso y es responsabilidad del profesor. No está reconocido en el Escalafón docente y por ello no se tiene registro exacto de su producción<sup>22</sup>. La producción académica en sentido estricto y el material que los profesores producen como apoyo a su labor docente están protegidos por el Reglamento de Propiedad Intelectual (Anexo 19) que propende por una producción basada en el respecto a las fuentes y a las políticas de publicación.

Profesores del programa de Comunicación Social han publicado con el Fondo Editorial EAFIT tres guías de estudio que son utilizadas anualmente por unos 5.000 estudiantes de toda la Universidad en el marco de los cursos de Edición Textual, Prácticas Textuales y Análisis Textual, del Núcleo de Formación Institucional, NFI.

Del mismo modo, libros, artículos publicados en revistas académicas indexadas, textos de conferencias, videos, multimedias y en general diversos materiales académicos elaborados por los

<sup>22</sup> El Escalafón docente reconoce como producción académica las patentes, los libros y los artículos especializados en publicaciones nacionales o internacionales reconocidas.

profesores del pregrado, son utilizados en diferentes cursos de la carrera cuando resultan pertinentes, bien como material bibliográfico de lectura obligada o de referencia.

Los materiales producidos por los cursos *Comunicación Transcultural* y *Análisis Textual* son de acceso público a través del sitio *OpenCourseWare* (<http://ocw.eafit.edu.co>), una plataforma que fomenta el libre acceso y el uso del conocimiento a través de Internet. Allí, cualquier persona puede tener acceso a dichos materiales, sin que ello le genere ninguna certificación de parte de la Universidad. Otros 8 cursos del pregrado ya fueron autorizados por la Universidad para ser subidos a ese sitio en la red que procura dar a conocer los conocimientos que se imparten en las aulas de esta institución<sup>23</sup>.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes respecto a la calidad, pertinencia y utilidad de los materiales de apoyo producidos por los profesores, se encontró que el 92% le otorga una alta calificación, entre 5 y 4, a la calidad y la pertinencia de estos materiales; el 82% de los estudiantes califica entre 5 y 4 su utilidad (Tabla 41).

Califique la calidad, pertinencia y utilidad de la evaluación de la producción académica de los profesores de Comunicación Social (guías, presentaciones, talleres, artículos, notas de clase, etc.).	5	4	3	2	1	S/I	Total
Calidad	59%	33%	7%	0%	0%	1%	100%
Pertinencia	55%	37%	7%	0%	0%	2%	100%
Utilidad	49%	43%	6%	0%	0%	1%	100%

Tabla 41: Opinión de los estudiantes sobre la calidad, pertinencia y utilidad del material de apoyo de los docentes

El grupo autoevaluador considera que los profesores de Comunicación Social producen materiales formales (libros) e informales (notas de clase, tutoriales y presentaciones en *power point* que se suben a la plataforma de EAFIT Interactiva) como apoyo a sus actividades docentes. Dicho material es evaluado en diferentes niveles de rigurosidad dependiendo de su tipo y alcance. Un alto porcentaje de los estudiantes de Comunicación Social consideran que dicho material es útil, pertinente y de calidad. Hasta el momento, los materiales de apoyo producidos por los profesores del programa no han recibido un reconocimiento significativo en el ámbito nacional o internacional; sin embargo, estos han sido de mucha utilidad en el desarrollo de su labor docente.

Se reconoce que si bien los profesores preparan material de apoyo para sus clases, éste no siempre llega a convertirse en producción académica en sentido estricto.

Para el plan de mejoramiento se propone sugerir a la Universidad la revisión y estímulos en el Estatuto Profesorial para la elaboración de material de clase. Asimismo, introducir a *OpenCourseWare* (OCW) los 8 cursos restantes del programa autorizados por la Universidad para aparecer en esa plataforma.

El grupo asigna una nota de **4.7** a esta característica. Se cumple plenamente.

<sup>23</sup> Pueden verse en <http://ocw.eafit.edu.co/comunicacion-social>

### 3.3.8. Característica 17. Remuneración por méritos

Existe un Estatuto Profesorial que establece la remuneración salarial de los profesores de la Universidad EAFIT, independientemente del programa en el que se presten los servicios. Dicho estatuto establece las políticas y reglamentaciones para la asignación de puntaje en el escalafón docente, lo cual afecta directamente la remuneración de los profesores de tiempo completo. Cada profesor tiene acceso a su información y reconocimiento en el escalafón por medio de un aplicativo web llamado “Escalafón” en la intranet de la Universidad.

La Tabla 42 muestra la escala salarial vigente de la Universidad EAFIT para cada una de las categorías del Escalafón Docente.

Categoría	Salario 2011
Auxiliar 1	3.239.650
Auxiliar 2	3.586.012
Auxiliar 3	3.885.496
Asistente 1	4.519.624
Asistente 2	4.858.174
Asistente 3	5.229.273
Asociado 1	5.893.352
Asociado 2	6.449.352
Asociado 3	6.893.372
Titular 1	7.571.768
Titular 2	7.950.683
Titular 3	8.369.963

**Tabla 42:** Escala salarial por categoría en el Escalafón Docente para 2011

Fuente: Departamento de Desarrollo Humano

Al consultar a los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del reglamento profesoral, el 79% califica su *pertinencia* en un rango de 4 y 5; mientras que el 78% de los profesores califica su *vigencia* y la *aplicación* en un rango de 4 y 5 respectivamente; esto es, la mayoría de los profesores considera estos tres factores adecuados para los propósitos institucionales.

Califique los siguientes aspectos del Reglamento Profesorial	5	4	3	2	1	S/I	Total
Pertinencia	38%	41%	6%	0%	0%	16%	100%
Vigencia	34%	44%	6%	0%	4%	16%	100%
Aplicación	31%	47%	3%	3%	0%	16%	100%

**Tabla 43:** Opinión de los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del Estatuto Profesorial

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con reglamentos y políticas para la remuneración de los docentes, estos se publican y son conocidos por los profesores quienes consideran su aplicación adecuada a los propósitos institucionales. Además, los beneficios salariales y las políticas de bienestar dan cuenta de las buenas relaciones entre la Universidad, sus profesores y empleados.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.4. FACTOR 4: PROCESOS ACADÉMICOS

#### 3.4.1. Característica 18. Integralidad del currículo

El pregrado en Comunicación Social tiene un currículo que contribuye a la formación en valores, conocimientos, métodos, principios de acción básicos y competencias profesionales, de acuerdo con el estado del arte de la disciplina. Para esto, el Proyecto Educativo del Pregrado, PEP (Anexo 21), se divide estructural y pedagógicamente en tres ciclos que articulan tanto los contenidos como las líneas y las estrategias metodológicas conducentes a la realización de los objetivos que se persiguen.

En el **Ciclo Básico** el estudiante conoce los fundamentos y bases teóricas de la comunicación social y escribe, comprende, analiza e interpreta objetos comunicativos. Además, se soporta en metodologías propias de las ciencias sociales tales como el análisis cultural, comunicativo, histórico, económico, sociológico y estadístico. De esta manera, el comunicador social EAFIT es un profesional capaz de articular procesos culturales y comunicativos desde una perspectiva global.

En el **Ciclo Profesionalizante** el estudiante identifica, usa, experimenta, localiza y valora diferentes lenguajes para la presentación de mensajes periodísticos o informativos en general. Es un nivel que busca una mayor independencia cognitiva.

En el **Ciclo de Énfasis** el estudiante elige donde quiere desarrollar las competencias teóricas y profesionales adquiridas en los ciclos anteriores. La elección se abre a tres alternativas: *Periodismo Digital*, *Cibermedios* y *Comunicación Política*. Los énfasis permiten al estudiante la integración de materias, ya que se trata de un momento que articula la investigación con la producción; las teorías de las ciencias sociales con las de la comunicación; los lenguajes de la comunicación con los medios de expresión (PEP, anexo21).

Como se señaló anteriormente el programa tiene una estructura interdisciplinaria en la que convergen áreas tales como el *lenguaje*<sup>24</sup>, las *ciencias sociales*<sup>25</sup>, lo *metodológico-científico*<sup>26</sup> y los saberes *audiovisual-cibermedial*,<sup>27</sup> por una parte, y *periodístico*<sup>28</sup> por la otra. El plan académico

---

<sup>24</sup> Esta área habilita al estudiante en la competencia conceptual, analítica, interpretativa y propositiva de los fenómenos de la lengua. Trabaja sobre la lengua como producto de tecnologías de escrituras y lecturas de textos; de contextos; sobre el lenguaje y todas sus manifestaciones; sobre el habla y todos sus efectos; sobre el gesto y todas sus significaciones; y en las implicaciones de los actuales sistemas de hipertexto.

<sup>25</sup> Esta área genera la reflexión de los fenómenos mediáticos y de la cultura de masas, situando sobre estas problemáticas los acontecimientos que han marcado el devenir de las sociedades en la época actual. Sus materias buscan, además, entender la presencia, cambios y mutaciones que han sufrido los fenómenos interculturales, políticos, económicos y sociales, a raíz de la inserción de las TIC.

<sup>26</sup> Esta área enfatiza en la formación científica del estudiante. Está constituida por las siguientes tres líneas de formación académica: *línea de Economía*, *línea Lógico-matemática* y *línea de Metodología*. En cada una de ellas se han diseñado diversos conjuntos de asignaturas cuyos objetos y problemas están relacionados con cuestiones que atañen al lenguaje, a la sociedad, a la argumentación científica y a la comunicación.

<sup>27</sup> Esta área se ocupa de los fenómenos referidos a la imagen y el sonido en sus aspectos semióticos, estéticos y pragmáticos, a la inserción de estos en dispositivos tecnológicos y mediáticos, a los textos e hipertextos y en general a las herramientas que sirven para construir discursos en distintas modalidades comunicativas.

<sup>28</sup> Esta área formula una serie de presupuestos, preguntas y preocupaciones frente al periodismo como un espacio intelectual donde es posible pensar y hacer un trabajo académico y profesional nutrido desde distintos campos del saber, partiendo de categorías fundacionales como discurso periodístico, acontecimiento mediático y actualidad informativa, noticia, noticiabilidad, géneros periodísticos, entre otras.

(véase página 27 de este informe) consta de 165 créditos distribuidos en 9 semestres. La formación básica sirve de fundamento para la aplicación de los conocimientos adquiridos en la práctica profesional; después de la práctica los estudiantes deben elegir la línea de énfasis compuesta por 18 créditos repartidos en 6 asignaturas.

Las asignaturas electivas sirven como complemento a la formación de los estudiantes, pueden ser ofrecidas por cualquiera de los departamentos académicos de la universidad; no obstante, se pretende que se elijan de acuerdo con criterios de pertinencia y relevancia en la formación de los estudiantes, por eso se busca que sean afines, planteen nuevas vías de acceso a la comunicación y propicien una formación más amplia e interdisciplinaria a los estudiantes. Hasta la fecha, las electivas tomadas por los estudiantes pertenecen a los departamentos de Derecho, Negocios Internacionales, Humanidades y Economía.

El pregrado incluye, como todos los programas de la Universidad, 18 créditos destinados a la Formación Humanística complementaria que corresponden al Núcleo de Formación Institucional. Nueve créditos se dedican a materias complementarias o electivas que hacen parte de la formación interdisciplinaria, y responden a criterio e intereses académicos de los estudiantes y al afianzamiento y fortalecimiento de su formación teórica e instrumental.

El porcentaje de los créditos académicos del programa asignado a materias y a actividades orientadas a la formación del estudiante está definido así:<sup>29</sup> Para el área de ciencias sociales se destina el 24.4% de los créditos, para lenguaje el 6.5%, para el área metodológico-científica el 8.1%; para las áreas de periodismo 21.7% y cibermedios el 24.4%; el porcentaje de la presencia del NFI es el del 9.7% y el de las complementarias el 4.8%. La Tabla 43 muestra esta correspondencia. Si bien el estudiante debe cumplir con 165 créditos, el pregrado cuenta con 184, pues se suman los créditos de los tres énfasis.

Área	Créditos	%
Ciencias sociales	45	24.4%
Lenguaje	12	6.5%
Metodológico-científica	15	8.1%
Periodismo	40	21.7%
Cibermedios	45	24.4%
NFI	18	9.7%
Complementarias	9	4.8%
Total	184 con los tres énfasis contados. El estudiante debe ver 165 créditos.	100%

**Tabla 44:** Distribución de créditos según área de formación  
Fuente: Programa de Comunicación Social

El porcentaje de actividades distintas a la docencia y la investigación dedicadas al desarrollo de habilidades para el análisis de las dimensiones ética, estética, filosófica, científica, económica, política y social de problemas ligados al programa, a las cuales tienen acceso los estudiantes, es alto toda vez que dichas categorías no son excluyentes. Como se expuso antes, desde 2004 hasta 2010, el Programa de Comunicación Social organizó 55 actividades académicas dedicadas a cubrir esas dimensiones tanto del ejercicio periodístico como de las transformaciones de la sociedad por la presencia de las nuevas tecnologías. Según el anexo las actividades

<sup>29</sup> Cada materia tiene un número de créditos que se define 1 sobre 3. Es decir, por una hora de clase o Acompañamiento Directo (AD) se tienen 3 horas de Trabajo Independiente (TI.) Es así que una materia que tenga 3 horas de AD tendrá 6 horas de TI con el fin de cumplir con el decreto 2566 de 2003 y de dar cuenta del tiempo que un estudiante destina a su formación.

académicas van desde talleres, lecciones, seminarios. Se invita a los estudiantes a la participación y el aprovechamiento de las mismas, pero su uso es optativo.

A los estudiantes y a los profesores se les preguntó por la promoción del plan de estudios de valores, actitudes y aptitudes que favorecen la formación integral. El 78% de los estudiantes y el 72% de los profesores consideran que el plan de estudios favorece plenamente y en alto grado esta formación (Tabla 45).

Considera que el currículo de Comunicación Social, además de los conocimientos, métodos y competencias comunicativas necesarios para la profesión, promueve los valores, actitudes y aptitudes necesarios para su formación integral	Profesores		Estudiantes	
	#	%	#	%
Plenamente	8	25%	62	35%
En alto grado	15	47%	76	43%
Aceptablemente	8	25%	32	18%
Insatisfactoriamente	1	3%	6	3%
Deficientemente	0	0%	0	0%
S/I	0	0%	1	1%
Total	32	100%	177	100%

**Tabla 45:** Opinión de profesores y estudiantes respecto a la formación integral

El grupo autoevaluador considera que el currículo de Comunicación Social, junto con las actividades académicas extracurriculares que éste ofrece, contribuye en el marco de la Misión y Visión institucionales a la formación integral de sus estudiantes en aspectos relacionados con los valores, actitudes, aptitudes, conocimientos, competencias comunicativas y competencias profesionales. El programa permite la formación de profesionales interdisciplinarios con una sólida base humanística. También existe una gran oferta de actividades extracurriculares culturales, deportivas y artísticas que apoyan dicha formación.

La calidad e integralidad del currículo es reconocida por profesores, estudiantes, directivos, empleadores y pares académicos en las encuestas realizadas y las entrevistas sostenidas. Sobresalen de las entrevistas a directivos, empleadores y pares académicos las apreciaciones positivas en relación a la combinación de la formación humanística del comunicador social con el desarrollo profesional en los nuevos ambientes propiciados por la web 2.0 con la forma de abordar los problemas de nuestros egresados, su capacidad de adaptación y apropiación de nuevos conocimientos, entre otros.

Para el plan de mejoramiento se propone revisar la reforma curricular de 2007 con el fin de ampliar la oferta de las materias complementarias o electivas de cara a las áreas afines al campo de la comunicación como la teoría cinematográfica, las teorías sociológicas del periodismo y la comunicación organizacional, entre otras. El grupo autoevaluador también considera pertinente revisar el currículo con el fin de mirar la posibilidad de crear un énfasis en Comunicación Organizacional orientado hacia el uso de tecnologías en la organización y la responsabilidad social empresarial, habida cuenta del número de estudiantes en práctica y egresados que están ejerciendo en este subcampo de la comunicación.

El grupo asigna una nota de **4.6** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.4.2. Característica 19. Flexibilidad del currículo

El currículo del pregrado en Comunicación Social es lo suficientemente flexible para mantenerse actualizado y para optimizar el tránsito de los estudiantes por el programa y por la institución. Gracias a esto, los estudiantes pueden escoger el conjunto de materias que deseen ver cada semestre, sin que necesariamente tenga que conservar el orden que tiene el currículo, lo que le permite armar su propio “menú” académico según sus intereses, necesidades o posibilidades. De las 62 materias del pregrado de Comunicación Social, solamente 11 exigen prerrequisito.

La flexibilidad del programa está constituida por cuatro tipos de asignaturas: El Núcleo de Formación Institucional (que es el grupo de materias que constituyen la impronta *eafitense*, obligatorio para todos los programas de pregrado de la Universidad); las líneas de énfasis; las materias electivas; y el semestre de práctica. En total, el porcentaje de flexibilidad del programa es del 38.1%, y se distribuye como lo muestra la Tabla 46:

Materia	Créditos	%
Líneas de Énfasis	18	29.7%
Electivas	9	5.4%
Núcleo de Formación Institucional	18	29.7%
Práctica Profesional	18	29.7%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>
Total créditos del programa	165	
Índice de flexibilidad	38.1%	

**Tabla 46:** Índice de flexibilidad del programa  
Fuente: Proyecto Educativo de programa (Anexo 21)

El documento que solicitó el Registro Calificado del programa establece el modelo pedagógico y los contextos de aprendizaje que pretende el pregrado. Siguiendo los lineamientos institucionales consignados en el Proyecto Educativo Institucional, el programa sigue el lema de “aprender a aprender” y no “enseñar a aprender”. El pregrado cuenta con un modelo pedagógico que dibuja las metodologías de enseñanza durante toda la carrera. Es de señalar que las metodologías son variadas y van desde la clase magistral, la teórico-práctica, las clases bimodales, las que se llevan a cabo bajo la metodología de laboratorio, las prácticas donde se realizan talleres de clase y las asesorías

El ciclo básico, que intenta enfatizar la competencia del “saber-reflexivo”, lo conforman 25 materias que tienen un 64% de clase magistral y un 36% de metodologías teórico-prácticas, basadas en las exposiciones de los estudiantes y los talleres. El ciclo profesionalizante, que desarrolla el “saber hacer productivo”, consta de 19 materias, con un 42% de clase magistral y un 58% de metodologías teórico-prácticas, basadas en el taller y la exposición de estudiantes. Finalmente el ciclo de los énfasis, que ahonda sobre el “hacer-creativo”, tiene para el caso de los énfasis en *Cibermedios* y *Periodismo Digital*, el 100% de metodologías teórico-prácticas, basadas en el aula de clase como laboratorio de aprendizaje, mientras que el énfasis de *Comunicación Política* tiene un 60% de clase magistral y 40% de otras metodologías. También hacen parte de las modalidades pedagógicas las asesorías por fuera de las clases que todos los profesores, y de manera especial los de tiempo completo, quienes deben dedicar el 50% de las horas de docencia directa a la atención de estudiantes.

El pregrado de Comunicación Social hace parte además de un Sistema de Posgrados o *Sistema Metro* que agrupa a los programas pregrado, especialización y de maestría del

Departamento de Humanidades. Este sistema se basa en el actual esquema de créditos que rige la Educación Superior en Colombia y está diseñado para promover el tránsito de los estudiantes de la siguiente manera:



**Gráfico 7:** Sistema de Posgrados o Sistema Metro en el Departamento de Humanidades  
Fuente: Departamento de Humanidades

En términos específicos, el Departamento de Humanidades aplica el sistema metro para los siguientes programas:

Pregrados	Especialización	Maestría	Doctorado
Carrera de Comunicación Social	Especialización en Comunicación Política	Maestría en Estudios Humanísticos	Futuro Doctorado en Humanidades
	Especialización en Hermenéutica Literaria	Maestría en Hermenéutica Literaria	
Carrera de Ciencias Políticas	Especialización en Estudios Políticos	Maestría en Estudios Humanísticos	

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre la correspondencia entre las líneas de énfasis y los propósitos del programa, el 78% de los profesores y el 77% de los estudiantes consideran que las líneas de énfasis del Pregrado de Comunicación Social cumplen plenamente y en alto grado con los propósitos del programa.

Califique la correspondencia entre las Líneas de Énfasis del Pregrado con los propósitos de formación del mismo	Profesores		Estudiantes	
	Total	%	Total	%
Plenamente	11	34%	64	36%
En alto grado	14	44%	72	41%
Aceptablemente	7	22%	30	17%
Insatisfactoriamente	0	0%	2	1%
Deficientemente	0	0%	2	1%
S/I	0	0%	7	4%
Total	32	100%	177	100%

**Tabla 47:** Opinión de profesores y estudiantes sobre las líneas de énfasis del programa

En cuanto al número de convenios establecidos por la institución que garanticen la movilidad estudiantil con otras instituciones nacionales e internacionales, el pregrado cuenta con convenios de movilidad con 18 universidades en 13 países diferentes y con 14 universidades colombianas, que hacen parte del sistema interinstitucional de movilidad estudiantil conocido como *Sígueme* (Anexo 43).

Desde 2008, 14 estudiantes de Comunicación Social han hecho uso de estos convenios a nivel internacional, mientras que desde 2004, 21 estudiantes lo han hecho a nivel nacional (Anexo 44). Aunque es una movilidad baja, el programa también recibe estudiantes de intercambio de otras universidades del país y del exterior. En el 2010 el programa recibió a 4 estudiantes extranjeros provenientes de España y México. Además, ha recibido, desde el 2007 al 2011, a 22 estudiantes de intercambio mediante el convenio *Sígueme*.

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que demuestran que el currículo de Comunicación Social es flexible (38.1%). Existen políticas institucionales de flexibilidad, hay reconocimiento de materias realizadas en otras instituciones y existen mecanismos eficaces de actualización del currículo. Las políticas institucionales que acoge el programa brindan la oportunidad a los estudiantes de avanzar en el plan de estudios de acuerdo con el ritmo de aprendizaje. Se considera que el currículo centrado en el estudiante motiva el valor institucional de la responsabilidad, por cuanto si bien el estudiante puede navegar por el plan de estudios con libertad, esto también implica ser responsable para hacerlo.

En cuanto a las metodologías de enseñanza se puede evidenciar que éstas se van transformando conforme avanza el plan de estudios volviéndose más flexibles en los últimos semestres. Esto es considerado por el equipo como una fortaleza del programa y cumple con lo planteado en el documento fundacional.

Para el plan de mejoramiento el grupo propone elaborar la propuesta académica con el fin de crear una Maestría en Comunicación que dinamice los procesos de integralidad y flexibilidad del currículo, a nivel de posgrado.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.4.3. Característica 20. Interdisciplinariedad

Desde su origen, el Programa de Comunicación Social nació interdisciplinario: está adscrito a un Departamento de Humanidades que, a su vez, pertenece a una Escuela de Ciencias y Humanidades. En su estructura interdisciplinaria convergen áreas como las ciencias sociales (historia, filosofía, antropología, sociología) como las metodológicas (economía, estadística, matemáticas, metodología) el área del lenguaje (escritura, lectura, teorías del lenguaje y de la comunicación) el periodismo, el área audiovisual y multimedia, y los estudios específicos de la comunicación. Su *mapa curricular* está centrado en problemas, más que en disciplinas, lo que garantiza que el estudiante reconozca los distintos modos de avanzar en una disciplina; adquiera simultáneamente competencias indispensables para su formación en diversas áreas, sin que le sea prescrito un idéntico sistema metodológico para cada una de ellas; presencie en cada semestre los diferentes ritmos y modos mediante los cuales estas áreas se articulan a sus necesidades teóricas y prácticas.

Comunicación Social tiene en su estructura curricular un *tronco común*, que se refiere al conjunto de materias que el pregrado comparte con otras carreras de la Universidad, favoreciendo la interdisciplinariedad. La Tabla 48 muestra la participación de este tronco común en la formación del comunicador.

Tronco común con	Materias compartidas
Ciencias Políticas	Teoría del acto comunicativo Teoría de la argumentación Historia 2 Análisis de la opinión pública Énfasis en Comunicación Política: Políticas deliberativas Partidos políticos y elecciones Medios y política Marketing político Seminario de investigación

Tronco común con	Materias compartidas
Ciencias Básicas	Matemáticas Métodos estadísticos
Economía	Macroeconomía Teorías del desarrollo económico
Otros pregrados	Se comparten 26 materias que se ofrecen a los estudiantes como complementaria y los 18 créditos del NFI divididos entre: 3 créditos para Habilidades comunicativas 3 créditos para Contexto colombiano 3 créditos para Constitución y democracia 3 créditos para Emprendimiento 6 créditos para materias optativas

**Tabla 48:** Estructura curricular con *tronco común* en el programa

Fuente: Programa de Comunicación Social

El pregrado incorpora el semestre de práctica como un acto interdisciplinario, dado que el estudiante se expone al trabajo con profesionales de otras áreas de conocimiento, en un espacio empresarial con problemas reales. Cuenta con el *Sistema Metro* que le permite al estudiante terminar su ciclo de formación de pregrado hacia posgrado de forma coherente y económica.

Al consultar la opinión de estudiantes y profesores respecto a la interdisciplinariedad del programa, el 85% de los estudiantes y el 81% de los profesores consideran que la interacción de estudiantes y docentes de distintas áreas del conocimiento contribuyen plenamente y en alto grado a la calidad del programa de Comunicación Social (Tabla 49).

En qué grado considera usted que la interacción de estudiantes y docentes de distintas áreas del conocimiento (incluyendo otros departamentos académicos) contribuye a la calidad del programa de Comunicación Social	Profesores		Estudiantes	
	#	%	#	%
Plenamente	7	22%	75	44%
En alto grado	19	59%	70	41%
Aceptablemente	6	19%	18	10%
Insatisfactoriamente	0	0%	6	2%
Deficientemente	0	0%	2	1%
S/I	0	0%	6	2%
Total	32	100%	147	100%

**Tabla 49:** Opinión de profesores y estudiantes respecto a la interdisciplinariedad del programa

El grupo autoevaluator considera que hay suficientes evidencias que demuestran que el programa de Comunicación Social es interdisciplinario; este cuenta con un plural y diverso equipo de docentes provenientes de diferentes áreas de las ciencias sociales, lo que permite una interesante interrelación con los saberes específicos de la comunicación social. Asimismo, el programa ofrece planes de estudio flexibles en los que intervienen docentes de diferentes Departamentos de la Universidad, propiciando un acercamiento a otras áreas del conocimiento. También cuenta con un semestre de práctica profesional. Por otro lado, los estudiantes en su ciclo de formación básico comparten materias con estudiantes de otros programas de la Universidad y además pueden tomar cursos de libre configuración, favoreciendo la pluralidad de opiniones y la ampliación de los lenguajes técnicos y profesionales.

Finalmente, el programa cuenta con convenios con otras universidades nacionales y extranjeras, promoviendo así el desarrollo de relaciones académicas y científicas por parte de estudiantes y profesores con sus colegas nacionales e internacionales.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica, con lo cual quiere significar que se cumple plenamente.

#### 3.4.4. Característica 21. Relaciones nacionales e internacionales del programa

En América Latina es amplia y variada la oferta de programas académicos de Comunicación Social en el área de pregrado<sup>30</sup>. Según la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Felafacs, en la región existen 1.026 Facultades y/o Escuelas de Comunicación, de donde se destacan Brasil y México en cuanto a número de programas. Colombia se encuentra en un grupo intermedio de países, junto a Argentina, Chile, Perú, Ecuador y Bolivia. La siguiente es la relación de escuelas de Comunicación en América Latina, según su número por país, en el nivel de pregrado (Rojas & Ronderos, 2005, pág. 44)<sup>31</sup>.

Puesto	País	Número de programas
1	Brasil	348
2	México	321
3	Argentina	55
4	Colombia	55
5	Chile	54
6	Perú	32
7	Ecuador	31
8	Bolivia	29
9	Puerto Rico	16
10	Venezuela	15
11	El Salvador	10
12	República Dominicana	10
13	Nicaragua	9
14	Paraguay	8
15	Guatemala	7
16	Costa Rica	6
17	Panamá	6
18	Uruguay	5
19	Cuba	4
20	Honduras	4
21	Haití	1
Total		1.026

**Tabla 50:** Programas de comunicación social en América Latina

Fuente: Felafacs

Por su parte, con base en estadísticas del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (Icfes), en Colombia existen los siguientes programas de pregrado en Comunicación Social, con la aclaración de que una misma Facultad de Comunicación puede albergar varios programas.

<sup>30</sup> Para mayor información Véase el documento preparado para el registro calificado del programa, titulado *Líneas y tendencias en Comunicación Social* (Anexo 26) y en donde se establecen los referentes nacionales e internacionales del programa.

