

**INFORME DE AUTOEVALUACIÓN CON FINES DE
RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD**

PREGRADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela de Humanidades

Programa con Acreditación de Alta Calidad, Resolución 9155,
expedida por el MEN el 8 de agosto de 2012

Medellín, 30 de agosto de 2017

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. ACCIONES EMPRENDIDAS EN EL PLAN DE MEJORAMIENTO Y EN RESPUESTA A LAS RECOMENDACIONES DE LOS PARES EVALUADORES DE LA PRIMERA ACREDITACIÓN DE ALTA CALIDAD (2012-2018).....	7
1.2. METODOLOGÍA DE TRABAJO	13
1.3. GRUPO AUTOEVALUADOR	14
1.4. MODELO DE PONDERACIÓN	14
1.4.1. Fundamentos del modelo de ponderación.....	14
1.4.2. Asignación de los pesos porcentuales en el modelo de ponderación.....	15
2. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA	18
2.1. MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL.....	18
2.2. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROGRAMA	19
2.2.1. Número, nivel de formación académica y dedicación de los profesores del programa.....	19
2.2.2. Número de estudiantes matriculados.....	20
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	21
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	21
2.5. CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA.....	22
2.6. PERFIL DEL ASPIRANTE.....	23
2.7. PERFIL DEL EGRESADO.....	23
2.8. PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE	24
2.8.1. Ciclos y áreas de formación	24
2.8.2. Estructura y organización curricular.....	25
2.8.3. Asignaturas por semestre.....	25
3. RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	27
3.1. FACTOR 1: MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL	27
3.1.1. Característica 1. Misión, Visión y Proyecto institucional	27
3.1.2. Característica 2. Proyecto Educativo del programa	28
3.1.3. Característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa.....	31
3.2. FACTOR 2: ESTUDIANTES	34
3.2.1. Característica 4. Mecanismos de ingreso	34
3.2.2. Característica 5. Estudiantes admitidos y capacidad institucional.....	36
3.2.3. Característica 6. Participación en actividades de formación integral.....	38
3.2.4. Característica 7. Reglamento estudiantil y académico.....	40
3.3. FACTOR 3: PROFESORES	42
3.3.1. Característica 8. Selección y vinculación de profesores.....	42
3.3.1. Característica 9. Estatuto profesoral.....	44
3.3.2. Característica 10. Número, dedicación y nivel de formación de los profesores.....	48
3.3.3. Característica 11. Desarrollo profesoral.....	54
3.3.4. Característica 12. Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social y a la cooperación internacional.....	56
3.3.5. Característica 13. Producción e impacto del material docente.....	57
3.3.6. Característica 14. Remuneración por méritos.....	60
3.3.7. Característica 15. Evaluación de profesores.....	61
3.4. FACTOR 4: PROCESOS ACADÉMICOS	62
3.4.1. Característica 16. Integralidad del currículo	62