<sup>31</sup> Consultado en [http://www.dialogosfelafacs.net/admin//images/proyectos/proyecto\\_4.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/admin//images/proyectos/proyecto_4.pdf)

Tipo de programa de pregrado en Colombia	Número de programas
Comunicación Social-Periodismo	33
Comunicación Social	29
Comunicación Organizacional	5
Comunicación Audiovisual	3
Comunicación – Radio y TV	3
Comunicación y Medios	3
Comunicación	2
Comunicaciones	1
Periodismo	1
Comunicación Comunitaria	1
Comunicación Gráfica Publicitaria	1
Comunicación Social (énfasis en Cibermedios, Periodismo Digital y Comunicación Política)	1
Total de programas académicos profesionales (en 48 instituciones)	72
Total de programas en la ciudad de Medellín	12

**Tabla 51:** Tipo de pregrados de comunicación social en Colombia

Fuente: Icfes

En los currículos de las carreras de Comunicación y Periodismo aparecen las áreas, énfasis o campos profesionales en los cuales son formados los comunicadores y ámbitos en que podrían ejercer su actividad profesional. A continuación enumeramos algunos, que no necesariamente corresponden a todas los programas en el país: comunicadores sociales-periodistas (básicamente para desarrollar su labor profesional en medios impresos y audiovisuales, no sólo en las grandes empresas informativas sino también de medios de comunicación local y regional), comunicadores organizacionales, comunicadores audiovisuales, comunicadores publicistas, comunicadores para el desarrollo, comunicadores educativos, productores radiofónicos y productores editoriales.

En Antioquia<sup>32</sup>, los perfiles que ofrecen los diferentes programas son diversos: comunicador social, comunicador social-periodista, comunicador-periodista, comunicador audiovisual, comunicador audiovisual y multimedial, comunicador en lenguajes audiovisuales, comunicador gráfico publicitario, profesional en comunicaciones y relaciones corporativas, comunicador social con énfasis en periodismo digital, en cibermedios y en comunicación política, periodista, productor de televisión o, simplemente, comunicador.

En cuanto al número de convenios suscritos en el marco de actividades de cooperación académica desarrolladas por el programa, se pueden mencionar los siguientes convenios de intercambio académico firmados con universidades del país que hacen parte del sistema *Sígueme* y 18 del exterior.

País	Universidad	Tipo de convenio
Alemania	International School of Management Dortmund	Intercambio académico
	Universität Mannheim	Intercambio académico
Argentina	Universidad Nacional del Litoral	Intercambio académico
Australia	Macquarie University	Intercambio académico
Brasil	Universidad Federal de Santa Catarina	Intercambio académico
Canadá	CREPUQ ASCUN	Intercambio académico
Colombia	Sistema <i>Sígueme</i>	Intercambio académico

<sup>32</sup> Primer Encuentro Académico Regional, 24 y 25 de octubre de 2007, Casa de Encuentros La Salle, San Antonio de Pereira; revisión de protocolos, 7 de noviembre de 2007, Universidad de Medellín; y Segundo Encuentro Académico Regional, 6 de junio de 2008, Corporación Universitaria Lasallista, Caldas (Antioquia). En el año 2007 se determinó que la temática para los Encuentros Académicos Regionales y para el Nacional del año 2008, sería lo relacionado con las propuestas formativas y aspectos curriculares de los programas de Comunicación.

Corea del Sur	Universidad de Kyung Hee	Intercambio académico
España	Red PIMA-OEI	Intercambio académico
	Universidad Autónoma de Barcelona	Intercambio académico
	Universidad Camilo José Cela	Intercambio académico
Estados Unidos	University of Texas	SAE
Inglaterra	Huron University USA in London	SAE
	Coventry University of Higher Education	Intercambio académico
Italia	Link Campus University	Intercambio académico
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	SAE
	Universidad de Colima	Intercambio académico
Portugal	Universidade Nova de Lisboa	Intercambio académico
Suiza	Zurich University of Applied Sciences	Intercambio académico

**Tabla 52:** Convenios de cooperación con universidades del país y del exterior

Fuente: Oficina de Relaciones Internacionales

Los profesores del Departamento de Humanidades vinculados al programa de Comunicación Social han llevado a cabo 15 proyectos de cooperación (Tabla 53), bien sea de carácter investigativo, de capacitación no formal, consultoría o asesoría en temas de coyuntura, a través de su participación con miembros de comunidades nacionales e internacionales.

Entidad	Proyecto desarrollado	Año
Teleantioquia.	Defensoría del Televidente.	2004-2007
FNPI, Universidad de Los Andes, RNTC.	Mapa del sector de medios y periodismo de América Latina.	2006-2007
Parque Explora.	Asesoría al proyecto de creación de la sala <i>Colombia Geodiversa</i> .	2007
Medios para la Paz.	Capacitación a periodistas de la ciudad y la región en temas de periodismo y conflicto armado.	Desde 2007 hasta la fecha
PNUD.	Cinco estudios de caso sobre buenas prácticas para superar el conflicto armado en Antioquia.	2008
U. de A., UPB y Universidad Nacional.	XXV Congreso Nacional de Lingüística, Literatura y Semiótica.	2008
Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología.	Encuesta de Percepción Pública de la Ciencia y la Tecnología.	2008-2009
MAPP, OEA, CNRR.	Capacitación a periodistas de la ciudad y la región en temas de Ley de Víctimas y Justicia Transicional.	Desde 2010 hasta la fecha
Centro de Excelencia en Tecnologías de la Información.	Metodología para la generación y creación de contenido digital interactivo.	2009-2011
Canal Teledelmedellín.	Proyecto <i>Política por y para la gente</i> .	2010
	Proyecto <i>El conflicto armado en Medellín</i> .	
Universidad Autónoma de Barcelona.	Programa de Cooperación Interuniversitaria de la Agencia de Cooperación Española con el proyecto titulado <i>Los medios de comunicación como agentes de empoderamiento</i> .	2010
Red Latinoamericana de Estudios de recepción.	Los estudios de recepción-audiencias en Colombia.	2010-2011
Red Iberoamericana para la Capacitación y el Monitoreo del Periodismo Científico.	Ciencia y medios: un estudio comparativo de la cobertura de la ciencia en los noticieros de televisión de Brasil y Colombia.	2010-2011
Canal RCN.	Convenio de cooperación <i>taller de lectores de libretos</i> .	2011

**Tabla 53:** Proyectos de cooperación realizados con entidades nacionales e internacionales

Fuente: Programa de Comunicación Social

Al consultar la opinión de los profesores y estudiantes sobre la incidencia de las relaciones de cooperación en la calidad del programa, el 63% de los profesores (Tabla 54) y el 78% de los

estudiantes (Tabla 55) consideran que las relaciones de cooperación académica inciden positivamente en la calidad del mismo. No obstante, un 25% de los profesores califica esta incidencia apenas regular.

Califique la incidencia de las relaciones de cooperación académica con distintas instancias nacionales o internacionales en la calidad del programa	Porcentaje
Excelentes	19%
Buenos	44%
Regulares	25%
Insuficientes	6%
Malos	0%
S/I	6%
Total	100%

**Tabla 54:** Opinión de los profesores sobre la incidencia de las relaciones de cooperación en la calidad del programa

¿Considera usted que la interacción de estudiantes y profesores con comunidades académicas de la institución, el país y el mundo por medio de las prácticas investigativas, los convenios, participación en eventos y otras figuras ha enriquecido la calidad del programa?	Porcentaje
Plenamente	46%
En alto grado	32%
Aceptablemente	12%
Insatisfactoriamente	1%
Deficientemente	5%
S/I	5%
Total	100%

**Tabla 55:** Opinión de los estudiantes sobre la incidencia de las relaciones de cooperación en la calidad del programa

El grupo autoevaluador considera que para la organización y actualización de su plan de estudios, el programa ha tomado como referencia las tendencias, el estado del arte de la disciplina y los indicadores de calidad reconocidos por la comunidad académica nacional e internacional. La Universidad EAFIT tiene políticas institucionales claras en materia de referentes académicos externos, nacionales e internacionales, lo que se ha materializado en la firma de un gran número de convenios nacionales e internacionales para todos sus programas y en la realización de proyectos interinstitucionales, en varios de los cuales han participado profesores y estudiantes de Comunicación Social.

Para el plan de mejoramiento se propone identificar los mecanismos Institucionales de intercambio de profesores con el fin de propiciar procesos de intercambio docente con otras universidades del país y el exterior. (Véase las acciones de mejoramiento del factor 3).

El grupo asigna una nota de **4.5** a esta característica. Se cumple plenamente

### 3.4.5. Característica 22. Metodologías de enseñanza y aprendizaje

El pregrado cuenta desde sus inicios con un Modelo Pedagógico que se construye a partir de las competencias por desarrollar y de los objetivos por lograr. En dicho modelo se diseñaron un conjunto de figuras metodológicas<sup>33</sup> y operadores didácticos<sup>34</sup> que le permiten conducir los procesos de enseñanza, aprendizaje e investigación formativa, a la vez que se articulan con las estrategias evaluativas.

Las figuras metodológicas y sus operadores pedagógicos son las clases magistrales con el operador denominado “informe de lectura”; los seminarios con los “textos de seminario” como operador; las discusiones con el operador denominado “plan de argumentación”, las mediaciones con “tecnologías” como operador. Por su parte, las figuras de evaluación son los informes de lectura, los informes de seminario, los papeles de discusión, las diversas modalidades periodísticas, las mediaciones icónicas o tecnológicas desarrolladas por el estudiante para expresarse y expresar un aspecto del curso.

En él se expone el modelo de figuras pedagógico-metodológicas que ha guiado los procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes (véase el PEP, anexo 21)). Las relaciones que el modelo busca establecer entre sus componentes estructurales pretenden generar un alto grado de correlación pedagógica entre los *contenidos propuestos*, las *figuras metodológicas* más adecuadas para el logro de los propósitos de aprendizaje, las *figuras de evaluación* más adecuadas para el logro de los objetivos y los *criterios de exigencia* que orientarán el trabajo en una determinada tarea de aprendizaje.

El lema que alienta este trabajo es “aprender a aprender” y no “enseñar a aprender”. Así, el proyecto metodológico del programa pretende proyectar la creación de espacios en el currículo, (clases, lecciones, seminarios, talleres) que alienten al estudiante a convertirse en sujeto y objeto de su propio aprendizaje a través de metodologías de trabajo en grupo que fortalezcan la creación de comunidad académica.

Los espacios co-curriculares también hacen parte de este proceso: foros, conferencias, grupos de estudios, semilleros de investigación, entre otros, forjan en los estudiantes el reconocimiento de diversos campos disciplinares y metodológicos, así como la necesidad del trabajo en equipo con el fin de proponer salidas teóricas, metodológicas, creativas y coherentes con los saberes de la comunicación.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes sobre las metodologías, el 84% de los estudiantes consultados considera que las metodologías utilizadas por los docentes del programa son en alto grado y plenamente adecuadas a los propósitos y contenidos de los microcurrículos que componen el plan de estudios.

---

<sup>33</sup> Llamamos “figura metodológica” al conjunto de actividades académicas que, con un propósito curricular determinado, deben realizar tanto el profesor como los estudiantes.

<sup>34</sup> Denominamos “operador didáctico” a un conjunto específico de tareas de aprendizaje mediante las cuales se busca orientar y organizar el desarrollo de ciertas “operaciones” intelectuales en el estudiante. El operador pedagógico le exige al estudiante la realización de un conjunto específico de operaciones intelectuales con miras a la adquisición de una determinada competencia. Algunas de estas actividades u operaciones son estrictamente individuales, y otras son grupales.

Considera usted que la metodología utilizada por los profesores en cada una de las materias del programa de Comunicación Social corresponde a las necesidades específicas de las mismas	%
Plenamente	37%
En alto grado	47%
Aceptablemente	15%
Insatisfactoriamente	1%
Deficientemente	0%
S/I	1%
Total	100%

**Tabla 56:** Opinión de los estudiantes sobre las metodologías de enseñanza - aprendizaje

Por su parte, el 65% de los profesores y el 74% de los estudiantes (Tabla 57) consideran que las metodologías utilizadas son en alto grado y plenamente adecuadas para los contenidos y propósitos de aprendizaje. El 28% de los profesores y el 24% de los estudiantes lo consideran aceptable.

En qué grado considera usted que las metodologías de enseñanza-aprendizaje que se emplean en el programa de Comunicación Social han contribuido al buen desarrollo de los contenidos y al mejoramiento de la calidad del mismo	Profesores		Estudiantes	
	#	%	#	%
Plenamente	3	9%	44	25%
En alto grado	18	56%	86	49%
Aceptablemente	9	28%	42	24%
Insatisfactoriamente	2	6%	2	1%
Deficientemente	0	0%	1	1%
S/I	0	0%	2	1%
Total	32	100%	177	100%

**Tabla 57:** Opinión de profesores y estudiantes sobre las metodologías de enseñanza-aprendizaje

El grupo autoevaluador considera que se aplica una gama de métodos pedagógicos para el desarrollo de los contenidos del plan de estudios de Comunicación Social, y estos son coherentes con la naturaleza de los saberes, con las necesidades y los objetivos del programa y con el número de estudiantes. La Universidad EAFIT apoya y capacita a los profesores en distintos métodos pedagógicos por medio de programas como *Profesor 2.0* y *Proyecto 50*. Permanentemente se evalúa la metodología de las materias. Todo lo anterior se ha facilitado gracias al número relativamente pequeño de estudiantes que hasta el 2010 tenía el pregrado, situación que sin embargo ha empezado a cambiar. La apreciación anterior cuenta con el apoyo de estudiantes y profesores, aunque ambos opinan que las metodologías de enseñanza-aprendizaje se pueden mejorar, sobre todo en el ciclo básico donde prima la clase magistral.

Para el plan de mejoramiento se propone fortalecer la figura pedagógica del aula-laboratorio sobre todo para los cursos teórico-prácticos de cara a la producción de contenidos mediáticos. De la misma manera, se propone revisar la continuidad pedagógica existente entre el *seminario de investigación I* y el *seminario de investigación II* con el fin de articular mucho más el “proyecto integrador” de los énfasis.

El grupo asigna una nota de **4.3** a esta característica. Se cumple en alto grado.

### 3.4.6. Característica 23. Sistema de evaluación de los estudiantes

La Universidad EAFIT cuenta con un sistema de evaluación de estudiantes con políticas claras, universales y equitativas de evaluación. El capítulo 5 del Reglamento Académico se refiere a las evaluaciones. En el artículo 59 se definen las evaluaciones como todo tipo de actividad, de carácter pedagógico disciplinar que implique acciones individuales o colectivas, talleres, consultas dirigidas, estudios de casos, prácticas empresariales, exámenes, etc., tendientes a comprobar el grado de asimilación de un saber impartido en atención a una asignatura. En el artículo 60 se definen los exámenes como toda prueba oral o escrita a la que se somete el estudiante para establecer sus conocimientos y/o competencias en el manejo de las categorías propias de una asignatura específica. El artículo 61 establece los distintos tipos de exámenes: de admisión, parciales, finales, supletorios, extemporáneos, de validación y preparatorios.

El capítulo 6 del Reglamento Académico aborda el tema de las calificaciones. El artículo 73 las define como el valor cualitativo o cuantitativo que el profesor de una asignatura o el jurado de la misma asigna a un examen, trabajo práctico o de investigación como resultado del rendimiento académico de un estudiante en esa asignatura; y en el artículo 75 establece su valor: de cero (0.0) a cinco (5.0). Todas las evaluaciones deben revisarse y existen procedimientos claros para la realización de supletorios, solicitud de segundo calificador, etc. Estas políticas rigen para todos los programas de pregrado de la Universidad. En los microcurrículos de las asignaturas de Comunicación Social se especifican los porcentajes y aspectos de las evaluaciones de cada materia. (Anexo 16).

Los profesores realizan la primera semana de clases la programación de evaluaciones así como el reporte de notas durante el semestre en el aplicativo Sirena (Sistema de Reporte de Notas Automático Pregrado y Posgrado). Los estudiantes tienen acceso al sistema Ulises en el cual pueden examinar las notas reportadas por el profesor. Con el aplicativo EAFIT Interactiva, los profesores pueden recibir trabajos, realizar exámenes en línea, enviar material de clase a los estudiantes, entre otras actividades.

Al consultar la opinión sobre los mecanismos de evaluación (Tabla 58), el 69% de los profesores y el 80% de los estudiantes encuestados opinan que los mecanismos de evaluación aplicados en los cursos se corresponden en alto grado y plenamente tanto con las metodologías como con los propósitos de formación de los cursos, mientras que el 31% de los profesores y el 16% de los estudiantes lo consideran aceptable.

En qué grado considera usted que los mecanismos de evaluación académica empleados en las asignaturas del pregrado en Comunicación Social guardan relación con las metodologías y contenidos de los cursos	Profesores		Estudiantes	
	Total	%	Total	%
Plenamente	2	6%	54	31%
En alto grado	20	63%	86	49%
Aceptablemente	10	31%	29	16%
Insatisfactoriamente	0	0%	4	2%
Deficientemente	0	0%	1	1%
S/I	0	0%	3	2%
Total	32	100%	177	100%

**Tabla 58:** Opinión de profesores y estudiantes sobre las metodologías de evaluación

Por su parte, el 84% de los estudiantes consultados opina que las evaluaciones cumplen con los principios de transparencia y equidad.

En qué grado piensa usted que los profesores del programa de Comunicación Social aplican de manera transparente y equitativa los mecanismos de evaluación académica estipulados en los microcurrículos de las asignaturas	Estudiantes
	%
Plenamente	42%
En alto grado	42%
Aceptablemente	11%
Insatisfactoriamente	1%
Deficientemente	2%
S/I	2%
Total	100

**Tabla 59:** Opinión de los estudiantes sobre la transparencia y equidad del sistema de evaluación

Con respecto al programa y sus particularidades metodológicas y evaluativas, los dispositivos de evaluación en el primer ciclo están orientados a los procesos de lectura y escritura, mientras que en el ciclo profesionalizante y de énfasis se busca desarrollar más las habilidades y competencias para la producción, expresión, creación y solución de problemáticas comunicativas. Se resalta la importancia que tiene el “pacto pedagógico” que se discute en la primera sesión de cada materia porque este permite no sólo establecer las reglas metodológicas y evaluativas sino que considera la opinión de los estudiantes.

El grupo autoevaluador estima que el sistema de evaluación de los estudiantes contempla políticas y reglas claras. Los estudiantes cuentan con garantías y el 84% de ellos considera que los mecanismos de evaluación se aplican bien. Además se cuenta con una instancia de socialización y deliberación de novedades temáticas y bibliográficas que consiste en reuniones de profesores al inicio de cada semestre. Este espacio contempla la discusión acerca de la evaluación de la asignatura; allí los docentes comparten los momentos y mecanismos evaluativos, así como sus ventajas y debilidades de acuerdo con los objetivos de cada curso.

Para el plan de mejoramiento se propondrá ante el Consejo Académico la revisión de las políticas de cancelación de materias pues resulta necesario limitar el número de veces que un estudiante puede usar este mecanismo.

El grupo asigna una nota de **4.4** a esta característica. Se cumple en alto grado.

### 3.4.7. Característica 24. Trabajos de los estudiantes

Las diferentes áreas de formación que componen el plan de estudios de Comunicación Social definen el tipo de trabajo a realizar según los objetivos propuestos. Las materias de las áreas de periodismo y audiovisual-cibermedial pretenden que desde los primeros semestres el estudiante esté inmerso en una “sala de redacción”, para el caso del periodismo, o de una “aula laboratorio”, para el caso de lo audiovisual-cibermedial, donde el docente hace las veces de editor, puesto que la finalidad es elaborar productos periodísticos, cibermediales y multimediales que puedan ser luego publicados, emitidos o *colgados* en los sistemas de medios y espacios de experimentación del pregrado (revista Bitácora<sup>35</sup>, telenoticiero Bitácora Noticias<sup>36</sup>, emisora digital

<sup>35</sup> La revista digital *Bitácora*, uno de los espacios experimentales más importantes de la carrera de Comunicación social, propició la publicación durante 2010 de un total de 1.482 piezas informativas propias correspondientes a textos, audios, fotografías, videos y multimedia. El 40% de los estudiantes matriculados publicó, por lo menos, uno de los trabajos de clase en la revista.

Acústica y/o en el laboratorio de experimentación transmediática, Medialab), en el periódico estudiantil Nexos o en la Agencia de Noticias de la Universidad.

Las materias del área de lenguaje desarrollan la habilidad lógico-argumentativa mediante trabajos escritos. Algunos estudiantes han ganado premios en la Universidad gracias a su creatividad literaria. Esta área, como la de las ciencias sociales y el área metodológico-científica, está al servicio de los estudios comunicativos e invitan al estudiante a moverse en el campo de las humanidades, la cultura, el análisis de medios, etc., que luego se convierten en insumos para desarrollar proto-investigaciones, para desempeñarse como auxiliares de investigación, o como analistas y escritores. La Tabla 60 ilustra la correspondencia entre las áreas de formación, el tipo de trabajos y los objetivos de formación:

Área de formación	Trabajos	Objetivos
Periodismo	Textos y trabajos periodísticos	Formula una serie de presupuestos, preguntas y preocupaciones frente al periodismo como un espacio intelectual donde es posible pensar y hacer un trabajo académico y profesional nutrido desde distintos campos del saber.
Audiovisual y cibermedios	Piezas audiovisuales y/o multimediales	Se ocupa de la imagen y el sonido en sus aspectos semióticos, estéticos y pragmáticos, a la inserción de estos en dispositivos tecnológicos y mediáticos, a los textos e hipertextos y en general a todas aquellas herramientas que sirven para construir discursos en distintas modalidades comunicativas.
Lenguaje	Escritos, análisis y metodologías argumentativas y analíticas	Habilita al estudiante en la competencia conceptual, analítica, interpretativa y propositiva de los fenómenos de la lengua. Para ello trabaja sobre la lengua como producto de tecnologías de escrituras y lecturas de textos; sobre el habla y sus efectos; sobre el gesto y sus significaciones; y en las implicaciones de los actuales sistemas de hipertexto.
Ciencias sociales	Reflexiones, escritos, discusiones	Buscan entender la presencia, cambios y mutaciones que han sufrido los fenómenos interculturales, políticos, económicos y sociales, a raíz de la inserción de las nuevas tecnologías.
Metodológico-científica	Proto-investigaciones	Enfatiza en la formación científica del estudiante. Los objetos y problemas están relacionados con cuestiones que atañen al lenguaje, a la sociedad y a la comunicación.

**Tabla 60:** Áreas de formación, tipo de trabajos y objetivos de formación

Fuente: Programa de Comunicación Social

Si bien el pregrado en Comunicación Social no exige un trabajo de grado para obtener el título de Comunicación Social brinda a sus estudiantes la oportunidad de enriquecer el trabajo final de la materia metodológica denominada *Seminario de investigación II* con los contenidos de las demás materias del énfasis, a la manera de una proto-investigación. Para ello, los profesores del énfasis acuerdan líneas de interés común al comienzo del semestre y ofrecen su asesoría para acompañar el desarrollo del trabajo a lo largo del semestre. El Anexo 45 contiene una muestra de los títulos de los trabajos finales realizados por los estudiantes en el marco del *seminario de investigación II* entre 2008 y 2010.

15 trabajos realizados por estudiantes del programa han merecido premios o reconocimientos significativos en los últimos cinco años. La Tabla 61 muestra esta relación.

<sup>36</sup> Los estudiantes del curso *Periodismo audiovisual* del Énfasis en Periodismo Digital, conjuntamente con el Centro Multimedial de la Universidad EAFIT, realizan cada semestre 7 emisiones durante igual número de semanas que se transmiten en directo por el canal *En Vivo* en la franja de los miércoles a las 6:30 p.m. y por la revista digital *Bitácora*. Las emisiones pueden verse en <http://envivo.eafit.edu.co/Bitacora/index.shtml#> y en la revista en el enlace Bitácora TV.

Nombre del premio/ reconocimiento	Institución que lo otorga	Nombre del estudiante	Fecha
Nominación a mejor trabajo universitario	Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia (Cipa)	Sara Naranjo	2007
Premio mejor trabajo de periodismo digital	Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia (Cipa)	Manuel Gómez	2008
Premio mejor trabajo de periodismo digital	Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia (Cipa)	Sara Buitrago, Ramón Gómez, Mariana Ramírez, María Raquel Serna, Laura Vélez.	2009
Filminuto ganador en la categoría amateur	Imaginatón 2009	David Correa, Catalina Arroyave Daniel Tabares, María Clara Jaramillo y Daniela Ardila	2009
Mejor propuesta creativa en el marco de la VI muestra audiovisual Universidad del Rosario	Universidad del Rosario	Laura Gutiérrez Ardila y Daniel Tabares	2009
Periodismo Joven	Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar	Elisa Restrepo, practicante del programa de TV <i>Especiales Pirry</i> , integrante del equipo	2009
Segundo lugar en la 10ª versión del concurso de cuento <i>Caminos de la Escritura</i>	Escuela de Ciencias y Humanidades, U. EAFIT	Laura Gutiérrez Ardila	2009
Primer lugar en la 11ª versión del concurso de cuento <i>Caminos de la Escritura</i>	Escuela de Ciencias y Humanidades, U. EAFIT	Catalina Arroyave	2010
Primer lugar en el concurso fotografía y narrativa en modalidad de poesía	Centro Cultural Luis Echavarría, U. EAFIT	Laura Gutiérrez Ardila	2010
Mejor Practicante Internacional	Discovery Channel	Ana Luisa Vieira	2010
Nominación al concurso Video para Nuevos Creadores	Festival de Cine de Cartagena	Catalina Arroyave	2010
Primer puesto y nominación especial	Imaginatón 2011	Catalina Arroyave y David Correa	2011
Primer puesto en el concurso de poesía, Universidad EAFIT	Organización Estudiantil	Laura Gutiérrez Ardila	2011
Mejor Practicante de Excelencia	Alcaldía de Medellín	Daniela Muñoz Vélez	2011
Mención Especial por el trabajo multimedial <i>Ethel florece en Medellín</i>	Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia (Cipa)	Jennifer Argáez	2011

**Tabla 61:** Premios o reconocimientos a estudiantes en los últimos cinco años

Fuente: Programa de Comunicación Social

Al consultar la opinión de los profesores sobre la relación entre los trabajos de los estudiantes y los propósitos del programa, el 65% de los profesores consultados (Tabla 62) opina que los trabajos presentados por los estudiantes se corresponden plenamente o en alto grado con las exigencias académicas de las distintas materias. El 31% considera esta correspondencia como aceptable.

Califique la correspondencia entre los trabajos presentados por los estudiantes y los objetivos del programa de Comunicación Social	Número	Porcentaje
Plenamente	3	9%
En alto grado	18	56%
Aceptablemente	10	31%
Insatisfactoriamente	1	3%
Deficientemente	0	0%
S/I	0	0%
Total	32	100%

**Tabla 62:** Opinión de los profesores sobre los trabajos de los estudiantes

El grupo autoevaluador considera que los trabajos realizados por los estudiantes de Comunicación Social favorecen el logro de los objetivos del programa. Aunque se ha hecho un buen trabajo, es necesario difundir más los trabajos de los estudiantes en la Institución y la región; para esto propone crear en el sitio web del pregrado una sesión denominada *mediateca* para subir contenidos multimediales realizados por los estudiantes; también se propone la creación de una serie académica llamada *Cuadernos de Comunicación* en la que se publiquen los mejores trabajos de los estudiantes, según áreas temáticas de interés.

El grupo asigna una nota de **4.4** a esta característica. Se cumple en alto grado.

### **3.4.8. Característica 25. Evaluación y autorregulación del programa**

El Pregrado en Comunicación Social cuenta con criterios y procedimientos claros para la evaluación periódica de los objetivos, procesos y logros del programa, con miras a su mejoramiento continuo. El capítulo 3 del Reglamento Académico establece las políticas institucionales para la administración curricular: el artículo 15 define la estructura administrativa y académica, mientras que el artículo 16 establece las competencias de decisión para resolver los asuntos de los estudiantes: inicialmente los jefes de carrera, luego los comités de carrera, decanos, consejos de escuela y, sólo en última instancia, el Consejo Académico (Anexo 18).

El seguimiento, evaluación y mejoramiento de los procesos de pregrado está compuesto por los siguientes aspectos:

*Evaluación de desempeño:* se realiza de manera anual por parte de la jefatura del Departamento de Humanidades y tiene en cuenta el cumplimiento de los compromisos adquiridos en materia de docencia, investigación, extensión y administración.

*Evaluación de pares:* consiste en la revisión, por parte de personas competentes, de los proyectos de investigación y de la producción científica. En este componente se incluye la revisión de las propuestas investigativas, la revisión previa del material publicado por el Fondo Editorial o la Revista Co-herencia y la evaluación del material sometido a consideración del comité de escalafón.

*Evaluación de estudiantes:* el pregrado ha diseñado un formato que aplica *in situ* cada semestre con el fin de indagar por la evaluación que hacen los estudiantes de los contenidos, metodología, evaluación y profesor de cada curso. De igual forma, el pregrado presta atención a los reclamos emanados de las asambleas de carrera que tienen lugar cada semestre.

La universidad contempla la participación de docentes en los distintos cuerpos colegiados como el Comité Directivo, el Consejo Académico, el Consejo de Escuela y los comités de carrera. La participación de los profesores se hace mediante votación. Hasta ahora sólo el profesor Adolfo León Maya ha participado por el Departamento de Humanidades como representante profesoral suplente al Consejo Académico. Por la estructura académica de la universidad no es posible que los programas hagan alguna gestión en este sentido. La participación profesoral debe ser una iniciativa del cuerpo profesoral y no está orientada o dirigida por ninguna instancia académica o administrativa.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre los mecanismos de evaluación y autorregulación del programa, se encontró que mientras que para el 72% de los profesores el mejor mecanismo de evaluación y autorregulación lo constituye el

sistema de evaluación de la docencia, la mayoría de los estudiantes opina que son las asambleas de carrera (62%). Estas últimas también resultan bien evaluadas por los profesores (66%).

Cómo considera usted que los mecanismos de evaluación y autorregulación (comités de carrera, asambleas de estudiantes, sistemas de evaluación de la docencia, etc.) inciden en el mejoramiento y calidad del programa		5	4	3	2	1	S/I	Total
Asamblea de Carrera	Profesores	22%	44%	19%	3%	0%	13%	100%
	Estudiantes	42%	20%	16%	5%	8%	9%	100%
Comité de Carrera	Profesores	11%	41%	19%	4%	0%	26%	100%
	Estudiantes	28%	28%	15%	2%	3%	24%	100%
Sistemas de evaluación de la docencia	Profesores	16%	56%	19%	9%	0%	0%	100%
	Estudiantes	37%	23%	15%	4%	9%	11%	100%

**Tabla 63:** Opinión de profesores y estudiantes sobre las instancias de evaluación y autorregulación del programa

En cuanto a la evaluación periódica del programa, en 2007, y como resultado de una reforma curricular realizada en todos los pregrados de la Universidad EAFIT, se llevó a cabo una reorganización del plan de estudios de Comunicación Social con el fin de implementar a cabalidad el sistema de créditos académicos; enfocar el programa hacia los estándares nacionales e internacionales en bilingüismo, la flexibilidad curricular, la autonomía de los estudiantes para trazar sus propias rutas de aprendizaje; ofrecer una mayor oferta curricular compartida con otros programas de la Universidad; compartir “truncos comunes” con el pregrado de Ciencias Políticas; ajustar los ciclos de énfasis de los pregrados al sistema de posgrados del Departamento de Humanidades; e incorporar un sistema de medios propio del pregrado como espacios de prácticas para los estudiantes, entre otros aspectos.

Además, en 2010 se llevó a cabo un ajuste del Énfasis de Cibermedios, basado en la necesidad de fortalecer no sólo el énfasis sino el área cibermedial y de comunicación digital en el currículo. Los principales propósitos de dicha restructuración estuvieron dirigidos a la elaboración de un mapa de competencias como referente de organización de contenidos y proyectos; el fortalecimiento del aprendizaje basado en problemas y proyectos como referente pedagógico; la virtualización progresiva de la propuesta formativa (digitalización y centralización de materiales y productos de clase). De dicha propuesta salió el *Medialab*, que es laboratorio de apoyo académico y proyección para el área de comunicación digital y cibermedios, orientado a establecer puentes entre el programa de Comunicación Social y el contexto, a través de la reflexión y la acción en torno a la cultura digital y las narrativas hipermedia.

El grupo autoevaluador considera que la Universidad EAFIT cuenta con criterios, procedimientos y mecanismos claros para la evaluación periódica de los objetivos, procesos y logros de los programas académicos, con la participación de profesores, estudiantes y egresados, con miras a su mejoramiento continuo. Esta apreciación es apoyada en un gran porcentaje por profesores, estudiantes, egresados y directivos.

Para el plan de mejoramiento se propone formalizar las coordinaciones de área y propiciar el funcionamiento periódico del Comité de Carrera; también se propone la creación del Departamento de Comunicación para darle más autonomía al programa con respecto a los procesos de autorregulación académica, contratación docente y gestión presupuestal.

El grupo define que se cumple esta característica en alto grado al asignar una nota de **4.4**.

### 3.4.9. Característica 26. Formación para la investigación

El pregrado en Comunicación Social contempla una serie de actividades de investigación formativa que incluyen desde cursos distribuidos en las cinco áreas de formación del programa, hasta los semilleros de investigación. En este sentido, de los 165 créditos del programa, 38 de ellos están orientados a la formación de habilidades, destrezas y competencias investigativas en los estudiantes, lo que corresponde al 23% de los créditos del programa. La Tabla 64 lista las materias que enfatizan este tipo de formación.

Materia	Créditos
Seminario de investigación I	3
Seminario de investigación II	3
Métodos estadísticos	2
Análisis de la opinión pública	3
Análisis de la recepción	3
Teoría de la argumentación	3
Teoría del acto comunicativo	3
Comunicación transcultural	3
Teorías de la interacción comunicativa	3
Narrativas audiovisuales	3
Formaciones sociales	3
Cibercultura	3
Lógica	3
<b>Total</b>	<b>38</b>

**Tabla 64:** Materias en las que se hace énfasis en la formación investigativa  
Fuente: Programa de Comunicación Social

Las estrategias utilizadas por los profesores para potenciar el pensamiento autónomo que permita a los estudiantes la formulación de problemas y de alternativas de solución incluyen, entre otras, las siguientes acciones:

- Análisis y discusión de casos en torno a contenidos puntuales del curso.
- Ensayos que tematizan dos planos de elaboración: la comprensión y la interpretación textual.
- Trabajos de campo que fomentan la reportería periodística.
- Trabajo en equipo orientados a diseñar, implementar y evaluar soluciones comunicativas hipermedia.
- Producciones en equipo orientadas a la elaboración de narrativas hipermedia y relatos audiovisuales.
- Vinculación de estudiantes para que participen en proyectos de investigación en calidad de auxiliares y/o monitores.<sup>37</sup>

También se promueve la participación en conferencias, seminarios, congresos, etc. que sean pertinentes para la formación del estudiante. Estos eventos brindan un espacio de acercamiento entre la vida profesional y la academia, y entre comunidades académicas entre sí, lo que permite conocer las diferentes tendencias internacionales y estado del arte de la investigación en áreas del conocimiento relacionadas con la Comunicación Social. El anexo 24, ya se ha dicho, muestra el listado de actividades académicas desarrolladas por el programa desde 2004 hasta 2010.

<sup>37</sup> Entre 2005 y 2011 participaron 25 estudiantes en calidad de auxiliares de investigación de los diferentes proyectos de investigación y producción creativa de los profesores.

Además de las actividades desarrolladas en cada uno de los cursos que integran el currículo, los estudiantes tienen la posibilidad de formar parte de semilleros de investigación (Anexo 46) que es un programa de investigación de la Universidad EAFIT que tiene como fin básico que los estudiantes involucrados adquirieran competencias protoinvestigativas que contribuyan a su formación integral, a través de la realización de actividades formativas en investigación como el desarrollo de proyectos, el estudio en temas particulares y el intercambio de experiencias académicas con otros miembros del grupo. A la fecha el pregrado en Comunicación Social cuenta con el semillero de *Análisis de medios*, ya oficialmente constituido ante el Sistema de Investigación de la Dirección de Investigación y Docencia de la Universidad, y los semilleros, próximos a constituirse oficialmente, de *Narrativas transmedia*, del área de Cibermedios, y *Narrativas periodísticas*, del área de Periodismo.

El grupo autoevaluador considera que el programa de Comunicación Social promueve la capacidad de indagación y búsqueda, así como la formación de un espíritu investigativo de sus estudiantes para la formulación de problemas y la búsqueda de alternativas de solución que no sólo conciernen a modalidades de investigación básica, sino a procesos de investigación creativa y de producción hipermedial, periodística y digital, dada las características del pregrado. Un indicio de los buenos resultados de esto son los reconocimientos que han recibido los estudiantes.

Para el plan de mejoramiento se propone fortalecer los espacios de carácter académico para la participación de los estudiantes en grupos y semilleros de investigación relevantes para su formación. (Véase el plan de mejoramiento del factor 2).

El grupo asigna una nota de **4.4** a esta característica. Se cumple en alto grado.

#### **3.4.10. Característica 27. Compromiso con la investigación**

La Universidad EAFIT considera la investigación como una fuente de mejoramiento de sus programas académicos y de su personal docente y discente, y la realiza como una actividad intencionalmente planeada y articulada en el marco de sus planes de desarrollo estratégico y operativo. En el Estatuto de Investigación (Anexo 47) están contempladas las políticas y lineamientos institucionales sobre la organización, evaluación, producción y financiación de los proyectos de investigación. La universidad propicia la investigación mediante la motivación y estímulo de las actividades científicas y tecnológicas, la financiación de grupos, programas y proyectos y la dotación de la infraestructura requerida.

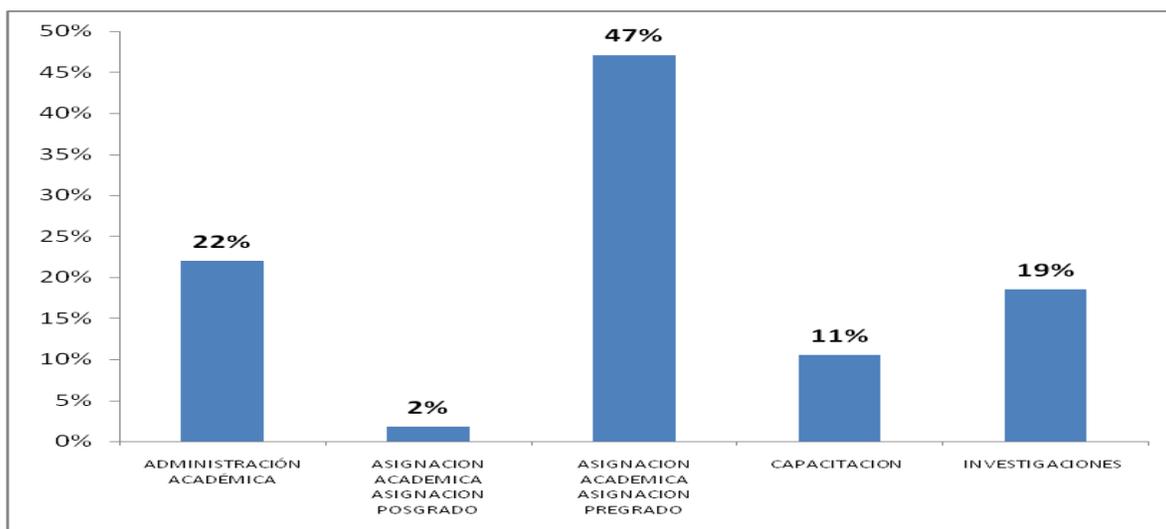
La Universidad cuenta con una Guía de Procedimientos de Investigación donde se reglamentan todos los procedimientos referentes al desarrollo de proyectos de investigación internos y externos. Esta guía contiene la organización del sistema de investigación, la presentación de proyectos, el presupuesto y los formatos sobre la propiedad intelectual. El presupuesto de investigación es de carácter institucional y no se manejan recursos particulares para las escuelas o departamentos académicos.

Siguiendo los lineamientos de la Universidad, el Departamento de Humanidades organiza las actividades de los docentes en las 4 funciones esenciales: docencia en pregrado, posgrado y NFI; investigación, extensión y asesoría; administración académica; y programas de capacitación. La Tabla 65 muestra el número de horas, con el porcentaje equivalente, que los profesores del Departamento destinaron a cada una de las mencionadas actividades académicas entre 2007 y 2010.

TIPO ACTIVIDAD	HORAS	%
Administración académica	46.282	22%
Asignación académica posgrado	3.814	2%
Asignación académica pregrado	99.110	47%
Investigación	39.010	19%
Capacitación	22.134	11%

**Tabla 65:** Distribución de las actividades de los docentes del Departamento de Humanidades

Aunque la docencia ocupa un lugar importante en las actividades de los docentes del Departamento, en los últimos cinco años ha habido un aumento significativo en las horas destinadas a la ejecución de los proyectos de investigación y a la realización de actividades destinadas a fortalecer los procedimientos de investigación –atención a convocatorias, actualización de aplicaciones CVLAC y GRUPLAC, asesorías de tesis, semilleros de investigación, producción académica, difusión de resultados de investigación–. El Gráfico 8 ilustra la distribución de estos porcentajes.



**Gráfico 8:** Distribución de las actividades de los profesores del Departamento de Humanidades

Fuente: Departamento de Costos y Presupuestos

En cuanto a la participación en los programas nacionales de investigación en ciencia y tecnología, el Departamento de Humanidades cuenta con tres grupos de investigación, a los cuales pertenecen los docentes del Pregrado en Comunicación Social: *Estudios sobre Política y Lenguaje*, clasificado en categoría A1 en Colciencias; *Sociedad, Política e Historias Conectadas*, clasificado en categoría A en Colciencias; y *Estudios Culturales*, clasificado en categoría B en Colciencias.

De las cinco líneas de investigación del grupo *Estudios sobre Política y Lenguaje*, tres tienen relación directa con el área de la comunicación (Estudios del lenguaje, Estudios de narrativas y Estudios de comunicación), y a ellas están adscritos profesores de Comunicación Social; el grupo *Estudios culturales* cuenta con dos líneas de investigación en las que tienen presencia profesores del programa (Estudios culturales y Estudios ciberculturales y cibermediales); por su parte, el grupo *Sociedad, política e historias conectadas* tiene una línea de trabajo en la que hay trabajos relacionados con el campo de la comunicación (historia, cultura y sociedad).

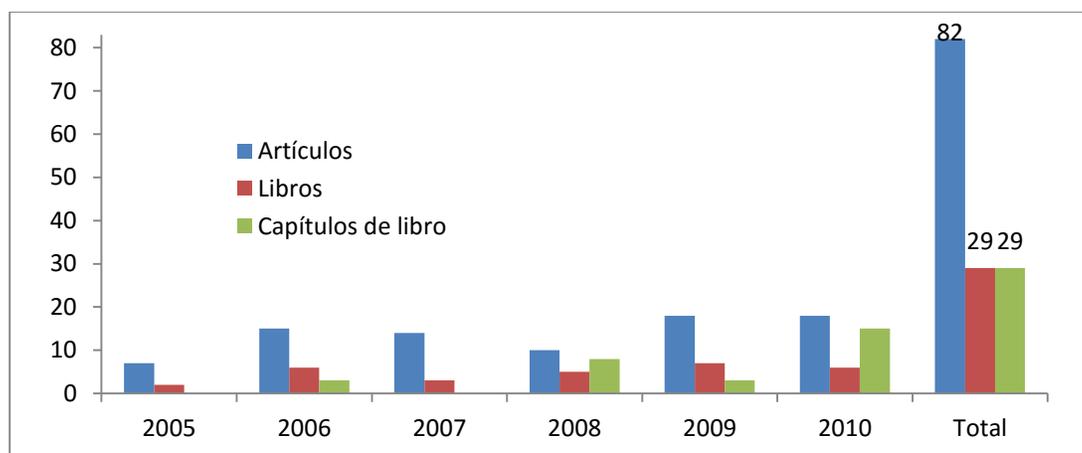
La Tabla 66 muestra las líneas de investigación y el número de proyectos realizados por los grupos de investigación entre 2004 y 2010.

Grupos/Items	Estudios sobre Política y Lenguaje <sup>38</sup>			Sociedad, Política e Historias Conectadas <sup>39</sup>			Estudios Culturales <sup>40</sup>		
Clasificación Colciencias	A1			A			B		
Líneas de Investigación	Estudios de filosofía y filosofía política			Historia, arte y sociedad			Estudios culturales		
	Estudios de narrativas			Historia, cultura y sociedad			Estudios estéticos		
	Estudios del lenguaje			Historia, política y sociedad			Estudios políticos		
	Estudios de comunicación						Estudios ciberculturales		
	Estudios de políticas públicas						Estudios en filosofía y literatura		
# de proyectos (Anexo 30)	31			14			15		
# de productos <sup>41</sup> (Anexo 48)	Artículos de revista	Libros	Capítulos de libro	Artículos de revista	Libros	Capítulos de libro	Artículos de revista	Libros	Capítulos de libro
	46	21	18	17	3	4	19	5	7

**Tabla 66:** Líneas y proyectos de los grupos de investigación del Departamento de Humanidades, 2004-2010.

Fuente: Departamento de Humanidades

De otro lado, en el período 2005-2010, profesores del Departamento de Humanidades que prestan sus servicios al pregrado en Comunicación Social, y vinculados a los grupos de investigación mencionados, publicaron 82 artículos completos en revistas con indicadores de existencia ISSN –69 en revistas nacionales y 13 en revistas internacionales–, 29 libros y 29 capítulos de libro en publicaciones con indicadores de existencia ISBN. Durante estos años el incremento de la producción de artículos y libros tipo A2 y B, según los indicadores de medición de Colciencias, ha sido significativo (Anexo 48). El Gráfico 9 muestra el resumen estadístico de dicha producción.



**Gráfico 9:** Producción intelectual de los docentes del Departamento de Humanidades, 2005-2010

Fuentes: Gruplac de los Grupos de Investigación e Informes Departamento de Humanidades

<sup>38</sup> Para conocer la producción del grupo 2002-2010, puede consultarse:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000183369](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000183369)

<sup>39</sup> Para conocer la producción del grupo 2002-2010, puede consultarse:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000111244](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000111244)

<sup>40</sup> Para conocer la producción del grupo 2002-2010, puede consultarse:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001342719](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001342719)

<sup>41</sup> En este período de tiempo la producción de los grupos de investigación ha sido mayor, como quiera que hay grupos que cuentan con la participación de investigadores de otras universidades y otros países. Aquí solo se tiene en cuenta la producción de los profesores de tiempo completo y/o medio tiempo adscritos al Departamento de Humanidades de la Universidad EAFIT.

Paralelo a esta producción en investigación se debe mencionar la existencia de la revista *Co-herencia*, que es una publicación semestral del Departamento de Humanidades que tiene como propósito difundir informes derivados de investigación, reflexiones teóricas, debates especializados, traducciones y reseñas críticas en torno a temas relacionados con los estudios literarios, filosóficos, históricos, políticos y comunicativos. La revista está clasificada en la Categoría B del Index de Publicaciones Seriadas Científicas y Tecnológicas Colombianas, Publindex, y cuenta en su comité editorial con profesores adscritos al programa de Comunicación Social. Los 12 números publicados hasta diciembre de 2010 suman un total de 153 artículos, de los cuales el 35% corresponde a artículos publicados por docentes del Departamento de Humanidades de la Universidad EAFIT y el 65% a investigadores externos (Anexo 49).

El grupo autoevaluador considera que el programa cuenta con un núcleo de profesores que dedica un tiempo importante, y en ascenso, a la investigación relacionada con el programa de Comunicación Social y articulada con la docencia y la extensión social. Con el propósito de constituirse en una universidad de docencia con investigación, EAFIT ha incrementado en los últimos años la inversión anual en investigación: en 2009, la inversión en investigación fue de \$13.175 millones de pesos; para 2010 la cifra alcanzó los \$14.002 millones; mientras que para 2011 el presupuesto es de \$19.241 millones.

Para el plan de mejoramiento se propone incrementar el número de proyectos de investigación sobre asuntos relacionados con la comunicación de masas, particularmente con el análisis de medios de comunicación, la cultura digital y el periodismo; así como aumentar la vinculación de estudiantes del pregrado a los proyectos de investigación.

El grupo asigna una nota de **4.4** a esta característica. Se cumple en alto grado.

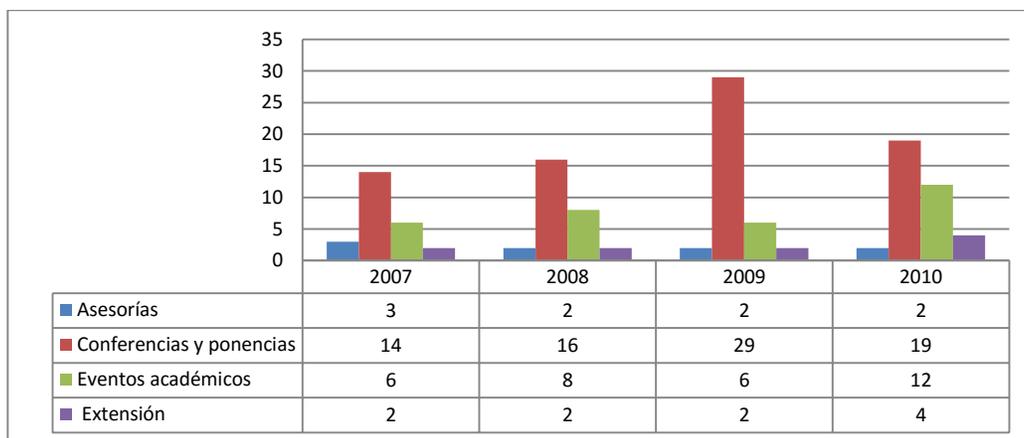
#### **3.4.11. Característica 28. Extensión o proyección social**

Las actividades de proyección social del pregrado son un aspecto prioritario dentro de su trabajo cotidiano por una doble condición: primero, por la convicción de su importancia no sólo para el programa desde el punto de vista académico, sino para el gremio profesional, asociaciones, grupos o entidades públicas o privadas, y en general para la sociedad misma que reciben algunos beneficios del saber y del trabajo en esta área de conocimiento; y, segundo, porque es una respuesta a uno de los aspectos propios de la Misión de la Universidad, la cual plantea una interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico.

Aunque la mayoría de ellas son de orden estrictamente académico, el pregrado las considera de proyección social en tanto que no están dirigidas de manera exclusiva a públicos internos de la carrera, sino que en ellas también pueden participar o se benefician personas ajenas al programa o a la misma institución. Las actividades que tienen que ver con la elaboración de contenidos informativos también están dirigidas a públicos externos, por lo que se constituyen en acciones que se proyectan más allá de la comunidad universitaria y tratan de impactar en sectores más amplios de la sociedad.

Entre estas actividades de proyección social vale la pena enumerar las siguientes (desarrolladas entre 2007 y 2010): 9 asesorías brindadas por sus profesores a proyectos e instituciones de diversa índole; 10 cursos de extensión ofrecidos en conjunto con organizaciones de carácter público y privado en la ciudad y el país (Anexo 29); 78 conferencias ofrecidas por los docentes en escenarios locales, nacionales e internacionales (Anexo 26); así como 32 eventos

académicos organizados por el programa, de los cuales siete de ellos fueron orientados a la formación de periodistas de la ciudad y la región en asuntos relacionados con el cubrimiento del conflicto armado, la Justicia Transicional y la Ley de Víctimas. En la Tabla 67 se puede observar desde el número de actividades de extensión o proyección social entre 2007 al 2010.



**Tabla 67:** Actividades de extensión o proyección social del programa

Fuente: Programa de Comunicación Social

Igualmente, el Pregrado en Comunicación Social tiene dos medios digitales que cumplen dos fines básicos: servir como laboratorios de práctica para los estudiantes y ser medios de comunicación de alta calidad en contenidos, diseño y usabilidad.

- *Revista Bitácora*.<sup>42</sup> es un medio de comunicación universitario que informa acerca de acontecimientos, personajes, procesos y temáticas de interés general, principalmente de Medellín y su área metropolitana. Los criterios de publicación están basados siempre bajo los criterios de “noticia” e “interés público”. La revista no es solo para los universitarios sino para un ciudadano que tiene acceso a Internet y que desea obtener información sobre Medellín y su área metropolitana.

En 2010, la revista Bitácora hizo alianzas académicas e institucionales con la agencia estadounidense de noticias *United Press International (UPI)* para la publicación de trabajos periodísticos de estudiantes en su portal universitario *UPIU* (de los 141 publicados, los editores de *UPI* escogieron 14); con el portal *www.votebien.com*, gracias a lo cual se publicaron 24 trabajos realizados por estudiantes de los énfasis de Periodismo Digital y Comunicación Política, y la especialización en Comunicación Política; y por iniciativa conjunta entre el canal local *Telemedellín*, el periódico *El Colombiano* y el énfasis de Periodismo se realizaron los especiales de *Noticias Telemedellín* denominados “*Política por y para la gente*”, que consistieron en una serie de programas orientados bajo la modalidad de periodismo ciudadano, que buscaron dar voz a las personas del común de cara a las elecciones. En dichos programas se emitieron 7 *vox pop* realizados por nuestros estudiantes en diferentes sitios de la ciudad y 6 notas de televisión con los perfiles de los candidatos a la Presidencia de la República cuyos guiones estuvieron a nuestro cargo. La Tabla 68 resume los contenidos informativos elaborados por Bitácora en 2010:

<sup>42</sup> Su dirección es <http://bitacora.eafit.edu.co>

Piezas	Textos	Fotos	Audios	Videos	Multimedias	TOTAL
Bitácora Noticias y especiales de elecciones 2010	191	585	8	72	16	872
Blog Voces del deporte	45	84	0	6	0	135
Telemedellín	0	0	0	9	0	9
Tecnova	10	0	0	0	0	10
Votebien.com	24	7	0	0	2	33
UPIU	141	240	1	3	8	393
Agencia UPI	14	14	0	0	0	28
Total	425	930	9	90	26	1.480

**Tabla 68:** Producción periodística propiciada por la revista digital Bitácora

Fuente: Programa de Comunicación Social

- *Emisora Acústica:* emite contenidos de audio digital generados por la Universidad EAFIT de acuerdo con sus valores, principios y objetivos generales. Los cursos de radio del pregrado tienen en ella su espacio de práctica. Hace cubrimientos especiales, en directo, de eventos destacados de la Universidad, del pregrado o de la vida de la ciudad.

Dadas las características del Pregrado también se debe señalar como actividades de extensión social la generación de contenidos para terceros, lo cual ha vinculado al programa con instituciones de carácter público y privado, tales como:

- *Organización de Estados Americanos (OEA):* en mayo de 2008, EAFIT fue sede del Modelo de Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (MOEA), una de las actividades previas a la Asamblea General de la OEA que se realizó en Medellín. El MOEA fue un “simulacro” de Asamblea General del organismo, en el cual participaron 204 estudiantes de 27 instituciones de educación superior del país quienes asumieron el papel de diplomáticos de los 34 Estados miembros de la OEA. Un total de 24 estudiantes de Comunicación Social de EAFIT, tres de Ciencias Políticas y cuatro docentes de Comunicación Social hicieron las tareas propias de la oficina de prensa del evento.
- *Ministerio de Educación Nacional:* una veintena de estudiantes de Comunicación Social elaboraron contenidos periodísticos para el Primer Congreso de Educación Virtual Colombia Aprende, realizado por el Ministerio de Educación Nacional entre el 23 de febrero y el 6 de marzo de 2009. Para ello, visitaron escuelas y colegios urbanos y rurales de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caldas y Cundinamarca, donde elaboraron textos, audios y videos sobre proyectos colaborativos de educación en nuevas tecnologías como estrategias para renovar el aprendizaje en primaria y secundaria.
- *Tecnova:* Desde 2008, EAFIT participa con algunos de sus grupos de investigación en la Rueda de Negocios de Innovación Tecnova, que tiene lugar cada año en el Centro de Convenciones Plaza Mayor, de Medellín. La sala de prensa de la Universidad es integrada por alrededor de 28 estudiantes del pregrado en Comunicación Social que realizan piezas informativas para diferentes medios.
- *Agencia de Noticias de EAFIT:* un grupo de estudiantes y egresados de Comunicación Social colabora para la Agencia de Noticias de la Universidad, la cual es dirigida por el Departamento de Comunicación y Cultura. Ellos, bajo la dirección y coordinación de periodistas profesionales de esa dependencia, elaboran noticias, crónicas e informes que tienen como destinatarios a periodistas locales, nacionales y algunos internacionales. La Agencia envía a los medios un boletín diario con una o dos informaciones periodísticas sobre hechos, situaciones o personajes de la vida de la Universidad.

- *Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas*. Desde 2010, estudiantes de los énfasis en Cibermedios y Periodismo Digital diseñan e implementan un servicio web para el intercambio de libros, elaboran piezas infográficas y contenidos para la promoción de lectura y escritura, y para la recuperación de la memoria histórica de actividad periodística en la ciudad.
- *Para la Institución Educativa Benedikta Zur Nieden*, que alberga tres escuelas públicas de la ciudad: Especial Municipal San Javier, Carlos Vieco y Juan de Dios Aranzazu, ofreciendo los niveles de educación preescolar, básica primaria y secundaria y el grado 10° de educación media técnica con énfasis en secretariado comercial. Durante 2010 profesores del programa llevaron a cabo talleres de capacitación con 22 docentes de español y literatura (primaria y secundaria) de la institución para el diseño de módulos de lecto-escritura. Esto comprendió el diseño de cinco módulos, con un tiraje de 100 ejemplares por módulo, para usar en 12 instituciones públicas pertenecientes a Secretaría de Educación de Medellín.