3.4.2. Característica 17. Flexibilidad del currículo	67
3.4.3. Característica 18. Interdisciplinariedad.....	71
3.4.4. Característica 19. Estrategias de enseñanza y aprendizaje	73
3.4.5. Característica 20. Sistema de evaluación de estudiantes.....	78
3.4.6. Característica 21. Trabajos de los estudiantes.....	80
3.4.7. Característica 22. Evaluación y autorregulación del programa.....	83
3.4.8. Característica 23. Extensión o proyección social.....	85
3.4.9. Característica 24. Recursos bibliográficos.....	86
3.4.10. Característica 25. Recursos informáticos y de comunicación.....	89
3.4.11. Característica 26. Recursos de apoyo docente	91
3.5. FACTOR 5: VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	95
3.5.1. Característica 27. Inserción del programa en contextos académicos nacionales e internacionales...	95
3.5.2. Característica 28. Relaciones externas de profesores y estudiantes.....	98
3.6. FACTOR 6: INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL.....	103
3.6.1. Característica 29. Formación para la investigación, la innovación y la creación artística y cultural....	103
3.6.2. Característica 30. Compromiso con la investigación, la innovación y la creación artística y cultural..	106
3.7. FACTOR 7: BIENESTAR INSTITUCIONAL	109
3.7.1. Característica 31. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario	109
3.7.2. Característica 32. Permanencia y retención estudiantil	113
3.8. FACTOR 8: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	117
3.8.1. Característica 33. Organización, administración y gestión del programa	117
3.8.2. Característica 34. Sistemas de comunicación e información	121
3.8.3. Característica 35. Dirección del programa	122
3.9. FACTOR 9: IMPACTO DE LOS EGRESADOS EN EL MEDIO.....	123
3.9.1. Característica 36. Seguimiento de los egresados.....	123
3.9.2. Característica 37. Impacto de los egresados en el medio social y académico.....	128
3.10. FACTOR 10: RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS	130
3.10.1. Característica 38. Recursos físicos	130
3.10.2. Característica 39. Presupuesto del programa	132
3.10.3. Característica 40. Administración de recursos	135
3.11. SÍNTESIS DE LA AUTOEVALUACIÓN	136
4. CONCLUSIONES	138
5. PLAN DE MEJORAMIENTO	140
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	150
LISTA DE ANEXOS.....	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conformación del grupo autoevaluador.....	14
Tabla 2: El modelo de ponderación de la Universidad EAFIT	16
Tabla 3: Ponderación de los factores y características	17
Tabla 4: Información básica del Programa de Comunicación Social	19
Tabla 5: Nivel de estudios de los profesores del Programa.....	20
Tabla 6: Población estudiantil del programa de Comunicación Social	20
Tabla 7: Valor de la matrícula y gastos pecunarios	35
Tabla 8: Graduados por semestre del programa de Comunicación Social	21
Tabla 9: Créditos por componentes de formación.....	25
Tabla 10: Conocimiento de la Misión de la Universidad	27
Tabla 11: Conocimiento del Proyecto Educativo del Programa, PEP	29
Tabla 12: Calificación de la correspondencia entre las actividades académicas y el PEP.....	30
Tabla 13: Calificación del grado en que los espacios académicos propician la actualización del Programa....	30
Tabla 14: Calificación de la transparencia de los mecanismos de selección e ingreso a la Universidad.....	35
Tabla 15: Estudiantes bachilleres, inscritos, admitidos y matriculados	37
Tabla 16: Población de estudiantes de Comunicación Social	37
Tabla 17: Calificación de los espacios académicos del Programa.. ..	38
Tabla 18: Calificación de la calidad de los espacios que ofrece la Universidad.....	46
Tabla 19: Calificación de los estudiantes de la contribución del Programa a su formación.....	49
Tabla 20: Calificación del Reglamento Académico	41
Tabla 21: Calificación de los estudiantes del grado en que los espacios de participación propician la discusión y actualización del Programa	41
Tabla 22: Conocimiento de las políticas de vinculación de la Universidad	43
Tabla 23 Profesores de planta adscritos al Departamento de Comunicación Social y a otros departamentos De la Escuela de Humanidades	45
Tabla 24: Profesores de planta adscritos al Departamento de Comunicación Social y a otros departamentos de la Escuela de Humanidades por Carrera Académica	45
Tabla 25: Profesores de cátedra vinculados al Programa según su categoría.....	46
Tabla 26: Calificación de los profesores sobre la pertinencia, vigencia y aplicación del Estatuto Profesoral..	46
Tabla 27: Movilidad en el escalafón docente del Departamento de Comunicación Social	47
Tabla 28: Vinculación y formación de los profesores del Departamento de Comunicación Social	48
Tabla 29: Vinculación y formación de los profesores de otros departamentos de la Escuela de Humanidades	49
Tabla 30: Nivel de formación de los profesores de cátedra del Pregrado en Comunicación Social	50
Tabla 31: Relación entre número de estudiantes por profesores	52
Tabla 32: Calificación de la relación entre el número de estudiantes y profesores del Programa	52
Tabla 33: Calificación de la relación entre docentes y necesidades del programa	53
Tabla 34: Calificación del impacto del reglamento para la formación y la capacitación del profesorado en la calidad del Programa	55
Tabla 35: Calificación de la calidad de los servicios de Desarrollo de Empleados	55
Tabla 36: Calificación del impacto de los estímulos a los docentes en la calidad del Programa	57
Tabla 37: Calificación de la calidad y pertinencia de la producción y material de apoyo docente	59
Tabla 38: Calificación de la correspondencia entre méritos académicos y remuneración	61
Tabla 39: Calificación de la transparencia, equidad y eficacia en los mecanismos de evaluación docente	62
Tabla 40: Calificación de las actividades académicas desarrolladas en el Programa	64
Tabla 41: Puntajes de los estudiantes en las Pruebas Saber Pro 2011-2015	65
Tabla 42: Clasificación de los Programas de Comunicación Social del país en competencias genéricas	66