Finalmente, la jornada anual denominada *Periodistas en la Carrera* es otro de los mecanismos utilizados por el programa de Comunicación Social para su proyección social. Esta jornada busca, a través de un día de trabajo periodístico, dar cuenta de problemáticas sociales a nivel local y regional, contando para ello con la participación de estudiantes y profesores del pregrado, lo cual se complementa con la realización de foros temáticos que buscan tener impacto en la ciudad. La Tabla 69 muestra el número de actividades realizadas entre 2004 y 2010.

Año	Tema	Estudiantes reporteros	Periodismo escrito (noticias, entrevistas, Crónicas)	Fotografía	Periodismo audiovisual	Periodismo radial	Redes sociales (Facebook Twitter)
2004	Movilidad en el Valle de Aburrá	60	45	5	1	-	-
2005	Impacto socio-económico de la apertura del Túnel de Occidente	75	35	20	3	-	-
2006	El centro y los nuevos centros de Medellín	90	70	25	5	-	-
2007	Empalme administrativo y político en el Valle de Aburrá	100	75	30	8	5	-
2008	Medio ambiente regional	100	75	35	7	7	-
2009	Voces del deporte	120	85	35	10	5	-
2010	La cultura es noticia	150	105	30	8	10	100

**Tabla 69:** Balance de Periodistas en la Carrera

Fuente: Pregrado en Comunicación Social

El grupo autoevaluador considera que el programa de Comunicación Social cuenta con mecanismos para enfrentar académicamente problemas del entorno e incorpora en el plan de estudios el resultado de estas experiencias. El pregrado realiza un buen número de actividades académicas de cara a la ciudad que permiten la proyección del programa a la comunidad, además los profesores son actores de dicha proyección en la medida en que son llamados por otras instituciones de la ciudad y el país para dar conferencias y prestar asesorías. En todo caso se insta a fortalecer el compromiso social del pregrado con los sectores sociales menos favorecidos. En concreto, en medios informativos independientes.

El grupo asigna una nota de **4.3** a esta característica. Se cumple en alto grado.

### 3.4.12. Característica 29. Recursos bibliográficos

El programa cuenta con recursos bibliográficos pertinentes gracias a las políticas de adquisición que contemplan los siguientes aspectos: renovación y nuevas adquisiciones de bases de datos o revistas electrónicas, de revistas en papel, libros y otros (Anexo 50). La disponibilidad del material bibliográfico por áreas académicas y colecciones se lista a continuación:

Área temática	Libros impresos (Ejemplares)						Revistas impresas	Audiovisuales <sup>43</sup>	Docs <sup>44</sup>	Otros <sup>45</sup>
	Total títulos	Total Ejemplares	Medellín	Llanog	Bog	Per				
Literatura	19.532	23.703	23.533	167		3	94	22	702	44
Historia y Geografía	12.636	18.287	18.204	82	1	-	70	435	800	1.888
Ciencias Políticas	3.293	4.069	4.065	4	-	-	106	39	150	96
Derecho	6.946	8.889	8.851	25	7	6	127	4	160	253
Economía-Comercio	9.379	12.143	11.931	122	41	49	229	57	916	640
Ciencias Básicas, Matemáticas	6.912	9.231	9.095	88	26	22	94	418	474	274
Administración	4.616	6.371	5.907	266	72	126	160	336	422	854
Filosofía - Ciencias Religiosas	6.250	7.290	7.254	34	2	-	-	46	170	1.857
Ciencias Sociales	5.544	6.254	6.219	26	6	3	220	107	200	340
Ingeniería Básica - Mecánica	2.376	3.145	3.141	2	2	-	48	36	258	786
Sistemas e Informática	2.230	2.860	2.853	2	-	5	139	27	487	701
Diversas(****)	2.310	5.054	5.020	34	-	-	503	90	800	182
Ingeniería Civil - Construcción	2.910	3.532	3.530	2	-	-	85	30	648	302
Ingeniería de Producción	1.754	2.508	2.453	41	10	4	85	139	264	1.491
Ciencias de la Tierra	1.995	2.501	2.499	2	-	-	175	169	2.156	223
Mercadeo y Publicidad	1.709	2.267	2.029	75	103	60	-	156	234	124
Bellas Artes	3.295	3.980	3.962	18	-	-	36	3.517	-	23
Educación	1.809	2.087	2.072	7	8	-	56	10	383	143
Lenguas e Idiomas	1.346	1.790	1.766	23	1	-	-	14	1	156
Música	1.598	2.028	2.022	6	-	-	62	3.686	30	6.887
Ingeniería de Procesos	978	1.316	1.316	-	-	-	30	58	129	457
Contaduría	660	1.139	1.048	39	9	43	32	18	178	58
Ingeniería de Diseño	936	1.222	1.222	-	-	-	19	61	-	262

<sup>43</sup> CD's de Audio y DVD de video

<sup>44</sup> Normas, Catálogos, Cedo (casos), Cemdoc (artículos)

<sup>45</sup> Otros Proyectos, Tesis, Partituras, Archivo Histórico, Técnica musical, partituras, Software, Casetes, Disquete, Balances, Documento Histórico

Área temática	Libros impresos (Ejemplares)						Revistas impresas	Audiovisuales <sup>43</sup>	Docs <sup>44</sup>	Otros <sup>45</sup>
	Total títulos	Total Ejemplares	Medellín	Llanog	Bog	Per				
Ciencias de la Salud	648	721	718	-	3	-	8	96	-	136
Arquitectura-Diseño	531	628	628		-	-	38	2	11	6
Ciencias Agrícolas	315	390	388	2	-	-	20	6	40	41
Total	102.508	133.405	131.726	1.067	291	321	2.436	9.579	9.613	18.224

**Tabla 70:** Material bibliográfico del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas, a 9 de febrero de 2011  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

Al consultar a los profesores y estudiantes sobre la actualidad, pertinencia y suficiencia del material bibliográfico se constata que ambos sectores de la comunidad académica califican positivamente estos aspectos (Tabla 71). El 91% de los profesores y consultados le otorgan una alta calificación (entre 5 y 4) a la actualidad y pertinencia de los recursos bibliográficos, mientras que el 82% emite esta misma calificación respecto a la suficiencia de los mismos. Igual ocurre con los estudiantes, cuyas calificaciones para estos tres factores están entre el 90% y el 80%.

Califique el material bibliográfico y otras fuentes de información disponibles en la Universidad para el desarrollo del programa	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Actualidad	53%	38%	9%	0%	0%	0%	100%	58%	31%	6%	1%	0%	5%	100%
Pertinencia	63%	28%	9%	0%	0%	0%	100%	58%	32%	5%	1%	0%	5%	100%
Suficiencia	44%	38%	16%	3%	0%	0%	100%	52%	28%	11%	3%	0%	7%	100%

**Tabla 71:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la actualidad, pertinencia y suficiencia del material bibliográfico  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

La Tabla 72 muestra la disposición del material bibliográfico entre 2003 y febrero de 2011. Como puede observarse, ha habido un aumento del 183% en la colección.

Colección	2003	2004	2005	2006	2.007	2.008	2009	2010	2011 <sup>46</sup>
Libros impresos	54.654	69.377	78.492	88.690	101.623	103.417	146.200	153.972	154.085
Libros electrónicos	0	0	0	0	0	9.343	12.693	16.193	19.623
Documentos impresos	8.011	8.315	8.621	8.842	9.055	9.387	9.531	9.863	9.865
Archivo Histórico y Folletos	2.613	2.584	3.554	3.932	3.409	3.460	3.465	4.530	4.530
Proyectos de grado(pregrado)	2.686	2.857	3.238	4.075	4.635	4.672	5.333	5.691	5.691
Partituras	1.501	1.654	2.497	3.980	5.024	5.138	6.152	6.877	6.887
Títulos de Revistas (impresas)	1.669	1.872	2.030	2.131	2.126	2.164	2.353	2.436	2.436
Cd (audio)	1.298	1.546	2.007	2.463	3.222	3.223	3.155	3.175	3.175
Tesis (posgrado)	591	653	745	902	993	1.012	1.163	1.257	1.257
Audiovisuales (video)	4.847	5.179	200	1.699	3.058	3.637	5.224	6.146	6.443
Material Impreso <sup>47</sup>	15.402	16.063	18.655	21.731	23.116	23.669	25.644	28.218	28.230
Material Audiovisual <sup>48</sup>	6.145	6.725	2.207	4.162	6.280	6.860	8.379	9.321	6.887
Títulos de revistas electro (bases de datos) <sup>49</sup>	0	0	0	34.292	34.292	35.999	36.009	36.009	36.009

**Tabla 72:** Material bibliográfico disponible entre 2003 y 2010, según el sistema de información de la biblioteca  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

<sup>46</sup> Cantidad de ejemplares disponibles a febrero 09 de 2011.

<sup>47</sup> Material impreso: Documentos, Folletos, Proyectos de grado (pregrado), Partituras, Tesis (posgrado)

<sup>48</sup> Material Audiovisual: DVD y CDS

<sup>49</sup> Bases de datos: ACM, ACS, ANIF, EBSCO HOST, IEEE COMPUTER SOCIETY, JSTOR, PROQUEST, SIENCE DIRECT, SPRINGER, EMERALD

La Tabla 73 muestra la evolución de los préstamos del material bibliográfico tanto a profesores como a estudiantes entre el primer semestre de 2006 y el segundo semestre de 2010.

	Año - Semestre									
	2006-1	2006-2	2007-1	2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2
Préstamos estudiantes	362	471	722	661	1.012	875	883	980	790	1.174
Préstamos profesores	990	1.155	1.184	996	1.213	938	1.029	851	1.013	871

**Tabla 73:** Número de profesores y estudiantes del programa que utilizan material bibliográfico disponible  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

La biblioteca *Centro Cultural Luis Echavarría Villegas* cuenta con dos bases de datos de libros electrónicos (Tabla 74) y siete bases de datos de revistas electrónicas relacionadas con el campo de estudios de la comunicación (Tabla 75).

Base de datos de libros electrónicos		
Datos a septiembre de 2010	Total títulos de libros en texto completo	Acceso / Sedes
Springer (ediciones de 2005 al 2010)	19.543	Acceso desde el campus y remoto
Gale Virtual Reference Library	30	Aplica a todas las sedes

**Tabla 74:** Bases de datos de libros electrónicos útiles a Comunicación Social  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

Bases de datos de revistas electrónicas		
Datos a diciembre de 2010	Total títulos de revistas en texto completo	Acceso / Sedes
Proquest	9.969	Acceso desde el campus y remoto
EBSCOhost	21.174	Acceso desde el campus y remoto
Jstor	614	Acceso desde el campus y remoto
Science Direct	180	Acceso desde el campus y remoto
Springer	1.300	Acceso desde el campus y remoto
Emerald	200	Acceso desde el campus y remoto
ANIF	10	Sede Medellín

**Tabla 75:** Bases de datos de revistas electrónicas útiles a Comunicación Social  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

A la biblioteca de la Universidad llegan las siguientes revistas del área de la comunicación, el periodismo, la opinión pública y los medios, ya sea mediante la modalidad de canje o por suscripción.

No.	TÍTULO	No.	TÍTULO
1	Critical Studies in Media Communication	19	Revista Signo y Pensamiento
2	Discourse and Society	20	Anàlisi
3	Journal of Communication	21	Comunicación y Medios
4	Journalism Studies	22	Comunicação & Política
5	Journalism Practice	23	Contratexto
6	Political Communication	24	Palabra Clave
7	Public Opinion Quarterly	25	Imaginanza
8	Public Understanding of Science	26	Mediaciones
9	Communication Arts	27	Escribania: comunicación, cultura y región
10	Comunicación y Sociedad, U. de Guadalajara	28	Revista Folios
11	Comunicación y Sociedad, U. de Navarra	29	Conexiones

12	Comunicación: estudios venezolanos de comunicación	30	Anagramas
13	Razón y Palabra	31	Rolling Stone (en español)
14	Chasqui	32	The New Yorker
15	Telos	33	The Paris Review
16	Comunicarte	34	Vanity Fair (en español)
17	Revista Mexicana de Comunicación	35	Etiqueta Negra (Perú)
18	Revista Comunicar	36	VQR

**Tabla 76:** Revistas disponibles útiles a Comunicación Social  
Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

El grupo autoevaluador considera que las políticas de adquisición y renovación, y la disponibilidad del material bibliográfico, tanto en materiales físicos como en recursos electrónicos, son adecuadas para el desarrollo del programa. La opinión y el uso que tanto los profesores como los estudiantes hacen de los recursos disponibles en el Centro Cultural Luis Echavarría Villegas son muy favorables.

Para el plan de mejoramiento se propone incentivar el uso y consulta de las revistas especializadas en el área de la comunicación, así como el uso y consulta de las bases de datos entre los estudiantes y profesores.

El grupo asigna una nota de **4.5** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.4.13. Característica 30. Recursos informáticos y de comunicación

El Centro de Informática es la dependencia administrativa encargada de la adquisición, mantenimiento y actualización de los recursos informáticos de la Universidad. La conforman las áreas de Desarrollo de Sistemas de Información, Informática Académica, Mantenimiento de Micros, Soporte a Sistemas Operativos, Administración de Bases de Datos y la línea de atención a usuarios "Saúl".

La Tabla 77 resume los indicadores relacionados con el uso y la capacidad de la infraestructura informática y de las salas de cómputo de la Universidad a febrero de 2011.

Ítem	Indicador
Canal internet	130 Mbps
Canal red de alta velocidad - Regional	60 Mbps
Correos electrónicos enviados	48.069.976
Correos electrónicos recibidos	40.481.253
Equipos de cómputo comprados (PC's y Portátiles)	59
Equipos de cómputo conectados a la Red	2407
Horas atención salas/docentes	46.873,50
Horas atención salas/estudiantes	297.553,50
Horas disponible por semana/estudiantes en salas de cómputo	11,48 h/s
Horas servidas cursos de extensión	1.364
Número de acceso diario a EAFIT Interactiva	8.263
Número de cursos en EAFIT Interactiva	2.348
Número de equipos de cómputo en el aula móvil	80
Número de equipos de cómputo para préstamo a estudiantes	80
Número de estudiantes evaluados por EAFIT Interactiva	15.186
Número de exámenes en línea	903
Número de mensajes de texto enviados a celular	1.425
Número de zonas WiFi (AirEAFIT)	63
Número salas de cómputo	42

Ítem	Indicador
Número videoconferencias realizadas	207
Número videoconferencias realizadas por RENATA	17
Número visitantes al Portal	5.208.756
Porcentaje de docentes y monitores con equipos de cómputo	100%
Promedio visitante Portal/día	15.689
Puntos de red	2407
Sistemas de información desarrollados	9
Software académico adquirido	50
Total computadores	3008
Total equipos en las salas de cómputo	1247
Total impresoras	170
Total préstamo equipos de cómputo a estudiantes	8.536
Total reservas Clases en el aula móvil	707
Total servidores	57
Total sistemas de información	55
Total software académico	259
Turnos equipos de cómputo en Biblioteca	77.143
Turnos equipos de cómputo en los mezanine Biblioteca	29.008
Usuarios promedio día Campus Inalámbrico	4.152

**Tabla 77:** Principales indicadores de uso de los recursos informáticos de la Universidad  
Fuente: Centro de Informática

Al consultar la opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia, actualización y pertinencia de los recursos informáticos y de comunicación disponibles en la institución su percepción es en términos generales muy positiva (Tablas 78, 79 y 80). Sobresalen, dentro de los recursos informáticos, los portales web y el software disponible (para la gestión académica y administrativa), y los dos medios de comunicación que tiene el pregrado.

Califique la suficiencia de los recursos informáticos y de comunicación disponibles en la Universidad con que cuenta el pregrado para cumplir con sus propósitos	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Portales web y software	78%	22%	0%	0%	0%	0%	100%	79%	18%	3%	0%	0%	0%	100%
Salas de computadores	59%	28%	13%	0%	0%	0%	100%	67%	27%	6%	1%	0%	0%	100%
Canal En Vivo	41%	38%	6%	9%	3%	3%	100%	47%	23%	16%	5%	2%	8%	100%
Emisora Acústica	56%	28%	3%	0%	6%	6%	100%	48%	28%	12%	3%	3%	5%	100%
Revista digital Bitácora	63%	28%	0%	3%	3%	3%	100%	59%	25%	8%	2%	1%	4%	100%
Periódico estudiantil Nexos	41%	38%	6%	9%	0%	6%	100%	51%	23%	11%	6%	5%	5%	100%
Revista Co-herencia	41%	28%	13%	6%	3%	9%	100%	33%	14%	7%	4%	4%	38%	100%

**Tabla 78:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la suficiencia de los recursos informáticos y de comunicación

Califique la actualización de los recursos informáticos y de comunicación disponibles en la Universidad con que cuenta el pregrado para cumplir sus propósitos	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Portales web y software	75%	22%	0%	0%	0%	3%	100%	72%	20%	3%	2%	1%	3%	100%
Salas de computadores	56%	31%	9%	0%	0%	3%	100%	59%	28%	9%	1%	1%	2%	100%
Canal En Vivo	41%	38%	9%	6%	3%	3%	100%	47%	21%	12%	4%	2%	15%	100%
Emisora Acústica	47%	41%	0%	0%	6%	6%	100%	50%	26%	11%	3%	2%	8%	100%
Revista digital Bitácora	41%	47%	3%	3%	3%	3%	100%	56%	24%	8%	1%	2%	8%	100%
Periódico estudiantil Nexos	44%	31%	6%	6%	3%	9%	100%	51%	23%	5%	5%	5%	12%	100%
Revista Co-herencia	38%	31%	9%	3%	6%	13%	100%	30%	15%	9%	2%	3%	41%	100%

**Tabla 79:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la actualización de los recursos informáticos y de comunicación

Califique la pertinencia de los recursos informáticos y de comunicación disponibles en la Universidad con que cuenta el pregrado para cumplir sus propósitos	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Portales web y software	75%	25%	0%	0%	0%	0%	100%	79%	18%	2%	0%	0%	1%	100%
Salas de computadores	63%	61%	6%	0%	0%	0%	100%	68%	26%	4%	1%	0%	1%	100%
Canal En Vivo	53%	31%	0%	13%	0%	3%	100%	54%	21%	10%	0%	5%	9%	100%
Emisora Acústica	56%	28%	3%	3%	3%	6%	100%	53%	27%	8%	3%	3%	5%	100%
Revista digital Bitácora	59%	31%	0%	3%	3%	3%	100%	59%	22%	10%	2%	1%	5%	100%
Periódico Nexos	50%	25%	13%	0%	3%	9%	100%	52%	18%	10%	6%	8%	5%	100%
Revista Co-herencia	50%	28%	6%	0%	6%	9%	100%	26%	17%	8%	2%	4%	43%	100%

**Tabla 80:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la pertinencia de los recursos informáticos y de comunicación

Según el Centro de Cómputo, en el segundo semestre de 2010 los estudiantes de Comunicación Social Utilizaron las salas de informática un total de 4.514 veces que equivalieron a 6.494 horas. De otro lado, 190 estudiantes hicieron uso del préstamo de computadores portátiles, para un total de 760 horas (Anexo 51).

El grupo autoevaluador considera que la Universidad EAFIT, el programa de Comunicación Social, los profesores y estudiantes disponen de recursos informáticos y de comunicación para los procesos académicos. En todas las aulas de la Universidad se cuenta con un computador portátil con acceso a Internet y el software que se requiere para las clases, y un proyector o televisor de pantalla plana; existen también suficientes salas de cómputo y acceso a Internet inalámbrico en todo el campus. Se pueden solicitar y actualizar recursos informáticos en el presupuesto de los departamentos académicos (de acuerdo con las necesidades en los cursos), carreras y proyectos de investigación. El Departamento de Informática cuenta con manuales con políticas y procedimientos para el manejo y actualización de todo tipo de recursos informáticos para los procesos académicos.

En el tema de comunicación, existen herramientas virtuales (EAFIT Interactiva, correo electrónico, boletines electrónicos, sitios web, blogs) para la difusión de información. El

Departamento de Comunicación y Cultura tiene manuales de estilo para el manejo de la imagen de la Universidad EAFIT en dichas comunicaciones y respeto en temas de propiedad intelectual.

El grupo asigna una nota de **4.7** a esta característica. Se cumple plenamente.

#### 3.4.14. Característica 31. Recursos de apoyo docente

Dada la naturaleza del programa orientado hacia comunicación mediada por tecnologías de la información y la comunicación, un número importante de cursos del pregrado se desarrolla en aulas con computadores, todos con conexión a Internet y software especializado según sus necesidades. Los cursos del área de periodismo, por ejemplo, se realicen en aulas con computadores por la metodología que busca convertir la mayor cantidad posible de veces el salón en una “sala de redacción”, con el profesor cumpliendo el papel de editor y los estudiantes de reporteros. Los mejores productos de clase se publican en la revista digital *Bitácora* que pasa a ser otro recurso docente.

Igual ocurre con los cursos del área de cibermedios donde hay reflexión y producción permanente en el *MediaLab* y las aulas de computadores en las que se desarrollan sus clases, que se convierten así en su ámbito natural de trabajo. Su producción se publica en canales de Internet propios de los estudiantes o del programa.

Las asignaturas del área audiovisual se desarrollan en espacios físicos y con equipos del Centro Multimedial, una unidad de apoyo que pertenece a la Escuela de Ciencias y Humanidades, y que posee el equipamiento técnico requerido para servir al programa (Anexo 52).

La capacidad y disponibilidad de los recursos audiovisuales al servicio del pregrado es pertinente para la marcha normal de las asignaturas. En caso que se presenten problemas, el docente puede solicitar el servicio del Aula Móvil para recibir en su salón los computadores portátiles que hagan falta para él o sus estudiantes.

Sobre el grado de correspondencia entre el número de estudiantes del programa y la capacidad de rotación en los laboratorios, talleres y salas de audiovisuales, entre otros, el pregrado cuenta con los servicios del Centro Multimedial, que consta de un estudio de T.V con 113 metros cuadrados, laboratorios y talleres dotados con los equipos pertinentes.

Centro Multimedial	Cantidad	Capacidad
Estudios de televisión principal y auxilliar	2	20 estudiantes
Salas de visualización	3	10 estudiantes
Cabina audio para el máster y para radio	2	10 estudiantes
Estudio de fotografía	1	5 estudiantes
Master de televisión	1	15 estudiantes
Laboratorio de video	2	15 estudiantes
Laboratorio de graficación	1	15 estudiantes
Sala de edición no lineal E-mac	1	15 estudiantes
Sala de redacción	1	20 estudiantes
Sala multimedia	2	15 estudiantes
Canal de televisión vía Internet	1	20 estudiantes
Sala de edición analógica (s-vhs y Betacam)	1	5 estudiantes

Videoteca	1	---
Camerinos	2	---
Bodega	1	---

**Tabla 81:** Equipos del Centro Multimedial disponibles para los estudiantes

Fuente: Centro Multimedial

Los profesores y estudiantes consultados califican positivamente la calidad de los recursos audiovisuales de la Universidad (Tabla 82). Son respuestas que corroboran la dotación que tienen todas las aulas de la Universidad EAFIT de recursos tales como computador, *video beam* con parlantes o televisor, para el servicio de la comunidad académica.

Califique la calidad de las ayudas audiovisuales disponibles en cada aula de la universidad para cumplir los propósitos de formación del programa	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Video beam	75%	22%	3%	0%	0%	0%	100%	83%	14%	2%	1%	0%	0%	100%
Computador	66%	28%	6%	0%	0%	0%	100%	78%	18%	2%	2%	1%	0%	100%
Pantalla digital	53%	16%	3%	3%	0%	25%	100%	67%	12%	5%	2%	2%	12%	100%
Tableros	69%	22%	9%	0%	0%	0%	100%	85%	13%	1%	1%	0%	0%	100%
Salas de computadores	59%	25%	16%	0%	0%	0%	100%	72%	18%	7%	2%	1%	0%	100%
Salas Mac	50%	28%	6%	0%	0%	16%	100%	73%	17%	2%	4%	1%	3%	100%
Aula móvil	44%	19%	9%	0%	0%	28%	100%	51%	15%	5%	3%	1%	24%	100%
Sala de edición	50%	31%	3%	0%	0%	16%	100%	64%	19%	7%	4%	1%	4%	100%
Salas de audio/radio	53%	25%	3%	3%	0%	16%	100%	60%	18%	13%	3%	1%	4%	100%

**Tabla 82:** Opinión de profesores y estudiantes sobre la calidad de los recursos audiovisuales

Aunque Comunicación Social no es un programa virtual ni a distancia, la Universidad cuenta con una plataforma tecnológica denominada EAFIT Interactiva<sup>50</sup>, que soporta todos los cursos y mantiene la interacción entre estudiantes y profesores. El 100% de docentes y alumnos usa esta plataforma. La dependencia encargada de prestar mantenimiento y soporte técnico a los usuarios de ella es EAFIT Virtual.

Esta plataforma se complementa con el proyecto institucional de educación para profesores llamada *Proyecto 50*<sup>51</sup>, el cual busca capacitarlos en competencias didácticas y pedagógicas utilizando tecnologías de la información y la comunicación.

<sup>50</sup> Esta plataforma se enmarca en una propuesta pedagógica centrada en el estudiante. El alumno se concibe como una persona activa y emprendedora, y el profesor actúa como persona que estimula, orienta y facilita el aprendizaje de sus alumnos. La enseñanza que tiene lugar en un campus universitario interactivo prescinde de espacios físicos como las aulas, esto permite que docentes y estudiantes puedan encontrarse "virtualmente".

<sup>51</sup> Durante los últimos años se han llevado a cabo estrategias dirigidas a apoyar el desarrollo profesional docente para generar una cultura permanente de aprendizaje, innovación e investigación creativa. Es así como en 2009 surgió el proyecto *Currículo VIVO*, que ha venido desarrollando acciones específicas en la generación de una ruta de formación basada en competencias para los docentes y monitores académicos de EAFIT, en la construcción de comunidades de aprendizaje, en la ingeniería de los procesos pedagógicos para la renovación de los currículos y la transformación de la cultura a través de las comunidades de aprendizaje. Para 2010 la Universidad acoge la propuesta inicial de *Currículo VIVO*, enmarcándola en la celebración de los 50 años, y como un aporte especial surge el *Proyecto 50* que busca impulsar procesos de gestión curricular y dotar a la Universidad de espacios físicos y virtuales donde los docentes además de tener acceso a la tecnología más contemporánea, encuentren asesoría y acompañamiento permanente para transformar los procesos de aprendizaje y enseñanza. Fuente: <http://www.eafit.edu.co/proyecto50/Paginas/el-proyecto-50.aspx>

El grupo autoevaluador considera que el programa cuenta con recursos suficientes, actualizados y adecuados de apoyo docente para el desarrollo de la mayor parte de las actividades académicas (laboratorios, equipos, medios audiovisuales, software, aplicativos web, laboratorio para la producción de contenido docente). Los profesores y estudiantes de la carrera utilizan la mayoría de esos recursos y califican positivamente su existencia y uso.

No obstante, al pregrado le falta una mejor dotación de laboratorios para hacer efectiva la propuesta del *Medialab* de cara a los énfasis de Periodismo Digital y Cibermedios. Esta mejor dotación apunta además a enfrentar con una buena infraestructura el incremento en el número de estudiantes del pregrado, que ya es una realidad.

En cuanto al Centro Multimedial, el grupo autoevaluador observa que en los últimos años dicho centro ha tenido un desarrollo autónomo al pregrado, lo que ha generado dificultades relacionadas con la dotación de recursos físicos y tecnológicos para el pregrado en Comunicación Social y la gestión presupuestal autónoma del programa, razón por la cual se plantea la necesidad de solicitarle al la Decanatura de la Escuela de Ciencias y Humanidades y a las directivas de la Universidad mayor claridad con respecto a las funciones de apoyo y de gestión administrativa del Centro Multimedial.

Para el plan de mejoramiento se propone adecuar el aula 38/304 con máquinas y licencias Macintosh de última generación con el fin de desarrollar la propuesta del Centro de Experimentación Hipermedia del Pregrado de Comunicación Social, denominado *Medialab*.

Asimismo se propone solicitarle a las instancias directivas de la Universidad revisar las funciones de apoyo y acompañamiento que ofrece el Centro Multimedial a los procesos de enseñanza del pregrado en Comunicación Social (Véase el plan de mejoramiento del factor 8).

El grupo asigna una nota de **4.2** a esta característica. Se cumple en alto grado.

### **3.5. FACTOR 5: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS AL BIENESTAR INSTITUCIONAL**

#### **3.5.1. Característica 32. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario**

El Bienestar Universitario en EAFIT tiene como Misión propiciar la conversación, el juego, la recreación, las artes y la promoción de la salud, enmarcados dentro de diversos programas, y siguiendo los lineamientos de la Misión de la Universidad de “formar personas comprometidas con el desarrollo de su comunidad”. Para cumplir esto, define como sus principios rectores: la integralidad, el sentido comunitario, la interacción social, la universalidad, la equidad, la coherencia, la transparencia y la pertinencia (Anexo 53).

La Dirección de Desarrollo Humano es la dependencia encargada de coordinar las diversas actividades que se dirigen a la comunidad universitaria (estudiantes, profesores, empleados, egresados y familiares). Esta dirección está conformada por los departamentos de Desarrollo de Empleados, Desarrollo Artístico, Deportes, Desarrollo Estudiantil y el Departamento Médico y de Salud Ocupacional, cuyos servicios están en la Tabla 83.

Área	Servicios
Desarrollo estudiantil	Consultorio Psicológico Consultorio de Orientación Vocacional Consultorio Académico Cátedra de Metodología del Aprendizaje Conversatorios, foros y seminarios para promover el buen rendimiento académico Talleres de reflexión analítica con estudiantes becados Curso de Técnicas de Estudio Programa de Inducción y Tutoría Programa de Apoyo a Grupos Estudiantiles Programa de Acompañamiento Espiritual Apoyo al Programa de Becas Universidad EAFIT Curso Desarrollo de la Creatividad en la Solución de Problemas Programa de Acompañamiento a Padres de Familia de Estudiantes Becados
Desarrollo artístico	Talleres artísticos, recreativos y de uso y aprovechamiento del tiempo libre Grupos de expresión artística Aula Abierta para el Desarrollo Artístico Vacaciones Recreativas
Servicio médico	Consulta médica general Consulta nutricional Consulta odontológica Atención de primeros auxilios Validación de incapacidades médicas Talleres de salud para estudiantes de primer semestre y pre-práctica Festival de la Salud Jornadas de vacunación y donación de sangre Póliza de accidentes para estudiantes de pregrado Área protegida para la atención de emergencias y urgencias médicas Programas de medicina preventiva
Deportes	Club de Caminantes Programa de acondicionamiento físico (Prass) Cursos deportivos Deportes representativos Eventos internos Deporte formativo
Desarrollo de empleados	Procesos de selección de personal Definición de perfiles y valoración de cargos Contratación de los empleados administrativos, docentes (nacionales o extranjeros) personal de proyectos de investigación y aprendices Programas de inducción y entrenamiento Asesoría, seguimiento y administración del escalafón docente Administración de la curva salarial del personal administrativo Capacitación y coordinación de planes de desarrollo para los empleados Organización de programas para pre jubilados
Beneficios y compensaciones	Programa de Becas Universidad EAFIT Programa de asignación de monitorías Asesoría en aspectos relacionados con la nómina (retención en la fuente, pensión, salud, cesantías, vacaciones, etc.) Deduciones de nómina Convenios para préstamos con entidades financieras Préstamos para vivienda, estudios o calamidad Pólizas colectivas de vehículo, salud, vida y hogar Planes complementarios de salud y exequias Asesoría en el programa de becas (estímulo académico, estímulo a las actividades co-curriculares, dificultades económicas, becas hijos y cónyuge de empleados)

Tabla 83: Servicios de bienestar universitario

Fuente: Dirección de Desarrollo Humano

Entre estos servicios de Bienestar Universitario vale la pena resaltar el Programa de Becas de la Universidad EAFIT, que durante 27 años ha venido construyendo un abanico de opciones para que los estudiantes puedan acceder a la financiación de sus matrículas de acuerdo con sus necesidades, dificultades, habilidades y quehaceres en la Universidad, con el compromiso de mantener un excelente nivel académico.

En 2010, el 12% de la población eafitense contaba con algún tipo de beca. En 2011-1, de los 9.058 alumnos matriculados, 1.358 contaban con algún tipo de beca. De este número de becados, 80 son estudiantes de Comunicación Social, lo que corresponde al 19% de la población total del programa (que es de 419 estudiantes). La Tabla 84 muestra la evolución del programa de becas para los estudiantes de Comunicación Social desde 2007.

Estudiantes becados de Comunicación Social									
	20071	20072	20081	20082	20091	20092	20101	20102	20111
Deportistas Juegos Nacionales Universitarios			1	1	1	1	2		3
Deportistas mejores académicamente		2		1	1	1		1	3
Deportistas zonal universitario	1							1	
Beca EAFIT (seguro-carné)			1	1	1	1	1	1	
Crédito educativo condonable	2	3	2	3	6	6	5	4	4
EAFIT					1		1	1	1
EAFIT - Aportes empleados	1	1	1	1	1				
Fondo Social Andi-EAFIT, convenio 2004	2	2	2	2	3	3	4	4	6
Fundacion Suiza	2	2	2	2	1	1	1	1	
Medellín la más educada - EAFIT									1
Rectoría	4	5	8	4	4	4	10	13	15
Suiza-EAFIT	1	1	1	1					
Empleado pregrado	6	10	10	11	11	12	12	12	11
Educación media técnica en informática	1	1	1	1	1				
Honor pregrado	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Municipio de Medellín	1	3	4	5	6	7	8	10	11
Municipio de Sabaneta					2	4	5	5	4
Reconocimiento al liderazgo	2		1	1	1	1	3	1	2
Reconocimiento grupos artísticos									3
Hijo de empleado	11	11	12	12	15	14	13	9	14
Hijo empleado cátedra		1	1	2	1	1	1	2	1
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>43</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>67</b>	<b>66</b>	<b>80</b>

**Tabla 84:** Estudiantes de Comunicación Social con algún tipo de beca

Fuente: Dirección de Desarrollo Humano

En cuanto a otros servicios de Bienestar Universitarios, vale la pena señalar el número de estudiantes de Comunicación Social atendidos por el servicio médico entre 2005 y 2010, con su respectiva evolución (Tabla 85).

Estudiantes de Comunicación Social atendidos en el Servicio Médico entre el 2005 y 2010							
Festival de la Salud	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
		9	0	79	143	127	67
Taller de Salud	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	169	110	130	145	207	152	<b>913</b>
Odontología	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	12	4	0	1	0	0	<b>17</b>
Consulta Médica	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	18	7	22	29	25	22	<b>123</b>

**Tabla 85:** Estudiantes atendidos por el servicio médico

Fuente: Servicio médico, Universidad EAFIT

En la encuesta realizada para conocer la opinión de los profesores y estudiantes sobre los servicios que ofrece Bienestar Universitario se encontró que el 81% de los profesores y el 90% de los estudiantes dicen conocer dichos servicios (Tabla 86).

Conoce usted los programas y servicios que ofrece la Dirección de Desarrollo Humano-Bienestar Universitario	Profesores	Estudiantes
Sí	81%	90%
No	19%	10%
Total	100%	100%

**Tabla 86:** Opinión de profesores y estudiante sobre el conocimiento de los servicios de bienestar universitario

Por su parte, el 72% de los profesores y el 70% de los estudiantes califican como alta la calidad de los servicios de Bienestar Universitario (Tabla 87).

Cómo califica usted los programas y/o servicios ofrecidos por la Dirección de Desarrollo Humano-Bienestar Universitario	Profesores	Estudiantes
Excelentes	56%	53%
Buenos	16%	17%
Regulares	3%	11%
Insuficientes	0%	1%
Malos	0%	1%
Sin información	25%	17%
Total	100%	100%

**Tabla 87:** Opinión de profesores y estudiante sobre la calidad de los servicios de bienestar universitario

El 62% de los estudiantes opina que estos servicios han contribuido en forma muy positiva a su formación integral (Tabla 88).

Cómo han contribuido los programas y/o servicios ofrecidos por la Dirección de Desarrollo Humano-Bienestar Universitario en su formación integral	Estudiantes
Plenamente	37%
En alto grado	25%
Aceptablemente	22%
Insatisfactoriamente	6%
Deficientemente	1%
Sin información	9%
Total	100%

**Tabla 88:** Opinión de estudiantes sobre la incidencia de los servicios de bienestar universitario en su formación

Asimismo, el 72% de los profesores y de los estudiantes opina que los programas de bienestar coadyuvan a mejorar de manera muy positiva la calidad y la proyección social del programa de Comunicación Social (Tabla 89).

Cree usted que los programas y/o servicios ofrecidos por la Dirección de Desarrollo Humano- Bienestar Universitario contribuyen a mejorar la calidad académica y la proyección social del programa	Profesores	Estudiantes
Plenamente	41%	44%
En alto grado	31%	28%
Aceptablemente	13%	17%
Insatisfactoriamente	0%	2%
Deficientemente	0%	2%
Sin información	16%	5%
Total	100%	100%

**Tabla 89:** Opinión de profesores y estudiante sobre la contribución de los servicios de bienestar universitario a la calidad y proyección del pregrado en Comunicación Social

El grupo autoevaluador considera que los servicios de Bienestar Universitario de la Universidad EAFIT son suficientes, adecuados y accesibles, y que existe una política integral de bienestar definida por la institución. Sus programas se aplican en la formación integral de profesores y estudiantes, y en caso de problemas académicos existen programas de acompañamiento psicológico y con metodologías de enseñanza-aprendizaje. Pese a las campañas y los dispositivos de divulgación es necesario reforzar la comunicación para lograr un mayor grado de utilización de estos servicios por parte de los estudiantes y los profesores, en especial los docentes de cátedra, pues en muchos casos no tienen la suficiente información al respecto.

Para el plan de mejoramiento se propone solicitar a las directivas de la Escuela de Ciencias y Humanidades mejorar las condiciones físicas y los equipos de computación de la sala de los profesores de cátedra. De igual manera, se propone fomentar la información sobre los programas de becas, compensación y desarrollo entre estudiantes y docentes de cátedra.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.6. FACTOR 6: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

#### 3.6.1. Característica 33. Organización, administración y gestión del programa

Para la coordinación de las acciones académicas y de soporte administrativo de la Universidad EAFIT<sup>52</sup> se distinguen dos tipos de estructuras: la académica y la administrativa. La primera está conformada por la Rectoría, la Vicerrectoría, las escuelas y los departamentos académicos; la segunda, por las direcciones y los departamentos administrativos y las áreas.

Además existe en la Universidad un conjunto de cuerpos colegiados encargados de la gestión académica. Son ellos: Consejo Superior, Consejo Directivo, Consejo Académico, Consejo de Escuela, comités de carrera, Comité de Escalafón y Comité de Investigaciones. La siguiente Tabla muestra la descripción y principales responsabilidades de estos organismos.

<sup>52</sup> La carta organizacional de la Universidad puede consultarse en: [http://www.eafit.edu.co/institucional/Documents/carta\\_organizacional1.pdf](http://www.eafit.edu.co/institucional/Documents/carta_organizacional1.pdf)

Organismo rector	Descripción
<b>Consejo Superior</b>	Es el más alto órgano en el orden administrativo y educativo de la Universidad. Establece las políticas generales en los campos académico, financiero, administrativo y de desarrollo. Nombra al Rector, al Vicerrector, al Revisor Fiscal y designa parte del Consejo Directivo. Está conformado por dos clases de miembros: honorarios y activos, todos ellos con voz y voto.
<b>Consejo Directivo</b>	Sus funciones administrativas son: tomar decisiones referentes al presupuesto de la Universidad; revisar la escala salarial del personal vinculado laboralmente; y crear y suprimir cargos administrativos, académicos y docentes. Además, en el orden académico, es el encargado de recomendar al Consejo Superior la creación de nuevos programas o la realización de modificaciones sustanciales en los existentes; establecer y mantener vigentes las becas para estudiantes, profesores, empleados e hijos de empleados; aprobar el estatuto profesoral; y nombrar o remover a los decanos de las Escuelas, entre otras. Lo integran seis miembros con voz y voto: presidente, vicepresidente y representante del Consejo Superior, representante de egresados con su suplente, representante de profesores con su suplente, representante estudiantil con dos suplentes. Así mismo, el Rector, con voz y sin voto, y un secretario. Los representantes de profesores y estudiantes se eligen por un período de un año y pueden ser reelegidos. Las convocatorias a las elecciones las hace el Rector.
<b>Consejo Académico</b>	Es el estamento que orienta y evalúa la política académica de la Universidad. Trata temas referentes a los planes de estudio tanto de los pregrados como los posgrados, las modificaciones al Reglamento Estudiantil, la aprobación del calendario académico, los casos académicos y disciplinarios de los alumnos, las becas estudiantiles, la aprobación de la evaluación de profesores y el funcionamiento de los departamentos académicos. También estudia y aprueba el reglamento de Bienestar Universitario. El Consejo Académico está compuesto por las siguientes personas con voz y voto: el Rector, el Vicerrector, los decanos de las cuatro escuelas, el jefe de la Dirección Administrativa y Financiera, el director de Planeación, el jefe de Admisiones y Registro, los representantes profesoriales y los representantes estudiantiles. El Consejo Académico cuenta con el apoyo de los comités de Escalafón, de Investigaciones, de Admisiones y Registro, y Disciplinarios.
<b>Consejo de Escuela</b>	Es el encargado de velar por el desarrollo académico de la Escuela. Tiene como funciones proponer al Consejo Académico planes de investigación, de desarrollo docente y de extensión, así como controlarlos y evaluar su cumplimiento; aprobar los programas de los cursos; sugerir estudios sobre la actualización de los programas; y proponer a las autoridades universitarias candidatos a estímulos y a distinciones. De igual forma, presenta al Consejo Superior la creación, la fusión o la suspensión de programas académicos. En cada Escuela existe un Consejo, asesor del decano e integrado por: el decano, quien lo preside; los jefes de departamento, un egresado graduado de la Escuela y designado por el decano que no esté vinculado laboralmente con la Universidad, un profesor de la Escuela elegido por los profesores de la dependencia en votación universal, directa y secreta, para un período de un año; dos estudiantes de la Escuela elegidos por los estudiantes de la misma, en votación universal, directa y secreta. Los elegidos deben cumplir los requisitos del Representante Estudiantil ante el Consejo Directivo.
<b>Comités de carrera</b>	Revisan y actualizan los micro currículos de las materias del pregrado; atienden quejas y reclamos de estudiantes sobre la planta docente, reformas al pensum y en general todos aquellos temas relacionados con el mejoramiento continuo del programa académico.
<b>Comité de escalafón</b>	Entre sus principales funciones está revisar la clasificación de los profesores y estudiar los incrementos de puntajes; evaluar los méritos de los docentes para su ingreso al escalafón; y atender los reclamos de los profesores sobre su clasificación en dicho escalafón que deberán ser resueltos por el Consejo Directivo. Debe presentar cada semestre al Consejo Directivo un informe sobre el funcionamiento de todo lo relacionado con el Estatuto Profesoral.
<b>Comité de investigaciones</b>	Asesora al Consejo Directivo y al Rector en los aspectos relacionados con la investigación en la Universidad; y evalúa los avances y resultados de los proyectos de investigación, además de hacer recomendaciones. También aprueba, de acuerdo con las propuestas presentadas por el Director de Investigación y Docencia, los proyectos que se van a realizar.

Tabla 90: Organismos rectores de la Universidad

Fuente: Carta Organizacional, Universidad EAFIT

En la actualidad, la Decanatura de la Escuela de Ciencias y Humanidades está a cargo del Doctor en Filosofía, Jorge Alberto Giraldo Ramírez<sup>53</sup>; el Departamento de Humanidades a cargo de la Magíster en Filosofía, Liliana María López Lopera<sup>54</sup> y la carrera de Comunicación Social a cargo del Magíster en Comunicación, Jorge Iván Bonilla Vélez<sup>55</sup>.

Para las labores administrativas, el Departamento de Humanidades cuenta con una Asistente Administrativa, un practicante de Comunicación Social y auxiliar de docencia. El programa cuenta con un auxiliar de docencia. Además, el programa se apoya en el asistente administrativo de la Escuela de Ciencias y Humanidades.

Al consultar la opinión de profesores y estudiantes sobre la gestión del programa y su articulación con los procesos misionales de la universidad (Tabla 91), el 43% de los profesores y el 68% de los estudiantes opinan que dicha articulación es adecuada a los fines del programa en forma plena o en alto grado; otro 44% de los docentes dice que es aceptable.

Cómo cree usted que se articula la organización, gestión y administración del programa de Comunicación Social con otros procesos como la docencia, investigación, extensión y cooperación internacional	Profesores	Estudiantes
Plenamente	9%	23%
En alto grado	34%	45%
Aceptablemente	44%	23%
Insatisfactoriamente	3%	1%
Deficientemente	0%	1%
Sin información	9%	7%
Total	100%	100%

Tabla 91: Opinión de los profesores y estudiantes sobre la organización, administración y gestión del programa

Entre tanto, el 81% de los profesores dice que el manejo de los recursos es eficiente para el logro de los objetivos, y el 72% que ese proceso es eficaz. Por su parte, el 88% considera que hay eficiencia, en tanto que un 82% dice que hay eficacia (Tabla 92). Todos ellos lo valoran entre 4 y 5 puntos, siendo 5 la máxima calificación.

Califique la eficiencia y la eficacia de los procesos administrativos del programa	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
<b>Eficiencia</b>	28%	53%	6%	0%	0%	13%	100%	44%	44%	7%	2%	1%	3%	100%
<b>Eficacia</b>	25%	47%	16%	0%	0%	13%	100%	39%	43%	10%	2%	1%	5%	100%

Tabla 92: Opinión de los profesores y estudiantes sobre la eficiencia y la eficacia en la administración del programa

Al solicitar la opinión sobre la estructura administrativa que soporta el programa (Tabla 93), la Jefatura de Carrera es la instancia que tiene más altos puntajes tanto entre estudiantes como entre profesores, luego la Jefatura del Departamento de Humanidades y, por último, la Decanatura.

<sup>53</sup> Más información sobre su hoja de vida en:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000042951](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000042951)

<sup>54</sup> Más información sobre su hoja de vida en:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000042986](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000042986)

<sup>55</sup> Más información sobre su hoja de vida en:

[http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000183369](http://201.234.78.173:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000183369)

¿Considera usted que la estructura administrativa del programa es adecuada para los objetivos del mismo?	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Decanatura	25%	38%	19%	13%	0%	6%	100%	45%	27%	8%	3%	1%	16%	100%
Departamento de Huma.	38%	44%	9%	3%	0%	6%	100%	53%	29%	7%	1%	0%	10%	100%
Jefatura de Carrera	53%	34%	3%	3%	0%	6%	100%	54%	32%	5%	1%	1%	7%	100%

**Tabla 93:** Opinión de los profesores y estudiantes sobre la estructura administrativa del programa

El grupo autoevaluador considera que el programa de Comunicación Social cuenta con una organización, administración y de gestión con funciones definidas que hasta el momento han favorecido el desarrollo del programa. Aunque el jefe de carrera no tiene una formación administrativa, sí tiene una formación académica, idoneidad, conocimiento del programa, visión de la carrera y tiempo de dedicación adecuados que ayudan a la buena gestión del programa para el cumplimiento de sus objetivos. El trabajo administrativo se complementa con el trabajo de dirección por parte de otros directivos de la Universidad, especialmente la jefa del Departamento de Humanidades y el decano de la Escuela de Ciencias y Humanidades. El apoyo del Comité de Carrera, sus funciones y metodología de trabajo han sido importantes, aunque es preciso institucionalizar más este espacio.

El programa funciona de conformidad con lo estipulado en la estructura actual de la Universidad. Sin embargo, resulta pertinente afirmar que ante el crecimiento progresivo de las actividades académicas, investigativas y de proyección social del pregrado, así como del número de estudiantes que ingresan anualmente al mismo, amerita replantear su estructura académico-administrativa con el fin de crear el Departamento de Comunicación, situación que redundaría en una mayor autonomía académica y administrativa del programa.

Para el plan de mejoramiento se propondrá una revisión de la estructura administrativa del programa. Se plantea iniciar los estudios de viabilidad financiera para la creación del Departamento de Comunicación para luego presentar y sustentar la respectiva propuesta ante las instancias directivas de la Universidad.

El grupo asigna una nota de **4.5** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.6.2. Característica 34. Sistemas de comunicación e información

Los sistemas de información que soportan el programa de Comunicación Social apuntan hacia la administración académica, la administración general, los asuntos de biblioteca, bienestar universitario, proyección social y recursos humanos (Anexo 54). Los sistemas, basados en 65 aplicaciones informáticas diseñadas especialmente para la administración universitaria, permiten, por ejemplo, el registro de calificaciones, el manejo de los cursos por parte de cada uno de los profesores, el seguimiento al Plan Operativo, el seguimiento a los viajes de profesores, el control de los estados financieros del programa, el préstamo de libros, la inscripción y la matrícula de los estudiantes, el asesoramiento de su plan académico, su seguimiento en lenguas y en los cursos de Bienestar Universitario, entre otros. La Tabla 94 muestra el tipo y número de aplicaciones informáticas utilizadas para tal fin.

	Administración académica	Administración general	Biblioteca	Bienestar Universitario	Extensión social	Desarrollo Humano
Aplicaciones informáticas	17	24	2	5	8	9

Tabla 94: Tipo y cantidad de sistemas de información

Fuente: Centro de informática

Los sistemas de información permiten ingresar, consultar y sistematizar los detalles del programa desde cualquier parte del mundo. *EAFIT Interactiva* es el medio principal de comunicación entre profesores, estudiantes y directivos, ya que permite la publicación eficaz (un mensaje o contenido le llega a todos los miembros del programa cada vez que se ingresa información) por medio de anuncios, correo electrónico, archivos, foros y chat; además cuenta con la posibilidad de ver la frecuencia de uso de la plataforma y una consulta permite evidenciar su real y amplio uso por parte de profesores y estudiantes. En *EAFIT Interactiva* se ponen las respuestas y los procedimientos más relevantes del programa. Por correo electrónico institucional se mantiene informado a los estudiantes sobre fechas, procedimientos, oportunidades, eventos, información útil, convocatorias, programación, etc.

De manera adicional, y en virtud de la naturaleza misma del pregrado, la carrera cuenta con sus propios medios y sistemas de comunicación, todos digitales:

*Acústica*: emisora de la Universidad EAFIT, coordinada por el pregrado en Comunicación Social. Hace emisiones diarias y en formato de *podcast*.

*Bitácora*: revista digital del Pregrado en Comunicación Social. Publica básicamente trabajos periodísticos de los estudiantes y los profesores, realizados en su mayoría dentro de las materias de esta área; sin embargo, allí se presentan también productos de otras asignaturas. Todos los días publica por lo menos un trabajo de un estudiante.

*Sitio web de Comunicación Social en el portal de la Universidad*: contiene la información general del pregrado: propuesta académica, objetivos, perfiles de ingreso, planta docente, plan de estudios, sistema de prácticas, etc.<sup>56</sup>

*Redes sociales*: el pregrado tiene un grupo en Facebook y una cuenta en Twitter por donde difunde de manera permanente información sobre las actividades que se realizan o asuntos de interés para los estudiantes y docentes, y mantiene una conversación con las personas que tiene enlazadas.

La opinión de los estudiantes y los profesores sobre la suficiencia, actualización y pertinencia de los sistemas de información se evaluaron en el apartado *Recursos Informáticos y de Comunicación* del presente informe.

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con un adecuado soporte de sistemas de información que permiten la administración académica del programa y la administración general de la Institución. Se resalta la existencia de aplicaciones informáticas que soportan la gestión del desarrollo humano y las que facilitan la interacción con los estudiantes.

Los medios de comunicación propios del pregrado cumplen en forma simultánea con varios objetivos: ser medios de comunicación al servicio del pregrado y de la comunidad en general a través de Internet, y ser laboratorios de práctica para los estudiantes. Por su parte, el

<sup>56</sup> Par más información puede consultarse en:

<http://www.eafit.edu.co/programas-academicos/pregrados/comunicacion-social/Paginas/inicio.aspx>

sitio web y las redes sociales son canales de comunicación que funcionan básicamente para el público interno del pregrado y han facilitado el diálogo y la cercanía entre la comunidad académica del programa. Sin embargo, es necesario mejorar el sitio web del pregrado con el fin de ofrecer información de interés para los estudiantes, principalmente eventos, actividades y servicios.

Para el plan de mejoramiento se propone rediseñar el sitio web del pregrado con estrategias de información eficientes, dinámicas y novedosas para el beneficio de profesores y estudiantes del programa.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.6.3. Característica 35. Dirección del programa

La dirección del programa de Comunicación Social está a cargo del jefe de la carrera. Este cargo, que depende de la jefatura del Departamento de Humanidades, tiene como principal función la administración del currículo del programa. En este sentido, el jefe de la carrera vigila el desarrollo del programa de estudios y trabaja con los departamentos académicos para que las asignaturas se dicten cumpliendo los objetivos generales del mismo. Tiene a su cargo la coordinación del Comité de Carrera cuyas funciones se encuentran descritas en el Reglamento de Comités de Carrera (Anexo 55).

Para orientar la gestión del programa, el jefe de la carrera cuenta con los diversos reglamentos institucionales, en especial el Reglamento Académico y se vale de los sistemas de información y comunicación descritos.

Al consultar la opinión de los profesores, el 97% calificó entre 4 y 5 el liderazgo, la iniciativa y la orientación académica del programa por parte de la jefatura de la carrera. Entre tanto, en promedio, el 81% de los estudiantes los calificó en el mismo rango (Tabla 95).

Califique el liderazgo, iniciativa y orientación académica del programa por parte del jefe de carrera	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Liderazgo	59%	38%	0%	0%	0%	3%	100%	47%	35%	9%	1%	1%	7%	100%
Iniciativa	56%	38%	0%	0%	0%	3%	100%	47%	34%	9%	1%	1%	8%	100%
Orientación académica	53%	38%	0%	0%	0%	3%	100%	47%	33%	9%	1%	1%	9%	100%

**Tabla 95:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación académica de la jefatura de carrera

Tanto para la jefatura del Departamento de Humanidades como para la Decanatura de la Escuela de Ciencias y Humanidades (Tablas 96 y 97), las calificaciones que se ubican en el rango de 3 presentan un mayor aumento, así como el porcentaje de profesores y estudiantes que dicen no tener información.

Califique el liderazgo, iniciativa y orientación académica del programa por parte del jefe del Departamento de Humanidades	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Liderazgo	28%	56%	6%	3%	0%	6%	100%	41%	29%	12%	2%	1%	15%	100%
Iniciativa	28%	53%	9%	0%	0%	9%	100%	39%	28%	14%	2%	1%	16%	100%
Orientación académica	25%	44%	19%	3%	0%	9%	100%	39%	28%	14%	2%	1%	16%	100%

**Tabla 96:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación académica de la jefatura del Departamento de Humanidades

Califique el liderazgo, iniciativa y orientación académica del programa por parte de la Decanatura de la Escuela	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Liderazgo	13%	34%	28%	16%	0%	9%	100%	41%	20%	16%	5%	1%	23%	100%
Iniciativa	13%	34%	25%	19%	0%	9%	100%	35%	15%	17%	2%	2%	23%	100%
Orientación académica del programa	9%	34%	28%	13%	6%	9%	100%	40%	15%	15%	2%	4%	23%	100%

**Tabla 97:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el liderazgo, iniciativa y orientación de la Decanatura

El grupo autoevaluador considera que la dirección del programa cumple con los propósitos que institucionalmente se le han fijado y que goza de alto reconocimiento entre profesores y estudiantes. Hay evidencias que muestran que los estudiantes presentan relaciones de lejanía con el Departamento y, más aún, con la Decanatura de la Escuela. Para el grupo no es extraño que se valore mejor la jefatura del pregrado que la jefatura del Departamento o la Decanatura, toda vez que es la instancia con la que tienen más relación y cercanía.

Para el plan de mejoramiento el grupo considera que es necesario socializar en los talleres de inducción a estudiantes y profesores de cátedra que ingresan por primera vez a la Universidad la estructura académica y administrativa de la Escuela de Ciencias y Humanidades.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

#### 3.6.4. Característica 36. Promoción del programa

La Universidad EAFIT tiene distintas estrategias de promoción de sus pregrados. Por un lado, cuenta con el Departamento de Mercadeo Institucional cuya misión es diseñar y ejecutar estrategias para posicionar la marca e imagen institucional y los programas académicos de pregrado, posgrado, de extensión y de servicios académicos. El Plan de Mercadeo Institucional es el instrumento administrativo que orienta las acciones de promoción de los programas académicos y de la Institución (Anexo 56).

En el sitio web dedicado a los bachilleres<sup>57</sup>, la Universidad también dispone de la información institucional pertinente y la específica de cada programa académico; allí se pueden consultar los procedimientos de inscripción, matrícula y financiación de los estudios superiores.

Además, cada año se realiza *Experiencia EAFIT*<sup>58</sup>, un evento dirigido a la orientación de los bachilleres en la elección del programa de pregrado que más se ajuste a sus preferencias. En él se presentan los pregrados haciendo énfasis en sus propósitos, perfiles y campos de acción profesional. Las actividades incluyen, además, un recorrido por las instalaciones de la Universidad para que el aspirante conozca su infraestructura física y los recursos con los que la institución cuenta para llevar a cabo el programa académico. Como complemento, en la noche del último día de este evento se realiza la “Experiencia EAFIT para padres de familia”<sup>59</sup>.