Tabla 43: Índice de flexibilidad del programa	67
Tabla 44: El <i>sistema metro</i> de la Escuela de Humanidades.....	68
Tabla 45: Calificación de la flexibilidad del Programa	68
Tabla 46: Aliados del Programa para la realización de las prácticas profesionales	70
Tabla 47: Estructura curricular con <i>tronco común</i> en el Programa	71
Tabla 48: Calificación de la interdisciplinariedad del Programa	72
Tabla 49: Calificación del grado en que las metodologías de enseñanza facilitan el aprendizaje	74
Tabla 50: Tiempo que un estudiante permanece en el Programa antes de obtener su grado	77
Tabla 51: Calificación de las exigencias académicas del Programa	77
Tabla 52: Calificación del sistema de evaluación del Programa	79
Tabla 53: Calificación del sistema de evaluación de los estudiantes	79
Tabla 54: Áreas de formación, tipo de trabajos y objetivos de formación	80
Tabla 55: Premios o reconocimientos a estudiantes y egresados	82
Tabla 56: Calificación de los trabajos de los estudiantes	82
Tabla 57: Calificación de los sistemas de evaluación y autorregulación en la calidad del Programa	83
Tabla 58: Material bibliográfico del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas	87
Tabla 59: Algunas de las revistas disponibles en las áreas de comunicación y periodismo	88
Tabla 60: Calificación de la suficiencia, actualidad y pertinencia del material bibliográfico	89
Tabla 61: Evolución de los recursos informáticos, 2004-2017	90
Tabla 62: Calificación de la suficiencia de los recursos informáticos y de comunicación	91
Tabla 63: Calificación la calidad de los recursos de apoyo docente	94
Tabla 64: Convenios de cooperación con universidades del país y del exterior	96
Tabla 65: Calificación de la interacción del programa en ambientes nacionales e internacionales	97
Tabla 66: Movilidad internacional entrante, 2012-2017	98
Tabla 67: Movilidad internacional saliente, 2012-2017	99
Tabla 68: Invitados a eventos académicos del Programa, 2012-2017	101
Tabla 69: Profesores del programa que pertenecen a redes académicas	102
Tabla 70: Participación de estudiantes en los semilleros de investigación del Programa	104
Tabla 71: Participación de estudiantes en proyectos de investigación e impacto de los mismos	105
Tabla 72: Distribución de las actividades de los docentes del Departamento de Comunicación Social	106
Tabla 73: Líneas y proyectos del grupo de investigación Comunicación y Estudios Culturales 2013-2017 ...	107
Tabla 74: Servicios de bienestar universitario	110
Tabla 75: Estudiantes de Comunicación Social con algún tipo de beca	112
Tabla 76: Calificación de la calidad de los servicios de bienestar universitario	112
Tabla 77: Tasa de retención respecto al consolidado nacional, departamental e institucional	114
Tabla 78: Tasa de deserción por periodo del pregrado en Comunicación Social	115
Tabla 79: Organismos rectores de la Universidad	118
Tabla 80: Calificación de los procedimientos empleados por el Programa para resolver problemas	120
Tabla 81: Calificación de los sistemas de información con que cuenta el Programa.....	121
Tabla 82: Calificación del liderazgo de los directivos del Programa	122
Tabla 83: Situación laboral de los egresados del Programa	124
Tabla 84: Sector de la actividad económica de los egresados del Programa	124
Tabla 85: Inserción laboral de los estudiantes a través del sistema de prácticas	126
Tabla 86: Egresados del Programa que han recibido algún reconocimiento en su vida laboral	130
Tabla 87: Calificación de los recursos físicos de la Universidad	132
Tabla 88: Composición del presupuesto de ingresos y gastos del Programa	132
Tabla 89: Distribución del presupuesto según el número de estudiantes	133
Tabla 90: Monto de los convenios por labores de consultoría y alianzas	133
Tabla 91: Calificación de los recursos presupuestales del Programa	134
Tabla 92: Calificación de la equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros al Programa	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Asignación académica de los departamentos de Humanidades y Comunicación Social	51
Gráfico 2: Experiencia docente de los profesores del pregrado de Comunicación Social	51
Gráfico 3: Producción intelectual de los docentes del Departamento de Comunicación Social 2012-2017..	108
Gráfico 4: Tasa de retención por período respecto a programas similares en el país	114
Gráfico 5: Tasa de deserción por cohorte respecto a programas similares en el país.....	114
Gráfico 6: Tasa de deserción promedio por subperíodo.....	115
Gráfico 7: Tasa de primíparos según apoyos recibidos.....	116
Gráfico 8: Grado de identidad de los egresados del Programa con la Universidad.....	125
Gráfico 9: Rango laboral de los egresados del programa.....	128

1. INTRODUCCIÓN

El pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT se propone con este informe presentar los resultados del proceso de autoevaluación con fines de re-acreditación, una meta que fue obtenida por primera vez en agosto de 2012, por un periodo de seis años (2012-2018), y que en esta ocasión esperamos refrendar. Para la Universidad EAFIT, la autoevaluación constituye uno de los pilares básicos de un proceso de mejoramiento continuo, orientado tanto a la acreditación institucional de la Universidad como de cada uno de sus programas académicos.

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), en un proceso de mejoramiento continuo que ha llevado a la Universidad a realizar entre 2016 y 2017 su tercer proceso de autoevaluación con fines de renovación de la Acreditación Institucional. Como resultado de esta política de autoevaluación se ha obtenido la acreditación de 17 pregrados, de los 21 que ofrece la Institución, así como de cinco maestrías ante el Consejo Nacional de Acreditación.