Otras estrategias que se utilizan para la promoción de programas de pregrado incluyen visitas a colegios de Medellín, participación en ferias universitarias organizadas por diversos colegios, charlas informativas sobre los pregrados a petición de los colegios, participación en reuniones de padres de familia, participación en ferias y visitas a otras ciudades<sup>60</sup>, participación en el programa Medellín Universitaria organizado por ocho instituciones de educación superior de la ciudad<sup>61</sup>, programa Bachilleres en las Aulas, talleres académicos y visitas guiadas a la Universidad.

El pregrado hace además talleres gratuitos de prensa, radio y televisión para bachilleres interesados en los medios de comunicación, y realizó dos periódicos murales sobre el pregrado que se enviaron a más de 200 colegios y un concurso de crónica para estudiantes de secundaria. La promoción de los programas se soporta con diferentes publicaciones especializadas: Estudia en la Universidad EAFIT, folleto que se entrega en las visitas a los colegios; CD con los programas de pregrado; Guía de aspirantes; plegables y volantes para cada programa académico y avisos de prensa en medios masivos de comunicación.

Al consultar la opinión de profesores y estudiantes respecto a la promoción del programa (Tabla 98) ambos grupos coinciden en que *Experiencia EAFIT* es el principal medio que permite a los futuros aspirantes estar informados sobre los programas de pregrado que ofrece la institución. Y destacan a *Periodistas en la Carrera* como un evento que posibilita mostrar el pregrado en la comunidad. Para los estudiantes son también muy importantes el portal web de la Universidad y los talleres de prensa, radio y televisión.

Califique la efectividad de los mecanismos de promoción del programa de Comunicación Social	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Experiencia EAFIT	47%	31%	3%	0%	0%	19%	100%	63%	26%	2%	1%	0%	7%	100%
Conferencias en colegios	9%	34%	19%	3%	3%	31%	100%	37%	20%	9%	1%	0%	33%	100%

<sup>57</sup> Para consultarlo véase: <http://www.eafit.edu.co/bachilleres/index.htm>

<sup>58</sup> Para mayor información sobre esta actividad véase: <http://www.eafit.edu.co/minisitios/experiencia-eafit/Paginas/experiencia-eafit.aspx>

<sup>59</sup> Véase: <http://www.eafit.edu.co/admisiones/proceso-admisiones/pregrado/Paginas/experiencia-eafit-padres.aspx>

<sup>60</sup> Entre las ciudades visitadas están: Cali, Pasto, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Popayán, Armenia, Pereira, Manizales, Cúcuta, Bucaramanga, Barrancabermeja, Montería, Apartadó, Montelíbano, Cauca, Sincelejo, Quibdó, Neiva, Ibagué, Riohacha, San Juan del César, San Andrés, Valledupar y Bogotá.

<sup>61</sup> EAFIT, CES, Colegiatura Colombiana, Escuela de Ingeniería de Antioquia, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de Medellín, Corporación Universitaria Lasallista y Universidad San Buenaventura.

Portal web de la U.	22%	53%	16%	3%	3%	3%	100%	57%	32%	7%	1%	0%	1%	100%
Grupo en Facebook	13%	38%	19%	3%	0%	28%	100%	27%	19%	16%	9%	6%	23%	100%
Eventos académicos para bachilleres	22%	34%	13%	3%	0%	28%	100%	42%	20%	6%	2%	0%	28%	100%
Eventos académicos	31%	38%	9%	3%	3%	16%	100%	44%	30%	9%	4%	0%	12%	100%
Talleres de radio, TV y prensa	19%	38%	6%	6%	0%	31%	100%	51%	21%	7%	2%	2%	16%	100%
Periodistas en la Carrera	41%	34%	0%	6%	0%	19%	100%	60%	25%	4%	2%	1%	7%	100%
Boletines de prensa	16%	34%	16%	6%	3%	25%	100%	33%	27%	9%	2%	5%	23%	100%

**Tabla 98:** Opinión de profesores y estudiantes sobre los mecanismos de promoción del programa

Además de los anteriores mecanismos de promoción dirigidos a los nuevos aspirantes, la emisora digital *Acústica* y la revista digital *Bitácora* hacen visibles ante la comunidad en general los trabajos realizados por los estudiantes en diferentes asignaturas. Aunque no fueron pensados como parte de una estrategia de promoción, ambos medios le llegan a públicos internos y externos, y contribuyen a que el programa obtenga visibilidad mediante los productos que realiza, lo cual es otra forma de promoción. Igual ocurre con el evento *Periodistas en la Carrera* que posibilita la presencia simultánea de estudiantes, un día al año, en más de cien lugares de la ciudad.

Los acuerdos y convenios que se han tenido o se tienen con medios de comunicación colombianos y extranjeros como la agencia estadounidense de noticias *United Press International*, a través de su portal universitario UPIU; con el portal *Otramérica*; con el portal *Votebien.com*; con los canales de televisión *RCN* y *Telemedellín*, y con el periódico *El Colombiano* han permitido que el pregrado gane reconocimiento inicialmente entre esos importantes medios, entre sus periodistas y directivos, y luego entre públicos más amplios. La presencia en Facebook y Twitter permite igualmente que el pregrado se mueva en las redes sociales, en especial entre sectores juveniles y estudiantiles, aunque esta es una estrategia de difusión que debe mejorar.

El grupo autoevaluador considera que la institución y el pregrado cuentan con políticas institucionales para la promoción del programa para lo cual tienen el apoyo del Departamento de Mercadeo Institucional. La apreciación de profesores y estudiantes sobre la pertinencia, calidad y veracidad de la información que transmiten los medios de promoción del programa es en términos generales muy positiva, sobre todo en lo referente a las jornadas *Experiencia EAFIT* y *Periodistas en la Carrera*, la página de Comunicación Social dentro del portal web de la Universidad y los talleres de prensa, radio y televisión para bachilleres.

Se resalta el esfuerzo de la jefatura de la carrera por atender a todos los posibles aspirantes y proporcionarles la información necesaria para ayudarles en la escogencia del programa. De igual forma, se destaca la política del pregrado de establecer alianzas y acuerdos con diferentes medios de comunicación colombianos y extranjeros para lograr la publicación de trabajos de estudiantes que salen a la luz pública de manera simultánea por ellos y por los medios propios del programa.

Para el plan de mejoramiento se propone hacer sobresalir la vida académica del pregrado mediante la creación de un boletín electrónico de noticias y un sitio web, novedoso, dinámico y flexible, ya que esto es un mecanismo de promoción efectivo de cara no sólo a los estudiantes actuales, sino a los potenciales estudiantes interesados en el programa.

El grupo asigna una nota de **4.9** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.7. FACTOR 7: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS EGRESADOS E IMPACTO SOBRE EL MEDIO

#### 3.7.1. Característica 37. Influencia del programa en el medio

La Universidad y el pregrado recogen en varios documentos las políticas que evidencian su compromiso con la atención de necesidades locales, regionales y nacionales. Dichos documentos surgieron a partir de la declaración fundacional de la Universidad, contenida en el Proyecto Educativo Institucional, que consigna la obligación de trabajar por estimular el progreso cultural y económico del país (Anexo 11). El PEI considera la interacción con la comunidad mediante los mecanismos de consultoría y asesoría, educación continua, proyección cultural e internacionalización.

El Plan Estratégico de Desarrollo declara ese compromiso institucional como uno de los ejes centrales de la labor de EAFIT tanto hacia su interior como hacia el exterior. El Plan Operativo del Departamento de Humanidades introduce criterios para que esta unidad académica y sus carreras tengan proyección hacia el medio, reconozcan las necesidades del ámbito en que se hayan y traza metas para ejecutar la proyección social. Los Lineamientos y Políticas del Centro de Consultoría y Emprendimiento Empresarial, CICE y del Centro de Educación Continua, CEC igualmente fijan en forma clara ese compromiso institucional.

La naturaleza misma de la carrera, centrada en la formación de comunicadores sociales con énfasis en tecnologías de la información y la comunicación, es en sí una respuesta a las necesidades actuales –cada vez más crecientes– de formar profesionales especializados y altamente competentes en este campo. Según el documento maestro que sustentó la solicitud de Registro Calificado en 2009 (anexo23), el aporte profesional se concentra en la oportunidad de brindar herramientas teóricas y metodológicas para que los profesionales de la Comunicación Social desarrollen competencias y habilidades para enfrentar las dinámicas complejas del hacer comunicativo. Ese aporte está en la inserción en los ámbitos profesionales de la comunicación digital, el ejercicio en el campo mediático tradicional y la comunicación política, desde una perspectiva orientada al “saber hacer” y “saber pensar”.

En lo que hace al aporte social, el pregrado *“forma profesionales comprometidos con los fenómenos comunicativos, para observarlos, analizarlos, intervenirlos y narrarlos; profesionales capaces de analizar, interpretar e intervenir el entono local-nacional-global, de hacer frente a una realidad cada vez más compleja, dominada por la incertidumbre, la velocidad de los cambios y la proliferación de problemáticas que no resisten una mirada única y llevan a la puesta en duda y renovación de viejos paradigmas donde se cuestionaba, hasta hace algunos años, cuál era el papel de los comunicadores-periodistas”*, explica el documento (anexo 23).

Un aporte adicional está, como explica el documento citado, en la oportunidad de poner a dialogar varias regiones del saber, tanto en términos de generar enfoques metodológicos de carácter interdisciplinario y tecnológico, como de revisar los temas y problemas que hoy convergen en la formación de oficios profesiones centrales en la sociedad contemporánea: los ya mencionados de la comunicación digital, el periodismo digital y la comunicación política.

El pregrado ha traducido las políticas generales y esa concepción filosófica en un conjunto de líneas y acciones concretas que han permitido que, pese a su juventud, ya sea reconocido en los ámbitos local y regional por su participación en proyectos, convenios y actividades de impacto social y académico, entre los cuales vale la pena reiterar:

- La apertura a la sociedad de sus eventos académicos co-curriculares como espacios de discusión especializados en el campo de la comunicación y el periodismo.
- La presencia en la comunidad académica nacional e internacional mediante libros, materiales didácticos, artículos en revistas indexadas y publicaciones de diverso tipo, resultado de investigaciones y reflexiones.
- La definición de metodologías para la enseñanza de la comunicación digital y el uso de plataformas tecnológicas.
- La creación de medios de comunicación propios.
- Las alianzas con medios colombianos y extranjeros para la producción de contenidos.
- Las alianzas con diversas instituciones nacionales para fortalecer el análisis del papel de los medios de comunicación en la vida colombiana.
- El acercamiento a la práctica profesional que ofrecen, aparte de los cursos regulares, las jornadas de Periodistas en la Carrera y el semestre de práctica.
- Los reconocimientos obtenidos por estudiantes y profesores durante los últimos cinco años en diferentes concursos o por parte de instituciones dan cuenta del impacto que una carrera joven como ésta ya tiene en el medio.

Otro de los aspectos en los que el pregrado ha influido en el medio es el relacionado con la práctica profesional. Esta contempla varias modalidades: en una empresa privada u organización del sector público, práctica investigativa, labor social o emprendimiento de un proyecto empresarial propio. Además de la práctica profesional, la consultoría y el empresarismo, la educación continua, la proyección social y la internacionalización hacen parte de las estrategias de EAFIT para su integración con la comunidad.

Desde el primer semestre de 2008 hasta el segundo de 2010 hicieron su práctica 96 estudiantes de Comunicación Social distribuidos así:

	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	Total
Número de estudiantes en práctica	17	20	22	14	5	18	96

**Tabla 99:** Número de estudiantes en práctica académica por semestre  
Fuente: DEPP -Departamento de Prácticas Profesionales

El Departamento de Prácticas Profesionales (DEPP) es la unidad encargada de administrar todo el programa de prácticas en EAFIT. Los estudiantes de Comunicación Social las han realizado en las siguientes empresas y entidades de los sectores público y privado, principalmente de Colombia pero también del exterior.

Empresa	
Universidad EAFIT	Embajada de Colombia en España
C.I. Hermeco S.A.	Hospital Pablo Tobón Uribe
Quanta T.V.	Coomeva Eps S.A.
Alcaldía de Medellín	Bancolombia
Empresas Públicas de Medellín	Ditransa S.A.
Caracol S.A.	Corporación Deportiva Itagüí Ditaires
Periódico El Mundo	Confecciones Colombia S.A.
Compañía Nacional de Chocolate	Malvernhouse
Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena	Frecuenciacapital.com
Cantoalegre	Fundación Parque Explora
Vista Productions Inc.	Discovery Communications - Miami
Producciones Cosmovisión	Embajada de Colombia en Suiza
RCN Television	Presidencia de la República de Colombia

Arkix S.A.	Oficina Comercial de Colombia - Washignton
Corporación Compromiso con Medellín	The Celebrity Cafe Llc
Cruz Roja Colombiana	Interconexión Electrica S.A.
Telefónica Móviles de Colombia	Revista Semana Ltda.
Fuerza Aérea Cacom No. 5	Confecciones Leonisa S.A.
Periódico El Colombiano	María Adelaida Mesa Uribe
Almacenes Éxito S.A.	Universidad CES
Calcetines Crystal S.A.	Banacol S.A.
Inversiones T.R.T. Ltda.	Rse Consultores
Centre Sante Corps et Esprit	Fundacion Santamaría
Ministerio de Educacion Nacional	Radio Filabresr
Sofasa S.A.	Gobernación de Antioquia
Compañía de Galletas Noel S.A.	Asia Ignaciana
Industrias Haceb S.A.	Museum für Kommunikation - Alemania
Cámara de Comercio de Medellín	Telemedellín
Cristalería Peldar S.A.	Casa de las Estrategias
Cable Unión de Occidente	Organizacion Corona S.A.
Suratep	Imagen y Relaciones Públicas
Proteccion S.A.	Fundación Gilberto Alzate Alzate
Negocios e Innovación Ltda.	Agencia Ocha para Antioquia
Industrias Metalúrgicas Unidas, Imusa	Sociedad Educativa Horizonte
Teatro Nacional	Isagen S.A. E.S.P.
Proantioquia	Cementos Argos S.A.
Compañía Global de Pinturas, Pintuco	Fundación Jardín Botánico Joaquín A. Uribe
Diseño Absoluto S.A.	Revista The Arepa
Rodarangos Ltda.	Powerseal
Caracol Televisión	Fundación Ideas para la Paz

**Tabla 100:** Empresas en las cuales los estudiantes de Comunicación Social han hecho su práctica  
Fuente: Departamento de Prácticas Profesionales

El DEPP realiza cada semestre una encuesta con los empleadores para conocer su percepción sobre los estudiantes en práctica. La buena calificación que han obtenido los practicantes de Comunicación Social de parte de sus empleadores es prueba del impacto del pregrado en el medio social. Esa encuesta indaga sobre cuatro aspectos: ser, saber, hacer y deber. A continuación se presentan los resultados de esas evaluaciones llevadas a cabo entre los años 2008 y 2010 (véase anexo 27).

**El ser:** bajo este aspecto se analizan nueve características. La Tabla 101 presenta los porcentajes correspondientes a las calificaciones dadas por los empleadores para los ítems “se cumple plenamente” y “se cumple aceptablemente”<sup>62</sup>. El promedio de las características es 90%.

Aspecto evaluado	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	Total
Adaptabilidad	94%	85%	82%	93%	93%	100%	<b>91%</b>
Apertura al cambio	83%	95%	82%	86%	86%	95%	<b>88%</b>
Auto-reflexión	76%	90%	91%	86%	86%	90%	<b>86%</b>
Dinamismo	76%	90%	82%	79%	79%	78%	<b>81%</b>
Manejo de la incertidumbre	89%	80%	77%	93%	93%	83%	<b>86%</b>
Relaciones interpersonales	94%	95%	86%	100%	100%	100%	<b>96%</b>

<sup>62</sup> Los otros ítems que se miden son: “se cumple medianamente”, “se detectan problemas, hay iniciativa para solucionarlos”, “se detectan problemas, no hay iniciativa para solucionarlos” y “sin información”.

Responsabilidad	94%	95%	91%	93%	93%	95%	<b>93%</b>
Sentido de dependencia	83%	90%	91%	92%	92%	100%	<b>91%</b>
Sentido de pertenencia	94%	90%	91%	100%	100%	94%	<b>96%</b>
<b>Promedio</b>	<b>87%</b>	<b>90%</b>	<b>86%</b>	<b>91%</b>	<b>91%</b>	<b>93%</b>	<b>90%</b>

**Tabla 101:** Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el ser"

Fuente: Departamento de Prácticas Profesionales

**El saber:** analiza ocho características. La Tabla 102 trae los porcentajes de las calificaciones dadas por los empleadores para los ítems "se cumple plenamente" y "se cumple aceptablemente". El promedio general de todas las características y semestres es 86%.

Característica	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	Total
Aplicabilidad del conocimiento	82%	95%	87%	86%	100%	94%	<b>91%</b>
Argumentación	82%	90%	82%	86%	80%	94%	<b>86%</b>
Conocimientos en informática	88%	80%	86%	100%	100%	98%	<b>92%</b>
Impacto de la profesión	70%	95%	86%	86%	100%	94%	<b>88%</b>
Lenguaje técnico	82%	95%	86%	79%	100%	94%	<b>89%</b>
Saber expresarse	88%	95%	91%	86%	80%	98%	<b>90%</b>
Sentido crítico	77%	90%	81%	86%	80%	98%	<b>85%</b>
Uso de una segunda lengua	59%	65%	55%	64%	60%	98%	<b>67%</b>
<b>Promedio</b>	<b>78%</b>	<b>88%</b>	<b>82%</b>	<b>84%</b>	<b>87%</b>	<b>96%</b>	<b>86%</b>

**Tabla 102:** Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el saber"

Fuente: Departamento de Prácticas Profesionales

**El hacer:** evalúa ocho características. La Tabla 103 presenta los porcentajes de las calificaciones de los empleadores para los ítems "se cumple plenamente" y "se cumple aceptablemente". El promedio general de todas las características y semestres es 90%.

Característica	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	Total
Administración de procesos laborales	83%	90%	91%	93%	93%	95%	<b>91%</b>
Eficacia	76%	90%	91%	86%	90%	100%	<b>89%</b>
Eficiencia	82%	90%	87%	86%	90%	100%	<b>89%</b>
Liderazgo	82%	90%	77%	86%	89%	91%	<b>86%</b>
Proactividad	82%	85%	77%	86%	95%	89%	<b>86%</b>
Recursividad	88%	95%	95%	93%	96%	97%	<b>94%</b>
Solución de problemas	88%	95%	86%	86%	88%	97%	<b>90%</b>
Trabajo en equipo	88%	95%	87%	93%	93%	100%	<b>93%</b>
<b>Promedio</b>	<b>84%</b>	<b>91%</b>	<b>86%</b>	<b>87%</b>	<b>92%</b>	<b>96%</b>	<b>90%</b>

**Tabla 103:** Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el hacer"

Fuente: Departamento de Prácticas Profesionales

**El deber:** evalúa cinco características. La Tabla 104 presenta los porcentajes de las calificaciones de los empleadores para los ítems "se cumple plenamente" y "se cumple aceptablemente". El promedio general de todas las características y semestres es 96%.

Característica	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	Total
Confidencialidad	94%	90%	91%	93%	100%	94%	<b>94%</b>
Honestidad	100%	100%	96%	100%	100%	94%	<b>98%</b>
Lealtad	94%	95%	91%	100%	100%	94%	<b>96%</b>
Respeto por el otro	94%	95%	96%	100%	100%	94%	<b>97%</b>
Sensibilidad social	95%	90%	91%	100%	100%	94%	<b>95%</b>
<b>Promedio</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>93%</b>	<b>98%</b>	<b>100%</b>	<b>94%</b>	<b>96%</b>

**Tabla 104:** Evaluación de los empleadores sobre el aspecto definido como "el deber"

Fuente: Departamento de Prácticas Profesionales

Al consultar a profesores y estudiantes sobre el impacto que la carrera ejerce sobre el medio los dos grupos coinciden en reconocer que el impacto es mayor en las actividades de formación, seguido por la proyección social y en último lugar la investigación (Tabla 105).

Califique el impacto de las actividades de formación, investigación y proyección social del programa	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Formación	25%	69%	0%	0%	0%	6%	100%	47%	38%	7%	0%	1%	6%	100%
Investigación	3%	53%	34%	3%	0%	6%	100%	38%	31%	14%	4%	1%	11%	100%
Proyección social	9%	59%	19%	6%	0%	6%	100%	46%	26%	11%	2%	2%	11%	100%

**Tabla 105:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el impacto de las actividades de formación, investigación y proyección social del programa

De otro lado, la actividad profesional de los egresados del pregrado está en alto grado relacionada de manera directa con la carrera, de acuerdo con los resultados de una encuesta realizada a ellos por la Oficina de Planeación de EAFIT<sup>63</sup> (Anexo 57).

Relación entre la actividad que realiza con la carrera que estudió	Total
Directamente relacionado	83%
Indirectamente relacionado	17%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Tabla 106:** Relación de las actividades que realizan los egresados con la carrera que estudiaron  
Fuente: Dirección de Planeación

Según los resultados de la encuesta estas son las actividades relacionadas directa e indirectamente con la formación de los egresados:

Actividad	Total
Medios escritos	23%
Comunicación externa	23%
Comunicación interna	19%
Medios audiovisuales-digitales	20%
Campañas en entidades públicas	4%
Relaciones públicas	3%
Otros	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Tabla 107:** Relación directa e indirecta de las actividades que realiza con la carrera que estudió  
Fuente: Dirección de Planeación

Un poco más de la mitad de los egresados consultados consideró que la actividad profesional que realiza está directamente relacionada con la línea de énfasis y los contenidos que cursó durante la carrera. Apenas el 9% opina que no hay ninguna relación entre ambas:

<sup>63</sup> Fuente: Oficina de Planeación. Encuesta a Egresados Comunicación Social, Universidad EAFIT, agosto de 2010. La encuesta fue realizada entre el 13 de agosto y el 22 de septiembre de 2010; respondieron 48 egresados, de una población a esa fecha de 63. Tiene un nivel de confiabilidad del 95% con un margen de error de 7%.

Relación entre la actividad que realiza con el énfasis que cursó	2008	2009	2010	Total
Directamente relacionado	23%	17%	14%	54%
Indirectamente relacionado	17%	11%	9%	37%
Nada relacionadas	3%	3%	3%	9%
Total	43%	31%	26%	100%

**Tabla 108:** Relación entre las actividades que realizan los egresados con la línea de énfasis que cursaron  
Fuente: Dirección de planeación

El grupo autoevaluador considera que el programa influye positivamente en el medio gracias a sus actividades académicas y de proyección; esa proyección se circunscribe principalmente a los ámbitos local y regional, con algunas incursiones en los niveles nacional e internacional. Se empieza a lograr un reconocimiento por parte de la sociedad, como puede verse de las distintas evidencias que se anexan. Lo anterior es reforzado por el concepto altamente favorable de empleadores y por los excelentes índices de desempeño que muestra la encuesta a egresados. Los énfasis son novedosos y positivamente aceptados en el medio; también llama la atención el número de empresas del sector público y privado (ver Tabla 100) que están contratando a los comunicadores sociales de la Universidad EAFIT para la producción de contenidos y la realización de estrategias de comunicación digital (*web masters, community managers, redes sociales*, entre otras) en el campo de la comunicación organizacional.

Para el plan de mejoramiento se propone promocionar más el impacto que han tenido los egresados en el medio, creando para ello una sesión especial sobre *egresados destacados* en el sitio web del pregrado e invitándolos a ofrecer charlas con los estudiantes. De igual manera, se propone invitar a los egresados para que propongan ideas con respecto a la posibilidad de crear una línea de énfasis en comunicación organizacional orientada al uso de tecnologías en la organización y la responsabilidad social empresarial (véase plan de mejoramiento del factor 4).

El grupo asigna una nota de **4.5** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.7.2. Característica 38. Seguimiento de los egresados

El programa tiene registros completos y actualizados sobre ocupación y ubicación profesional de sus egresados, a partir del seguimiento que hace la Universidad a través de su Centro de Egresados. Otras oficinas administrativas como la Dirección de Planeación y la Corporación Amigos de EAFIT también trabajan para esa población.

El Centro de Egresados “está concebido como un centro de intermediación de información que propende por el equilibrio en las relaciones entre la Universidad EAFIT, la empresa y los egresados de pregrado y posgrado en pro de detectar, apoyar y explotar las oportunidades que ofrece el entorno y que permiten el desarrollo integral de los tres actores, con la certeza de que el crecimiento de uno indiscutiblemente impulsa el desarrollo de los otros dos”<sup>64</sup>. Entre los servicios que presta se destaca el de intermediación laboral. Cuenta con un canal de comunicación<sup>65</sup> en el portal web de EAFIT que facilita el contacto permanente con ellos.

La Dirección de Planeación se encarga desde el año 2000 de hacer seguimiento a los graduados de los diversos programas de pregrado de la Universidad. Esos estudios brindan a los

<sup>64</sup> Ver <http://www.eafit.edu.co/egresados/Paginas/centro-egresados-2.aspx>

<sup>65</sup> La dirección electrónica del canal de egresados de la Universidad EAFIT es <http://www.eafit.edu.co/egresados/Paginas/inicio.aspx>

programas académicos elementos de análisis a propósito de la articulación de los egresados en el mercado laboral y de la pertinencia del programa en el medio.

La Corporación Amigos de EAFIT<sup>66</sup> es una entidad sin ánimo de lucro creada por los egresados de la Universidad para congregarse a los egresados, facilitar el contacto con ellos y apoyar a la Universidad en sus proyectos de expansión académica y de infraestructura física.

El programa de Comunicación Social mantiene un registro actualizado de los correos electrónicos de sus egresados y les suministra tres tipos de información:

- Diariamente, el boletín de publicaciones de la revista digital *Bitácora*.
- De manera periódica, con información sobre el pregrado y eventos de interés para quienes están unidos a las cuentas y grupos que tiene el programa en las redes sociales.
- De manera esporádica, con el envío de correos electrónicos en los cuales se les informa principalmente de eventos que son de su interés.

La situación de los egresados de Comunicación Social y sus percepciones sobre la carrera y la Universidad está en las siguientes tablas que corresponden a los resultados de un cuestionario aplicado por la Dirección de Planeación a los graduados entre 2008 y 2010<sup>67</sup>. Como se observa en las Tablas 109 y 110, el 74% de los egresados dice estar trabajando, el 57% es empleado de una empresa privada, el 25% es trabajador independiente.

Situación laboral	Total
Buscar trabajo	24%
Estudiar	2%
Trabajar	74%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Tabla 109:** Principal ocupación actual de los egresados  
Fuente: Dirección de Planeación

Situación laboral	Total
Empleado de empresa particular	57%
Empleado del gobierno	15%
Empresario/empleador	3%
Trabajador independiente	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Tabla 110:** Categoría laboral actual de los egresados  
Fuente: Dirección de Planeación

El 73% de los egresados tienen trabajos en empresas de comunicaciones, en educación y en empresas del sector social y comunitario, según los resultados de la Tabla 111.

<sup>66</sup> Para mayor información acerca de los servicios que presta esta entidad, se sugiere visitar la siguiente dirección electrónica: <http://www.eafit.edu.co/egresados/Paginas/corporacion-amigos-eafit.aspx>

<sup>67</sup> Fuente: Dirección de Planeación. Encuesta a Egresados Comunicación Social, agosto de 2010.

Sector económico	Porcentaje
Administración pública y defensa	3%
Comercio, reparación de automotores, motos, efectos personales y enseres	3%
Construcción	3%
Educación	26%
Industrias manufactureras	6%
Organizaciones y órganos extraterritoriales	9%
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	21%
Servicios sociales y de salud	3%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	26%
Total	100%

**Tabla 111:** Rama de actividad económica actual de los egresados  
Fuente: Dirección de Planeación

En cuanto a la ocupación, el 31% ejerce labores periodísticas, el 27% se dedica a la organización y comunicación de eventos, el 15% desarrolla su labor en medios digitales (Tabla 112).

Ocupación	Porcentaje
Comunicación de eventos	27%
Dirección y gerencia	8%
Ejecución de políticas públicas	4%
Ocupaciones del servicio exterior	4%
Ocupaciones en ciencias naturales, aplicadas y relacionadas	4%
Ocupaciones en ciencias sociales, educación, servicios gubernamentales y religión	4%
Ocupaciones en investigación y desarrollo	4%
Periodismo	31%
Producción para medios digitales	15%
Total	100%

**Tabla 112:** Ocupación actual de los egresados  
Fuente: Dirección de Planeación

De los egresados que están trabajando sólo el 6% se siente insatisfecho con su trabajo actual (Tabla 113); el 83% considera que las expectativas que tenían una vez se graduaron y consiguieron trabajo se cumplieron o se superaron (Tabla 114).

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Insatisfecho	6%
Muy satisfecho	28%
Satisfecho	66%
Total	100%

**Tabla 113:** Satisfacción de los egresados con su trabajo actual  
Fuente: Dirección de Planeación

Grado de coincidencia	Porcentaje
Igual de lo que esperaba	54%
Mejor de lo que esperaba	29%
No tenía ninguna expectativa	6%
Peor de lo que esperaba	11%
Total	100%

**Tabla 114:** Coincidencia de las expectativas al graduarse con su situación laboral actual  
Fuente: Dirección de Planeación

Al preguntarle a los egresados consultados sobre los planes que tienen a futuro, el 57% espera adelantar estudios de posgrado ya sea dentro o fuera del país.

Planes de futuro	Porcentaje
Crear una empresa	6%
Estudiar un posgrado en Colombia	34%
Estudiar un posgrado fuera de Colombia	23%
Iniciar una nueva carrera universitaria	2%
Otro	4%
Trabajar en Colombia	31%
Total	100%

**Tabla 115:** Planes de futuro de los egresados

Fuente: Dirección de Planeación

La encuesta a los egresados también indagó por el tipo de competencias instrumentales, sistémicas e interpersonales desarrolladas en ellos por el programa de Comunicación Social. Al pedir que calificaran sobre 100 puntos, las primeras recibieron una calificación promedio de 91 (Tabla 116), las segundas de 96 (Tabla 117) y las últimas de 97 (Tabla 118).

Competencias	2008	2009	2010	Total
Utilizar herramientas informáticas básicas (procesadores de texto, hojas de cálculo, correo electrónico, etc.)	95%	100%	93%	<b>96%</b>
Buscar, analizar, administrar y compartir información	95%	100%	100%	<b>98%</b>
Diseñar e implementar soluciones con el apoyo de tecnología	85%	79%	93%	<b>85%</b>
Planificar y utilizar el tiempo de manera efectiva de tal forma que se logran los objetivos planteados	95%	93%	93%	<b>94%</b>
Utilizar herramientas informáticas especializadas (paquetes estadísticos, software de diseño, etc.)	85%	79%	79%	<b>81%</b>
Crear, investigar y adoptar tecnología	90%	86%	93%	<b>90%</b>
<b>Total</b>	<b>91%</b>	<b>89%</b>	<b>92%</b>	<b>91*</b>

**Tabla 116:** Competencias instrumentales según año de graduación

\*El dato corresponde al promedio simple de los totales generales de cada competencia

Fuente: Dirección de Planeación

Competencias	2008	2009	2010	Total
Aprender y mantenerse actualizado	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Ser creativo e innovador	90%	93%	100%	<b>94%</b>
Identificar, plantear y resolver problemas	95%	93%	100%	<b>96%</b>
Capacidad de abstracción, análisis y síntesis	95%	100%	100%	<b>98%</b>
Comprender la realidad que lo rodea	95%	100%	100%	<b>98%</b>
Asumir responsabilidades y tomar decisiones	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Formular y ejecutar proyectos	90%	64%	93%	<b>82%</b>
<b>Total</b>	<b>95%</b>	<b>93%</b>	<b>99%</b>	<b>96*</b>

**Tabla 117:** Competencias sistémicas según año de graduación

\*El dato corresponde al promedio simple de los totales generales de cada competencia

Fuente: Dirección de Planeación

Competencias	2008	2009	2010	Total
Exponer ideas por medios escritos	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Comunicarse oralmente con claridad	100%	100%	93%	<b>98%</b>
Persuadir y convencer a los interlocutores	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Identificar y utilizar símbolos para comunicarse (lenguaje icónico, lenguaje no verbal)	100%	100%	86%	<b>95%</b>
Aceptar las diferencias y trabajar en contextos multiculturales	95%	93%	100%	<b>96%</b>
Asumir una cultura de convivencia	95%	100%	100%	<b>98%</b>
Trabajar en equipo para alcanzar metas comunes	95%	86%	100%	<b>94%</b>
Trabajar de manera independiente sin supervisión permanente	95%	93%	100%	<b>96%</b>
Aplicar valores y ética profesional en el desempeño laboral	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Adaptarse a los cambios (trabajar en contextos nuevos y diferentes)	100%	100%	100%	<b>100%</b>
Trabajar bajo presión	95%	93%	93%	<b>94%</b>
<b>Total</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>97*</b>

**Tabla 118:** Competencias interpersonales según año de graduación

\*El dato corresponde al promedio simple de los totales generales de cada competencia  
Fuente: Dirección de Planeación

Por último, se preguntó a los egresados sobre su relación con la Universidad, el sentido de pertenencia y los motivos que tendrían para recomendar el programa. El 86% de los egresados tienen un alto sentido de pertenencia por la Institución (Tabla 119); el 92% volvería a hacer el pregrado en EAFIT (Tabla 120); el 44% recomendaría a otros el programa por su calidad y el 41% por la Universidad en general (Tabla 121).

Valoración	Porcentaje
Alto	86%
Medio	14%
Bajo	0%
Total	100%

**Tabla 119:** Sentido de pertenencia de los egresados por la Universidad  
Fuente: Dirección de Planeación

Año de grado	No	Sí	Total
2008	2%	40%	<b>42%</b>
2009	6%	23%	<b>29%</b>
2010	0%	29%	<b>29%</b>
<b>Total</b>	<b>8%</b>	<b>92%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 120:** Egresados que estudiarían de nuevo su pregrado en EAFIT  
Fuente: Dirección de Planeación

Motivo	Porcentaje
Calidad académica del programa	44%
Imagen de la Universidad	21%
Infraestructura de la Universidad	12%
Las líneas de énfasis	3%
Por la acreditación de la Universidad	8%
Por ser un programa acreditado	2%
Posibilidades laborales	10%
Total	100%

**Tabla 121:** Motivo principal de los egresados para recomendar el programa  
Fuente: Dirección de Planeación

El grupo autoevaluador considera que los egresados del pregrado en Comunicación Social son reconocidos por la calidad de la formación que reciben y se destacan por su buen desempeño laboral y académico. La Institución y el programa hacen seguimiento a sus egresados y los registros actualizados que se tienen sobre ellos son muy positivos. Además, las evaluaciones que hacen los egresados sobre el programa demuestran el compromiso con la Universidad y con su carrera.

Para el plan de mejoramiento se propone trabajar conjuntamente con el Centro de Egresados de la Universidad en la actualización periódica de las bases de datos de los egresados del programa.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.7.3. Característica 39. Impacto de los egresados en el medio social y académico

Los egresados del programa son reconocidos en el medio por la calidad de la formación que reciben y se destacan por su desempeño profesional. En la característica anterior se dijo que el 74% de los egresados tiene trabajo. Los indicadores laborales de los graduados del programa se muestran en la Tabla 122.

Indicadores	2008	2009	2010	Total
Población total	42%	29%	29%	<b>100%</b>
Población en edad de trabajar	42%	29%	29%	<b>100%</b>
Población económicamente inactiva	5%	-	-	<b>2%</b>
Población económicamente activa	95%	100%	100%	<b>98%</b>
Desocupados	21%	21%	36%	<b>25%</b>
Cesantes	16%	-	29%	<b>15%</b>
Aspirantes	5%	21%	7%	<b>11%</b>
Abiertos	21%	21%	29%	<b>23%</b>
Ocultos	5%	-	-	<b>2%</b>
Ocupados	75%	79%	64%	<b>73%</b>
Subempleo subjetivo	32%	57%	43%	<b>43%</b>
Subempleo por horas	10%	29%	36%	<b>23%</b>
Subempleo competencias	10%	7%	7%	<b>8%</b>
Subempleo por ingresos	16%	29%	14%	<b>19%</b>

**Tabla 122:** Indicadores laborales de los graduados por año de graduación

Fuente: Dirección de Planeación

En la encuesta aplicada a los egresados, el 38% de ellos mostró interés por crear empresa (Tabla 123), pero solo el 8% ha hecho trámites ante la cámara de comercio (Tabla 124). Entre las dificultades que les impiden la creación de empresa para los que tienen esa intención, se resalta la falta de recursos propios y el miedo para asumir el riesgo (Tabla 125).

Interés por crear empresa	No	Sí	Total
	62%	38%	100%

**Tabla 123:** Interés por crear empresa

Fuente: Dirección de Planeación

Actividades	Porcentaje
Búsqueda de recursos financieros	15%
Estudio de mercado	31%
Ninguna	38%
Otras	8%
Trámites ante la cámara de comercio y el municipio	8%
Total	100%

**Tabla 124:** Actividades desarrolladas por los egresados para crear empresa  
Fuente: Dirección de Planeación

Dificultades	Porcentaje
Falta de recursos económicos propios	46%
Miedo para asumir el riesgo	30%
No estar seguro si la idea pueda convertirse en un negocio exitoso	8%
No poder encontrar socios de confianza	8%
Otros	8%
Total	100%

**Tabla 125:** Dificultades de los egresados para crear empresa  
Fuente: Dirección de planeación

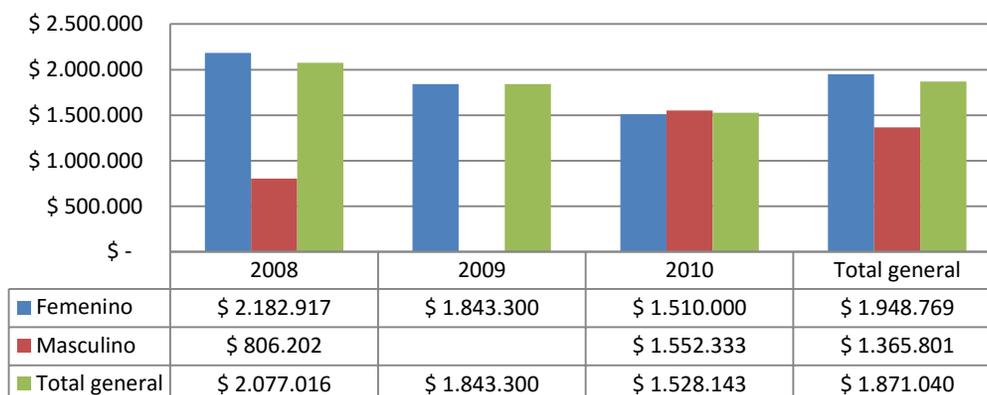
El 50% de los egresados encuestados que cuentan con trabajo dicen conservar su primer empleo (Tabla 126).

Graduados en su primer empleo	No	Sí
Total	50%	50%

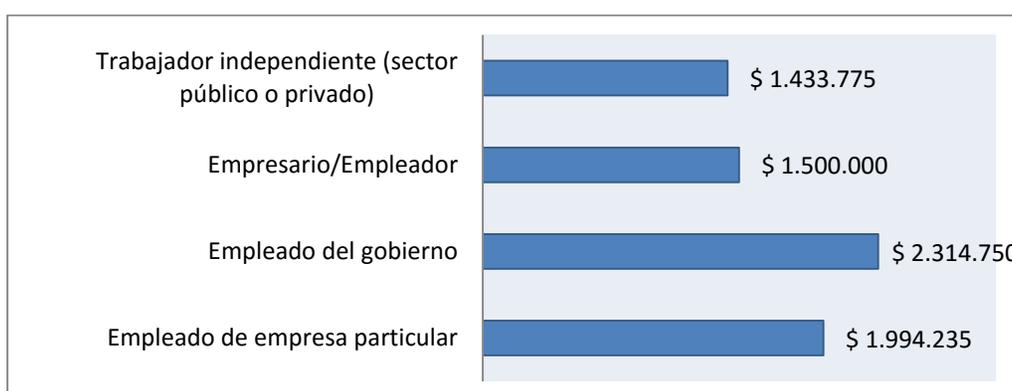
**Tabla 126:** Egresados que conservaban su primer empleo  
Fuente: Dirección de Planeación

El IBC (ingreso base de cotización) de los graduados de Comunicación Social fue para el año 2008 de \$1.576.294 pesos y para 2009 de \$1.655.478 pesos. Comparado con el promedio del salario reportado por el Observatorio Laboral para la Educación Superior para el año 2009<sup>68</sup>, los comunicadores sociales eafitenses están por encima del promedio nacional (\$1.528.679). Según la categoría salarial, es mayor el ingreso promedio para los empleados en el sector público, seguidos de quienes trabajan en el sector privado.

<sup>68</sup> Según las estadísticas del Observatorio Laboral para la Educación Superior del Ministerio de Educación Nacional, el salario promedio en 2009 fue de \$1.528.679 para los recién graduados del país. Para mayor información véase: <http://www.eafit.edu.co/egresados/Paginas/egresados-de-eafit-los-mejores-pagos-del-pais.aspx>



**Gráfico 10:** Ingreso promedio de los comunicadores sociales eafitenses  
Fuente: Dirección de Planeación



**Gráfico 11:** Ingreso promedio según actividades laborales  
Fuente: Dirección de Planeación

Al evaluar el promedio salarial por tipo de ocupación también en este aspecto el salario es superior al promedio nacional (Tabla 127). Las ocupaciones mejor remuneradas tienen que ver con dirección y gerencia y ejecución de políticas públicas.

Ocupación	2008	2009	2010	Total
Comunicación de eventos	2,100,000	2,500,000	1,296,500	<b>1,858,600</b>
Dirección y Gerencia	7,000,000	-	1,500,000	<b>4,250,000</b>
Ejecución de políticas públicas	-	3,980,000	-	<b>3,980,000</b>
Ocupaciones del servicio exterior	-	-	1,540,000	<b>1,540,000</b>
Ocupaciones en ciencias naturales y aplicadas	-	1,500,000	-	<b>1,500,000</b>
Ocupaciones en ciencias sociales, educación, servicios gubernamentales y religión	-	779,000	-	<b>779,000</b>
Ocupaciones en investigación y desarrollo	-	3,000,000	-	<b>3,000,000</b>
Periodismo	1,832,500	1,474,000	-	<b>1,781,286</b>
Producción para medios digitales	1,000,000	1,200,000	1,400,000	<b>1,200,000</b>
No responde	1,268,734	1,333,333	1,832,000	<b>1,433,775</b>
<b>Total</b>	<b>2,077,016</b>	<b>1,843,300</b>	<b>1,528,143</b>	<b>1,871,040</b>

**Tabla 127:** Ingreso promedio de los egresados según ocupación (en pesos)  
Fuente: Dirección de Planeación

El 23% de los egresados consultados dice haber recibido algún reconocimiento durante su vida laboral (Tabla 128).

Reconocimiento	Total
Académico	8%
Laboral	15%
No ha recibido	75%
Varios	2%
Total	%

**Tabla 128:** Egresados que han recibido algún reconocimiento en su vida laboral  
Fuente: Dirección de Planeación

Los empleadores tienen las siguientes consideraciones acerca de los egresados:

- Fortalezas: conocimiento del campo audiovisual y digital, la fácil y rápida adaptación laboral; son jóvenes amables, respetuosos y con buenas relaciones humanas; son personas proactivas y “centradas” en el mundo.
- Debilidades: la redacción y la ortografía; las presentaciones en público.
- Amenazas: se derivan de las debilidades y tienen que ver con que pueden ser reemplazados por jóvenes mejor preparados en ese campo si el puesto así lo requiere.
- Oportunidades: la redacción y la comunicación estratégica (diferente a la organizacional).

Sobre la percepción del programa, los empleadores consideran que su relevancia es fundamental en el momento actual. Respecto de la actualidad, calidad y bases que brinda la carrera, respondieron que son buenas, pero recomiendan enfatizar más en redacción. Sobre el impacto social del pregrado, las respuestas variaron en no conocerlo o no percibirlo y considerar que debe ser bueno por la calidad de las hojas de vida que llegan. Pese a la buena calidad del desempeño laboral de los egresados, la cual se calificó como excelente y muy buena, plantearon la necesidad de una mayor visibilidad y promoción de la carrera en otras áreas empresariales diferentes a las de comunicación.

El grupo autoevaluador considera la información presentada por la encuesta a egresados es completa y permite afirmar que el programa ha cumplido con los propósitos de formación. En general, se observan en los indicadores laborales porcentajes más altos para los comunicadores sociales de la Universidad EAFIT en la tasa global de participación (97.9%), tasa de ocupación (72.9%), de desempleo (25.5%) y de subempleo subjetivo (42.6%) que los que se observan para el país y la ciudad de Medellín en el período junio-agosto de 2010. Las mujeres son, en promedio, mejor remuneradas que los hombres, y el hecho de ser graduado de EAFIT implica un pago por encima del promedio nacional para los comunicadores sociales. Se deben fortalecer aspectos relacionados con la gramática, escritura y redacción en los primeros semestres de la carrera.

El grupo asigna una nota de **4.7** a esta característica. Se cumple plenamente.

### **3.8. FACTOR 8: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS**

#### **3.8.1. Característica 40. Recursos físicos**

La administración de la planta física en la Universidad EAFIT es responsabilidad de la Dirección Administrativa y Financiera a través del Departamento de Servicios Generales. En el Plan

Estratégico de Desarrollo 2006-2012, se define la administración de los recursos físicos y financieros como la administración de todos los subprocesos relativos a la expansión, mejoramiento y conservación de la planta física; a la gestión presupuestal y financiera, y al manejo de los sistemas de información contables, sean manuales o electrónicos” (Anexo 17, pág. 23) A continuación se hace una breve descripción de la planta física:

EAFIT tiene una extensión de 119.465 metros cuadrados que albergan 33 bloques de aulas, oficinas, laboratorios y otros lugares para la realización de diversas actividades académicas y culturales. Recientemente la Universidad adquirió un lote de 20.000 metros cuadrados en el que se proyecta construir a partir de 2012 un edificio de posgrados.

La Universidad ha sido pionera en la implementación de herramientas informáticas para la educación, por eso sus 237 aulas están dotadas con equipos de última tecnología. Cada salón de estudio está abastecido con un computador y un *video beam* o televisor.

La labor de enseñanza e investigación se complementa con los 47 espacios distribuidos entre talleres y laboratorios. El Centro Multimedial y las salas de edición adjuntas hacen parte de estos espacios e impactan directamente en la formación de los comunicadores.

El bienestar de la comunidad eafitense es un aspecto primordial que se ve reflejado en sus escenarios deportivos: la Universidad cuenta con una piscina semi-olímpica, un coliseo menor y dos placas polideportivas sintéticas, con sus respectivos camerinos, duchas y baños, además de amplios espacios para el ocio y el descanso, que suman en total 26.467 metros cuadrados. En mayo de 2010 se inauguró el nuevo Centro de Acondicionamiento Físico (CAF) y en mayo de 2011 la nueva cancha de fútbol de grama sintética.

Otro de los grandes atractivos de la Universidad son las zonas verdes que existen en el *campus* y que representan aproximadamente 28.215 metros cuadrados. Estas áreas están pobladas de árboles nativos de la región, como pimientos, carboneros y guayacanes.

En la propuesta del Plan de Desarrollo de la Universidad, 2012-2018 se tiene previsto un crecimiento de la infraestructura física con la realización, entre otras, de las siguientes obras para el beneficio de la comunidad universitaria:

- La construcción de nuevas aulas en los bloques 13, 14 y 15, lo que aumentará en 36 aulas la capacidad instalada de la Universidad.
- La construcción del edificio de posgrados con un área aproximada de 12.000 metros cuadrados.
- La construcción de un edificio de parqueaderos con capacidad para 600 vehículos.
- La construcción de una nueva plazoleta con dos nuevos restaurantes universitarios.

Si bien el programa de Comunicación Social no tiene una injerencia directa en el manejo de la planta física utilizada por el programa, el desarrollo de la infraestructura de la Universidad contempla las necesidades de cada dependencia académica y racionaliza tanto la inversión como su uso.

Al consultar la opinión de los profesores y los estudiantes sobre las instalaciones de la universidad y las condiciones de acceso, diseño, capacidad, iluminación, ventilación, seguridad e higiene (Tabla 129) se obtuvo una respuesta muy favorable de ambos tipos de usuarios. En los profesores, los aspectos mejor calificados son el acceso, la iluminación, la higiene, y el menor es el diseño. Para los estudiantes, los aspectos mejor calificados son la higiene, el diseño, la seguridad,

mientras que el acceso y la capacidad tuvieron levemente menores porcentajes, anotando que todos estuvieron por encima de los 80 puntos porcentuales.

Califique los siguientes aspectos de las instalaciones físicas de la Universidad	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Acceso	78%	22%	0%	0%	0%	0%	100%	70%	20%	7%	0%	0%	2%	100%
Diseño	81%	13%	6%	0%	0%	0%	100%	77%	21%	0%	0%	0%	2%	100%
Capacidad	75%	22%	3%	0%	0%	0%	100%	68%	21%	7%	1%	0%	2%	100%
Iluminación	78%	22%	0%	0%	0%	0%	100%	74%	20%	1%	2%	0%	2%	100%
Ventilación	75%	22%	3%	0%	0%	0%	100%	75%	19%	4%	0%	0%	2%	100%
Seguridad	78%	19%	3%	0%	0%	0%	100%	73%	23%	1%	0%	0%	2%	100%
Higiene	84%	16%	0%	0%	0%	0%	100%	78%	19%	1%	0%	0%	2%	100%

**Tabla 129:** Opinión de profesores y estudiantes sobre los recursos físicos de la Universidad

Al consultar la opinión de los profesores y los estudiantes sobre las condiciones de acceso, diseño, capacidad, iluminación, ventilación, seguridad e higiene del Centro Cultural Luis Echavarría Villegas (Tabla 130), ambos grupos consideran que son óptimas. Por los profesores los aspectos mejor calificados son el acceso, la seguridad, la iluminación y la higiene, mientras que para los estudiantes son la higiene, el diseño, la iluminación y la ventilación.

Califique los siguientes aspectos del Centro cultural Luis Echavarría Villegas	Profesores							Estudiantes						
	5	4	3	2	1	S/I	Total	5	4	3	2	1	S/I	Total
Acceso	78%	22%	0%	0%	0%	0%	100%	70%	20%	7%	0%	0%	2%	100%
Diseño	81%	13%	6%	0%	0%	0%	100%	77%	21%	0%	0%	0%	2%	100%
Capacidad	75%	22%	3%	0%	0%	0%	100%	68%	21%	7%	1%	0%	2%	100%
Iluminación	78%	22%	0%	0%	0%	0%	100%	74%	20%	1%	2%	0%	2%	100%
Ventilación	75%	22%	3%	0%	0%	0%	100%	75%	19%	4%	0%	0%	2%	100%
Seguridad	78%	19%	3%	0%	0%	0%	100%	73%	23%	1%	0%	0%	2%	100%
Higiene	84%	16%	0%	0%	0%	0%	100%	78%	19%	1%	0%	0%	2%	100%

**Tabla 130:** Opinión de profesores y estudiantes sobre el Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

Pasando a la existencia de planes y proyectos en ejecución para la conservación, expansión, mejoras y el mantenimiento de la planta física para el programa, según las normas técnicas respectivas, el pregrado en Comunicación Social atiende la proyección del presupuesto del Departamento de Humanidades que propone para el desarrollo del plan estratégico 2012-2018 los siguientes objetivos:

- Ampliar la oferta de programas de pregrado y posgrado en humanidades y ciencias sociales.
- Consolidar la capacidad investigativa de los grupos y docentes del Departamento.
- Consolidar los medios de difusión de la actividad investigativa.
- Contribuir al desarrollo de la academia virtual.

En cuanto a la relación entre las áreas disponibles en aulas y laboratorios y el número de estudiantes del programa, la Dirección Administrativa y Financiera, mediante modelo de costos AB permite hacer trazabilidad al uso de los recursos y obtener estadísticas como el caso del uso de aulas.

ESTADÍSTICAS 2010\*

Concepto	metros cuadrados campus Medellín	Base estudiantil promedio año pregrado y posgrado	mt <sup>2</sup> /estud	Base Estudiantil promedio año / Cción. Social	mt <sup>2</sup> /estud Cción. Social
Áreas en Uso	50,991	11,156	4.57	369	138.19
Pasillos, Zonas Circulación. y Otros	15,918	11,156	1.43	369	43.14
Parqueaderos y Zonas Verdes	86,030	11,156	7.71	369	233.14
<b>Área Total</b>	<b>152,939</b>	<b>11,156</b>	<b>13.71</b>	<b>369</b>	<b>414.47</b>

Concepto	metros cuadrados campus Medellín	Base estudiantil promedio año pregrado y posgrado	mt <sup>2</sup> /estud	Base Estudiantil promedio año / Cción. Social	mt <sup>2</sup> /estud Cción. Social
Aulas	9,294	11,156	0.83	369	25.19
Laboratorios	6,138	11,156	0.55	369	16.63
<b>Área Aulas y Laboratorios</b>	<b>15,432</b>	<b>11,156</b>	<b>1.38</b>	<b>369</b>	<b>41.82</b>

**Tabla 131:** Relación entre las áreas físicas disponibles y el número de estudiantes del programa

Fuente: Informes Departamento de Costos y Presupuestos Universidad EAFIT

El grupo autoevaluador considera que el programa de Comunicación Social cuenta con una planta física adecuada y suficiente para el desarrollo de sus funciones sustantivas y de bienestar y ésta recibe uso y mantenimiento adecuados. Comunicación Social cuenta con salones y aulas especiales adecuadas para el desarrollo de sus actividades. Existen políticas claras para el uso, mantenimiento, control y desarrollo de la planta física, laboratorios, biblioteca y otros espacios. El anterior concepto se sustenta, adicionalmente, por los resultados de la Re-acreditación Institucional 2010-2018 (anexo 22) y por el buen concepto de administrativos, profesores y estudiantes.

No obstante lo anterior, se propone como acciones de mejoramiento actualizar la infraestructura del aula 38/304 con equipos Macintosh de última tecnología y software renovado. Asimismo, se propondrá al centro de Informática que las aulas 38/304 y 38/302 sean para uso exclusivo del pregrado en Comunicación Social dado el aumento de la población estudiantil del programa.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.8.2. Característica 41. Presupuesto del programa

La asignación presupuestal para los programas de la Escuela de Ciencias y Humanidades se hace en conjunto con los departamentos académicos. El pregrado de Comunicación Social cuenta con un centro de costos que es administrado por el jefe de carrera bajo la supervisión y control de la jefatura del Departamento de Humanidades.

En los archivos del Departamento de Costos y Presupuestos están disponibles las premisas y presupuestos aprobados para cada vigencia, de los cuales se tomó la información para la elaboración de este informe. Así mismo, está disponible la información del modelo de Costeo Basado en Actividades, que sirvió de base complementar el análisis.

La Tabla 132 muestra la evolución de los recursos puestos a disposición del programa entre 2009 y 2011.

COMPOSICION DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL\*

CONCEPTO	2009		2010		PPTO 2011	
	VALOR	% / Ingresos	VALOR	% / Ingresos	VALOR	% / Ingresos
INGRESOS NETOS MATRICULAS	2,464,795,571	99.6%	2,988,206,213	99.8%	3,197,380,648	99.8%
% PART SOBRE LOS INGRESOS DE PREGRADU	3.13%		3.61%		3.88%	
OTROS INGRESOS	10,087,649	0.4%	6,739,029	0.2%	7,210,761	0.2%
TOTAL INGRESOS	2,474,883,220	100%	2,994,945,242	100%	3,204,591,408	100%
GASTOS DIRECTOS DEL PROGRAMA	211,895,311	8.6%	304,876,077	10.2%	320,119,881	10.0%
GASTOS DIRECTOS POR EL DEPARTAMENTO	1,329,673,036	53.7%	1,506,730,058	50.3%	1,582,066,561	49.4%
GASTOS DIRECTOS POR OTROS DEPARTAMENTOS	185,439,530	7.5%	211,745,322	7.1%	222,332,588	6.9%
GASTOS DIRECTOS POR DECANATURA	179,208,545	7.2%	200,932,170	6.7%	210,978,775	6.6%
GASTOS DIRECTOS POR INVESTIGACION	38,237,789	1.5%	158,208,223	5.3%	166,118,634	5.2%
TOTAL GASTOS DIRECTOS	1,944,454,211	78.6%	2,382,491,850	79.6%	2,501,616,442	78.1%
RESULTADO DIRECTO	530,429,009	21.4%	612,453,392	20.4%	702,974,966	21.9%
GASTOS ADMINISTRATIVOS GENERALES ASIGNADOS	1,040,717,793	42%	1,095,654,453	37%	1,150,437,176	36%
RESULTADO NETO	-510,288,784	-20.6%	-483,201,061	-16.1%	-447,462,210	-14.0%

\* Fuente de consulta: Informes de Costos ABC-Departamento de Costos y Presupuestos Universidad EAFIT

**Tabla 132:** Composición del presupuesto de ingresos y gastos del programa

Fuente: Informes Departamento de Costos y Presupuestos Universidad EAFIT

CONCEPTO	2009	2010	2011
	% PART	% PART	% PART
PRESUPUESTO DE GASTOS DE LA UNIVERSIDAD EAFIT	100%	100%	100%
	\$ 118,259,745,665	\$ 136,606,914,903	\$ 161,123,482,424
PRESUPUESTO EAFIT PARA GASTOS DE PERSONAL DE DOCENCIA	31%	29%	28%
PRESUPUESTO PARA GASTOS DE PERSONAL DEL PROGRAMA	8%	8%	8%
PRESUPUESTO EAFIT PARA INVESTIGACION	11%	11%	12%
PRESUPUESTO PARA INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA	0.26%	0.29%	0.27%
PRESUPUESTO EAFIT PARA PROYECCION SOCIAL	18%	19%	17%
PRESUPUESTO PARA PROYECCION SOCIAL DEL PROGRAMA	0.05%	0.003%	0.02%
PRESUPUESTO EAFIT PARA BIENESTAR INSTITUCIONAL	3%	3%	4%
PRESUPUESTO PARA BIENESTAR INSTITUCIONAL DEL PROGRAMA	0.01%	0.01%	0.01%
PRESUPUESTO EAFIT PARA INTERNACIONALIZACION	0.1%	0.1%	0.3%
PRESUPUESTO PARA INTERNACIONALIZACION DEL PROGRAMA	0.003%	0.003%	0.003%

**Tabla 133:** Distribución porcentual del presupuesto de gastos de la Universidad

Fuente: Informes Departamento de Costos y Presupuestos Universidad EAFIT

En la Universidad EAFIT, el presupuesto de Inversiones es administrado en centros de apoyo, desde donde se provee el servicio de manera general, software, hardware, mobiliario, construcciones y edificaciones, equipos, entre otros.

La Tabla 134 ilustra el presupuesto de inversión del cual se beneficia el programa de Comunicación Social en función del número de estudiantes.

INDICADOR	2009 EJEC	2010 EJEC	PPTO 2011
INGRESOS TOTALES	132,532,914,046	151,654,540,238	168,017,964,479
PPTO DE INVERSIONES	22,044,929,000	27,795,143,000	16,501,738,000
BASE ESTUDIANTIL PREGRADO	8,234	8,492	8,776
BASE ESTUDIANTIL POSGRADO	2,571	2,664	3,102
BASE ESTUDIANTIL TOTAL	10,804	11,156	11,878
INVERSION POR ESTUDIANTE	2,040,441	2,491,497	1,389,328
BASE ESTUDIANTIL DEL PROGRAMA	323	369	395
PPTO DE INVERSION PARA EL PROGRAMA	659,062,576	919,362,475	548,089,719
% de los IngresoS para Inversión del programa	0.50%	0.61%	0.33%

Los ingresos e Inversiones de 2009 y 2010 corresponde a lo causado para cada vigencia, en tanto que la información de 2011, indica lo presupuestado

La base estudiantil, está indicada como el promedio estudiantes matriculados para los dos semestres

**Tabla 134:** Distribución del presupuesto según el número de estudiantes<sup>69</sup>  
Fuente: Informes Departamento de Costos y Presupuestos Universidad EAFIT

El 56% de los directivos considera que la relación entre los recursos presupuestales y los propósitos del programa es adecuada, cifra que baja para el caso de los profesores, puesto que el 44% de estos considera adecuada esta relación con calificaciones de 4 y 5. El 29% de los directivos y el 38% de los profesores dice no tener información (Tabla 135). Esta situación se presenta porque la administración del presupuesto del programa es conocida principalmente por los profesores de tiempo completo adscritos al Departamento de Humanidades, es decir, no se considera un asunto que les compete a los profesores de cátedra.

Califique la relación entre los recursos presupuestales y los propósitos del programa de Comunicación Social	Directivos	Profesores
5	14%	13%
4	42%	31%
3	0%	13%
2	15%	3%
1	0%	3%
S/I	29%	38%
Total	100%	100 %

**Tabla 135:** Opinión de los directivos y profesores sobre los recursos presupuestales del programa

El grupo autoevaluador considera que el programa dispone de los recursos presupuestales suficientes para funcionamiento e inversión, de acuerdo con su naturaleza y objetivos. Los recursos se obtienen por matrículas de los estudiantes, un porcentaje de las cuales está cubierta por becas y subsidios de la Universidad EAFIT (19% en 2011). Para la programación y ejecución del presupuesto de inversión y funcionamiento del programa se cuenta con los instructivos, políticas y aplicativos de software necesarios para toda la Universidad; la mayoría de recursos de EAFIT son compartidos por toda la Universidad. En los presupuestos de los últimos cuatro años puede verse que hay asignación presupuestal para actividades de docencia, proyección social, bienestar institucional e internacionalización del programa, representada en conferencistas, relaciones

<sup>69</sup> Los ingresos e inversiones de 2009 y 2010 corresponden a lo causado para cada vigencia, en tanto que la información del 2011 indica lo presupuestado. La base estudiantil está indicada con el promedio de estudiantes matriculados en cada período.

públicas, mercadeo, entre otras. El financiamiento de viajes de profesores y estudiantes está incluido en el presupuesto general de la Dirección de Investigación y Docencia. De la encuesta a profesores y directivos se observa que muchos de ellos no tienen información del presupuesto del programa, lo que es normal.

Antes se habló de una revisión de la estructura académico y administrativa del programa con miras a la creación de un Departamento de Comunicación. Esta revisión es necesaria hacerla también en el sistema presupuestal con el propósito de incrementar la autonomía del programa en el manejo de algunos recursos financieros necesarios para su funcionamiento.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.8.3. Característica 42. Administración de recursos

La Dirección Administrativa y Financiera es la dependencia de la Universidad encargada de la planeación y los procesos presupuestales, siguiendo para esto las directrices del Consejo Superior. Dicha Dirección está integrada por los departamentos de Tesorería y Cartera, Costos y Presupuesto, Compras, Centro de Administración Documental, Servicios Generales, Contratos y Convenios y Contabilidad.

En los anexos 58 y 59 se pueden consultar las políticas presupuestales y la información general para la elaboración del presupuesto. En estos se explica en qué consiste la planeación financiera, el costeo basado en actividades como una herramienta gerencial para la toma de decisiones, el manejo del portafolio de inversiones de la Universidad, el manejo de la planta física y el sistema de gestión de calidad. Además, existen diversos documentos que evidencian la planeación, proyección y control de los recursos presupuestales. Entre estos están:

- Información general para la elaboración del presupuesto 2011.
- Costos ABC.
- Políticas presupuestales.
- Políticas de manejo de los recursos financieros.

El 72% de los directivos considera que hay equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros, y que estos permiten un adecuado funcionamiento del programa. Esta cifra baja al 50% cuando se le pregunta a los profesores. Hay que anotar que el 40% de los profesores no tienen información al respecto.

Califique la equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros para el desarrollo del programa de Comunicación Social	Directivos	Profesores
5	43%	16%
4	29%	34%
3	0%	3%
2	0%	0%
1	0%	6%
S/I	29%	40%
Total	100%	100%

**Tabla 136:** Opinión de los profesores sobre la equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros

El grupo autoevaluador considera que la administración de los recursos físicos y financieros del programa es eficiente, eficaz, transparente y se ajusta a las normas legales vigentes. La Dirección Administrativa y Financiera elabora el presupuesto general de la Universidad con base en las políticas generales y los planes de desarrollo institucional y de cada dependencia de la Universidad; el Consejo Superior aprueba el presupuesto general. La Dirección Administrativa y Financiera hace también el seguimiento y control de gastos con ayuda del aplicativo de software SIPRES, disponible en la intranet. Los recursos son adecuados para la institución y el programa de Comunicación Social y se asignan equitativamente entre las diferentes dependencias de la Universidad de acuerdo con criterios y mecanismos claros y acordes con sus posibilidades y necesidades. El pregrado de Comunicación Social tiene a cargo un centro de costos y, en consecuencia, administra recursos financieros de la Universidad EAFIT.

El grupo asigna una nota de **5.0** a esta característica. Se cumple plenamente.

### 3.9. SÍNTESIS DE LA AUTOEVALUACIÓN

Características (1)	Categoría (2)	Ponderación Previa (3)	Calificación Máxima (4)	Puntaje Máximo (5)=(3)x(4)	Calificación (6)	Contribución (7)=(3)x(6)	% de Cumplimiento Característica (8)=(7)/(5)	% de Cumplimiento Factor (9)=(Σ7)/(Σ5)	Calificación Equivalente (10)=(9)x(4)/100
<b>Factor 1</b>									
1	B	0,013	5	0,07	4,9	0,065	98	96,00	4,79
2	B	0,013	5	0,07	5,0	0,067	100		
3	B	0,013	5	0,07	4,8	0,064	96		
4	C	0,020	5	0,10	4,6	0,092	92		
<b>Factor 2</b>									
5	B	0,013	5	0,07	4,8	0,064	96	94,74	4,73
6	E	0,032	5	0,16	4,8	0,153	96		
7	E	0,032	5	0,16	4,7	0,149	94		
8	E	0,032	5	0,16	4,7	0,149	94		
9	B	0,013	5	0,07	4,7	0,063	94		
<b>Factor 3</b>									
10	B	0,013	5	0,07	5,0	0,067	100	96,92	4,84
11	B	0,013	5	0,07	4,9	0,065	98		
12	E	0,032	5	0,16	4,8	0,153	96		
13	B	0,013	5	0,07	5,0	0,067	100		
14	E	0,032	5	0,16	4,8	0,153	96		
15	B	0,013	5	0,07	4,9	0,065	98		
16	E	0,032	5	0,16	4,7	0,149	94		
17	B	0,013	5	0,07	5,0	0,067	100		
<b>Factor 4</b>									
18	B	0,013	5	0,07	4,6	0,061	92	89,13	4,45
19	B	0,013	5	0,07	4,9	0,065	98		
20	B	0,013	5	0,07	5,0	0,067	100		
21	E	0,032	5	0,16	4,5	0,143	90		
22	E	0,032	5	0,16	4,5	0,143	90		
23	B	0,013	5	0,07	4,3	0,057	86		
24	E	0,032	5	0,16	4,4	0,140	88		

25	E	0,032	5	0,16	4,4	0,140	88		
26	E	0,032	5	0,16	4,4	0,140	88		
27	E	0,032	5	0,16	4,4	0,140	88		
28	C	0,020	5	0,10	4,3	0,086	86		
29	E	0,032	5	0,16	4,5	0,143	90		
30	E	0,032	5	0,16	4,7	0,149	94		
31	E	0,032	5	0,16	4,2	0,134	84		
<b>Factor 5</b>									
32	B	0,013	5	0,07	4,9	0,065	98	98,00	4,90
<b>Factor 6</b>									
33	E	0,032	5	0,16	4,5	0,143	90	95,00	4,75
34	E	0,032	5	0,16	4,8	0,153	96		
35	E	0,032	5	0,16	4,8	0,153	96		
36	E	0,032	5	0,16	4,9	0,156	98		
<b>Factor 7</b>									
37	C	0,020	5	0,10	4,5	0,090	90	93,33	4,66
38	C	0,020	5	0,10	4,8	0,096	96		
39	C	0,020	5	0,10	4,7	0,094	94		
<b>Factor 8</b>									
40	E	0,032	5	0,16	5,0	0,159	100	100,00	5,00
41	E	0,032	5	0,16	5,0	0,159	100		
42	E	0,032	5	0,16	5,0	0,159	100		
<b>CALIFICACIÓN GLOBAL DEL PROGRAMA</b>						<b>4,68</b>			

### 3.10. CONCLUSIONES

Luego de realizadas las sesiones de autoevaluación, y teniendo en cuenta las evidencias encontradas, el grupo autoevaluador considera que el pregrado en Comunicación Social cumple con los requisitos necesarios para someterse a evaluación por parte de los pares evaluadores externos designados por el CNA.

A continuación se presentan las conclusiones que el grupo autoevaluador desea resaltar:

- La Institución tiene una misión acorde a referentes universales de la educación superior y claramente definida, difundida y entendida por toda la comunidad académica. La Universidad EAFIT cuenta además con la renovación de la Acreditación Institucional por un período de ocho años, 2010-2018.
- El currículo del programa, junto con las actividades extracurriculares en la Universidad EAFIT, contribuyen, en el marco de la misión y visión institucionales, a la formación integral de sus estudiantes en aspectos relacionados con los valores, actitudes, aptitudes, conocimientos, competencias comunicativas y competencias profesionales. El plan académico de la carrera es coherente con estos fines. El programa permite la formación de profesionales interdisciplinarios con una sólida base humanística.
- Se evidencia la relevancia académica y pertinencia social del programa, y de su reconocimiento en el medio local y regional. El pregrado ofrece un plan de estudios innovador, integral y flexible

que le permite al estudiante elegir entre opciones de formación profesional y de formación humanística, cultural y artística según sus competencias y preferencias personales.

- El programa cuenta con un Proyecto Educativo (PEP) coherente con el Proyecto Educativo Institucional (PEI). Existe una buena articulación entre el PEP y el PEI; cuenta con mecanismos para enfrentar académicamente problemas del entorno e incorpora en el plan de estudios el resultado de estas experiencias.
- Para la organización y actualización del plan de estudios el programa toma como referencia las tendencias, el estado del arte de la disciplina y los indicadores de calidad reconocidos por la comunidad académica nacional e internacional.
- El programa es, por definición, interdisciplinario y promueve la formación de un espíritu investigativo de sus estudiantes. El currículo es flexible (38.1%) y existen claras políticas institucionales de flexibilidad.
- El programa cuenta con un número suficiente de profesores con la dedicación y nivel de formación necesarios para su funcionamiento en temas de docencia, investigación y proyección social.
- El programa cuenta con convenios institucionales de cooperación con otras Universidades nacionales y extranjeras, promoviendo así el desarrollo de relaciones académicas y científicas por parte de estudiantes y profesores con sus colegas nacionales e internacionales.
- Los egresados de Comunicación Social son reconocidos por la calidad de la formación que reciben (lo cual se manifiesta en sus salarios por encima del promedio y rápida inserción al mercado laboral), lo hacen en áreas relacionadas con el programa y se destacan por su buen desempeño profesional.
- El programa influye positivamente en el medio por medio del impacto laboral de los egresados, las prácticas profesionales de los estudiantes, los proyectos de investigación, las asesorías y las conferencias abiertas periódicamente organizadas de cara a la ciudad.
- El 19% de los estudiantes del programa recibe algún tipo de beca o ayuda parcial por parte de la Universidad para adelantar sus estudios.
- El programa y la Universidad EAFIT hacen seguimiento de la ubicación profesional y de las actividades que desarrollan los egresados. El compromiso de la mayoría de los egresados con el programa y la Institución es alto.
- El programa y la Universidad EAFIT cuentan con recursos bibliográficos, informáticos y de apoyo docente que son adecuados, suficientes y actualizados; además son accesibles a los miembros de la comunidad académica.
- El programa de Comunicación Social cuenta con una planta física adecuada y suficiente para el desarrollo de sus funciones sustantivas y de bienestar y ésta recibe uso y mantenimiento adecuados.
- El programa cuenta con un sitio web (<http://comunicacionsocial.eafit.edu.co>) en donde se encuentra la información más importante de la carrera, con veracidad y transparencia.

## 4. PLAN DE MEJORAMIENTO

OBJETIVOS	ACCIONES DE MEJORAMIENTO	RESPONSABLE	PLAZO DE EJECUCIÓN <sup>70</sup>		
			Corto	Medio	Largo
<b>FACTOR 1: MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL</b>					
Reforzar entre la comunidad académica el conocimiento de los Principios Estratégicos de la Institución y del Proyecto Educativo del Programa.	Realizar un taller de inducción semestral sobre la Misión, Visión y Propósitos Institucionales de la Universidad EAFIT con profesores y estudiantes que ingresan por primera vez al programa.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	X
	Suministrar información permanente a través de los medios de difusión del pregrado sobre el Proyecto Educativo del Programa.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	X
Fomentar la participación de los estudiantes en las instancias de representación y toma de decisiones del Programa.	Realizar anualmente campañas de promoción electoral para motivar a los estudiantes de la carrera a que presenten sus candidatos a las instancias de dirección del Pregrado y la Universidad.	Comité de Carrera	X	X	X
<b>FACTOR 2: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS ESTUDIANTES</b>					
Estudiar las razones de deserción de los estudiantes del programa.	Realizar un estudio cualitativo para profundizar en las causas de la deserción estudiantil en el programa de Comunicación Social.	Jefe de Carrera		X	
Fortalecer los espacios de carácter académico para la participación de los estudiantes en procesos académicos, grupos y semilleros de investigación relevantes para su formación.	Formalizar los semilleros de investigación en <i>Narrativas transmedia</i> y <i>Narrativas periodísticas</i>	Equipo de profesores	X		
	Fortalecer el semillero de investigación en <i>Análisis de medios</i> con una nueva línea en análisis de la recepción.	Equipo de profesores	X		
	Realizar una muestra anual de los trabajos de los estudiantes de Comunicación Social.	Jefe de Carrera Equipo de profesores Organización estudiantil	X	X	X
<b>FACTOR 3: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS PROFESORES</b>					
Fortalecer la planta docente del programa, su formación doctoral y su	Vincular mediante convocatoria pública al menos 3 profesores con experiencia docente e investigativa en el campo de la comunicación, con fortalezas en la investigación y en las áreas de la cultura digital, el periodismo y la comunicación para el cambio social.	Jefe de Departamento Jefe de Carrera	X	X	X

<sup>70</sup> Por **corto plazo** se entiende las actividades realizadas hasta diciembre de 2012; por **mediano plazo** se entiende las actividades realizadas hasta diciembre de 2014; por **largo plazo** se entiende las actividades realizadas hasta diciembre de 2017.

vinculación en redes de investigación.	Definir mediante una acción conjunta con el Departamento de Humanidades el inicio de los estudios de doctorado de al menos 3 profesores del programa.	Jefe de Departamento Jefe de Carrera	X	X	
	Duplicar la participación de los profesores del programa en redes académicas nacionales e internacionales a través de la realización de proyectos conjuntos con otros grupos de investigación, la participación en eventos académicos y el intercambio docente.	Jefe de Carrera Equipo de profesores Grupos de investigación	X	X	X
Proponer mecanismos de revisión y estímulos en el Estatuto Profesorado para la elaboración de material de clase y de cursos para <i>OpenCourseWare</i> .	Elaborar una propuesta al Comité de Escalafón Docente para que la producción material didáctico y sea tenida en cuenta en la asignación de puntaje del Estatuto Profesorado.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		
	Organizar para <i>OpenCourseWare (OCW)</i> los 8 cursos restantes del programa de Comunicación Social autorizados por la Universidad para aparecer en esa plataforma.	Equipo de profesores		X	
<b>FACTOR 4: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS PROCESOS ACADÉMICOS</b>					
Revisar el Proyecto Educativo del Programa en cuanto a la integralidad del currículo, los perfiles de formación profesional, la creación de niveles de posgrado y los modelos pedagógicos del programa.	Estudiar la posibilidad de crear un énfasis en Comunicación Organizacional, orientado hacia la responsabilidad social empresarial y el uso de tecnologías en la organización.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	
	Revisar la oferta de las materias complementarias o electivas para el pregrado.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		
	Diagnosticar las competencias y habilidades de redacción de los estudiantes, con el fin de fortalecer las áreas de escritura y redacción en el pregrado.	Jefe de Carrera Comité de Carrera Equipo de profesores	X	X	
	Fortalecer la figura pedagógica del aula-laboratorio de cara a la producción de contenidos mediáticos.	Jefe de Carrera Equipo de profesores	X		
	Revisar la continuidad pedagógica existente entre el <i>Seminario de investigación I</i> y el <i>Seminario de investigación II</i> de cara al proyecto integrador de los énfasis.	Comité de Carrera Equipo de profesores	X		
	Elaborar la propuesta académica de una Maestría en Comunicación para presentarla y sustentarla ante las instancias directivas de la Universidad.	Jefe de Departamento Jefe de Carrera Equipo de profesores	X	X	
	Proponer al Consejo Académico la revisión de las políticas de cancelación de materias	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		

	con el fin de limitar el número de veces que un estudiante puede usar este mecanismo.				
Fortalecer los procesos de formación y compromiso con la investigación.	Aumentar el número de proyectos de investigación en asuntos relacionados con la comunicación de masas, particularmente en medios de comunicación, cultura digital y periodismo.	Jefe de Departamento Grupos de investigación	X	X	X
	Incrementar la vinculación de los estudiantes en los proyectos de investigación de los profesores del programa.	Grupos de investigación	X	X	X
	Elaborar una lista de revistas indexadas en el campo de la comunicación, y áreas afines, para que los profesores propongan la publicación de sus artículos resultados de investigación.	Grupos de investigación	X		
	Incrementar el número de artículos publicados en revistas indexadas en el campo de la comunicación.	Grupos de investigación	X	X	X
Incentivar el uso de los recursos bibliográficos y definir estrategias para la difusión de los trabajos realizados por los estudiantes.	Incrementar la consulta de las bases de datos afines al área de la comunicación entre los estudiantes y profesores del programa.	Grupo de profesores	X	X	X
	Crear en el sitio web del pregrado una sección denominada <i>Mediateca</i> para subir contenidos multimediales realizados por los estudiantes.	Jefe de Carrera Equipo de profesores	X		
	Crear una serie llamada <i>Cuadernos de Comunicación</i> en la que se publiquen los mejores trabajos de los estudiantes, según áreas temáticas de interés.	Jefe de Carrera		X	
Desarrollar el Centro de Experimentación Hipermedia del Pregrado, de Comunicación Social, <i>Medialab</i> .	Adecuar el aula 38/304 (con máquinas y licencias Macintosh) como aula para llevar a cabo la propuesta del <i>Medialab</i> .	Jefe de Carrera Centro de Informática	X		
Fortalecer las relaciones del programa con otras instituciones del país y el mundo.	Incrementar el número de convenios académicos, intercambios docentes y proyectos de investigación realizados conjuntamente con otras instituciones locales, nacionales e internacionales.	Jefe de Carrera Grupos de investigación	X	X	X

FACTOR 5: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS AL BIENESTAR INSTITUCIONAL					
Fomentar el uso de algunos servicios de Bienestar Universitario entre estudiantes y docentes de cátedra.	Ofrecer a los estudiantes y profesores de cátedra información constante sobre los programas de Beneficios y Compensación (becas, monitorias, estímulos académicos, entre otros) que brinda la Universidad.	Jefe de Carrera	X	X	X
	Solicitar a las directivas de la Escuela de Ciencias y Humanidades mejorar las condiciones físicas y los equipos de computación de la sala de profesores de cátedra.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		
FACTOR 6: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN					
Fortalecer los niveles de autonomía, autorregulación y gestión administrativa del programa.	Iniciar los estudios de viabilidad financiera para la creación del Departamento de Comunicación.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		
	Presentar la propuesta del Departamento de Comunicación ante las instancias directivas de la Universidad.	Jefe de Departamento Jefe de Carrera Comité de Carrera		X	
	Formalizar periódicamente las reuniones del Comité de Carrera.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	X
	Socializar en los talleres de inducción y los medios de difusión la estructura académico-administrativa de la Escuela de Ciencias y Humanidades.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	X
Fortalecer la información sobre la vida académica del pregrado mediante el uso constante y dinámico de los medios de difusión.	Rediseñar el sitio web del pregrado con el fin de potenciar estrategias de información eficientes, dinámicas y novedosas.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X		
	Crear el boletín electrónico de noticias del pregrado en Comunicación Social.	Jefe de Carrera	X		
FACTOR 7: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS EGRESADOS E IMPACTO SOBRE EL MEDIO					
Difundir el impacto que han tenido los egresados en el medio.	Crear una sesión especial sobre <i>egresados destacados</i> en el sitio web del pregrado.	Jefe de Carrera	X		
	Invitar a los egresados para proponer ideas sobre la línea de énfasis en comunicación organizacional.	Jefe de Carrera Comité de Carrera	X	X	
Realizar seguimiento permanente a los egresados del programa.	Actualizar periódicamente las bases de datos de los egresados del programa.	Jefe de Carrera	X	X	X
FACTOR 8: CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS A LOS RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS					
Revisar, fortalecer y actualizar la infraestructura	Solicitar que las aulas 38/304 y 38/302 sean exclusivas para las necesidades que tiene el pregrado en las áreas de periodismo digital, audiovisual-cibermedial y el <i>Medialab</i> .	Jefe de Departamento Jefe de Carrera Centro de Informática	X		

tecnológica de laboratorios y aulas especiales que requiere el programa.	Realizar las provisiones presupuestales para la dotación de los equipos de computación y las licencias de funcionamiento de las salas 38/304 y 38/302.	Jefe de Carrera	X	X	X
	Revisar las funciones de apoyo y acompañamiento que ofrece el Centro Multimedial al pregrado en Comunicación Social.	Jefe de Departamento Jefe de Carrera Directivas de la Universidad	X	X	X

## 5. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Consejo Nacional de Acreditación, CNA (2006). *Lineamientos para la acreditación de programas*. Bogotá D.C, noviembre, 2006.

Montes, I.; Almonacid, P.; Gómez, S.; Zuluaga, F. & Tamayo, E. (2010). *Análisis de decersión estudiantil en los programas de pregrado de la Universidad EAFIT*. Medellín, U. EAFIT.

Rojas, A. & Ronderos, L. (2005). *Excelencia Académica y Acreditación en las Escuelas de Comunicación de América Latina*. Cali, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

## 6. LISTA DE ANEXOS

---

Anexo 1. Políticas y modelos institucionales de autoevaluación.....	8
Anexo 2. Informe de condiciones iniciales del programa de Comunicación Social .....	9
Anexo 3. Población, muestras e índice de confiabilidad.....	9
Anexo 4: Resultados de las encuestas aplicadas.....	9
Anexo 5: Resultados del taller con estudiantes .....	9
Anexo 6: Resultado del taller con profesores .....	9
Anexo 7: Resultado del taller con egresados .....	9
Anexo 8: Resultado de las entrevistas a directivos .....	9
Anexo 9: Actas del proceso de autoevaluación .....	10
Anexo 10: Modelo de ponderación de la Universidad.....	10
Anexo 11: Proyecto Educativo Institucional, PEI.....	17
Anexo 12: Registros calificados del programa .....	18
Anexo 13: Acta de creación del programa .....	18
Anexo 14: Reforma curricular 2007 .....	25
Anexo 15: Reglamento de prácticas.....	27
Anexo 16: Microcurrículos de las asignaturas.....	28
Anexo 17: Plan estratégico de desarrollo 2006-2012 .....	30
Anexo 18: Reglamento Académico de los programas de pregrado.....	30
Anexo 19: Reglamento de Propiedad Intelectual .....	30
Anexo 20: Estatutos de la Universidad .....	31
Anexo 21: Proyecto Educativo del Pregrado, PEP.....	32
Anexo 22: Resolución de la renovación de la acreditación institucional .....	32
Anexo 23: Documento central para la renovación del Registro calificado .....	35
Anexo 24: Actividades académicas realizadas 2004-2010.....	36
Anexo 25: Producción intelectual docente 2005-2010.....	36
Anexo 26: Ponencias en eventos académicos, 2004-2010 .....	36
Anexo 27: Evaluación de los empleadores.....	37
Anexo 28: Apreciaciones de los pares académicos.....	37
Anexo 29: Proyección Social del programa.....	37
Anexo 30: Proyectos de investigación, 2004-2010 .....	38
Anexo 31: Diagnóstico del énfasis en cibermedios.....	38
Anexo 32: Estudio institucional sobre deserción estudiantil .....	42
Anexo 33: Estadísticas SPADIES de deserción del pregrado .....	43
Anexo 34: Núcleo de Formación Institucional .....	45
Anexo 35: Estatuto Profesoral .....	49
Anexo 36: Estatuto de Desarrollo Profesoral.....	49
Anexo 37: Políticas, estímulos y tipos de vinculación de la Escuela de Ciencias y Humanidades ....	49
Anexo 38: Resultados de la evaluación docente.....	51
Anexo 39: Resultados de evaluaciones de desempeño docente.....	52
Anexo 40: Formación académica de los profesores .....	52
Anexo 41: Asignación docente del Departamento de Humanidades .....	54
Anexo 42: Profesores visitantes al programa .....	58
Anexo 43: Convenios académicos.....	68
Anexo 44: Movilidad estudiantil .....	68
Anexo 45: Títulos de los trabajos de Seminario de Investigación II.....	79

Anexo 46: Semilleros de investigación .....	84
Anexo 47: Estatutos de Investigación .....	84
Anexo 48: Articulación entre Investigación y docencia .....	86
Anexo 49: Informe de gestión Departamento de Humanidades 2010 .....	87
Anexo 50: Políticas de adquisición bibliográfica .....	91
Anexo 51: Uso de salas de cómputo y computadores .....	96
Anexo 52: Políticas del Centro Multimedial .....	97
Anexo 53: Políticas de Bienestar Universitario .....	99
Anexo 54: Portales y sistemas de información .....	106
Anexo 55: Reglamentación de los comités de carrera .....	108
Anexo 56: Estrategias de mercadeo institucional .....	109
Anexo 57: Resultados de las encuesta a egresados .....	116
Anexo 58: Políticas presupuestales .....	131
Anexo 59: Información general de presupuesto .....	131