En este contexto se ubica el presente informe de autoevaluación. Este hace parte de un compromiso y de una práctica cotidiana de excelencia académica llevada a cabo por la Universidad EAFIT, que en el caso del pregrado en Comunicación Social ya ha dado sus frutos. Nacido en 2004, el Pregrado se sometió a la primera Acreditación de Alta Calidad ocho años después, en 2012, año en que el Consejo Nacional de Acreditación le otorgó este reconocimiento por un periodo de seis años (2012-2018), como así lo constata la Resolución No. 9155 (Anexo 1), expedida por el Ministerio de Educación Nacional el 8 agosto de ese año. Los resultados de este informe recogen los logros desarrollados por el programa durante estos años, así como el resultado de las acciones emprendidas por el plan de mejoramiento establecido en nuestra primera autoevaluación y las principales recomendaciones formuladas por los pares evaluadores en su visita a la Universidad.

El informe está dividido en cinco partes. El primer apartado se inicia con una presentación de las acciones desarrolladas por el Plan de Mejoramiento propuesto en la primera Acreditación de Alta Calidad y por las respuestas atendidas a las recomendaciones que en su momento realizaron los pares evaluadores del programa; luego se expone la metodología de trabajo de este informe de autoevaluación, así como del equipo autoevaluador y el modelo de ponderación. La segunda parte ofrece la descripción de los aspectos generales del programa, mientras que la tercera presenta los resultados obtenidos en la evaluación de cada uno de los factores y características que constituyen el proceso de autoevaluación. En la cuarta parte se resaltan, a modo de conclusiones, las fortalezas y debilidades del programa. En el último apartado se especifican las acciones del plan de mejoramiento a desarrollar y los indicadores de gestión para llevarlas a cabo. El informe agrega además los 21 anexos que soportan las evidencias recolectadas en el proceso de autoevaluación.

1.1. ACCIONES EMPRENDIDAS POR EL PLAN DE MEJORAMIENTO Y EN RESPUESTA DE LAS RECOMENDACIONES FORMULADAS POR LOS PARES EVALUADORES

El pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT recibió en febrero de 2012 la evaluación de pares externos que visitaron el Programa y examinaron el Informe de Autoevaluación con miras a la Acreditación de Alta Calidad. Allí los pares evaluadores coincidieron con algunas de las acciones formuladas en el Plan de Mejoramiento e hicieron otras recomendaciones con el fin de dar cumplimiento al proceso de Autoevaluación, el cual recibió en agosto de ese mismo año la Acreditación de Alta Calidad por un periodo de seis años (2012-2018). Unas (las acciones) y otras (las recomendaciones) se pudieron agrupar en las siguientes consideraciones:

- Revisar el Plan de Estudios del Pregrado.
- Crear el Departamento de Comunicación Social.
- Crear nuevos programas de posgrado.
- Fortalecer la planta docente con profesores afines al campo de la comunicación y el periodismo.
- Ampliar la proyección social del Pregrado con miras a una mayor interacción con problemáticas que afectan la ciudad y la región.
- Fortalecer la investigación y las dinámicas orientadas a su formación.
- Fortalecer la interacción con las comunidades académicas nacionales e internacionales para aprovechar mejor los convenios de movilidad de estudiantes y profesores.
- Establecer un laboratorio para la producción y creación digital del Pregrado.
- Aclarar los dos sistemas de clasificación docente que coexisten en el Estatuto Profesorial.

• Revisión del Plan de Estudios del Pregrado.

En el Plan de Mejoramiento del primer informe de Acreditación de Alta Calidad se propuso revisar el plan de estudios del Pregrado con el fin realizar ajustes a las áreas de formación y fortalecer los procesos de enseñanza-aprendizaje. Entre 2015 y el primer semestre de 2017 se llevó a cabo la revisión del plan de estudios del Pregrado, liderado por las jefaturas del Departamento de Comunicación Social y de la Carrera de Comunicación Social, con el concurso de profesores, estudiantes, egresados y empleadores, que culminó con una reforma curricular más amplia, cuyos objetivos fueron los siguientes:

- Dar una mayor coherencia, unidad y secuencialidad a la estructura curricular del programa.
- Realizar una actualización micro-curricular de todas las asignaturas y del diseño pedagógico de las mismas.
- Desarrollar la reforma bajo los ejes transversales de excelencia e integridad académica, interdisciplinariedad, metodologías y pedagogías contemporáneas, y diseño de contenidos en relación con el contexto global y el momento histórico del país.

Y entre las reformas principales al currículo se pueden mencionar:

- Un reforzamiento de las teorías y las metodologías de la comunicación.
- Un trabajo más prescriptivo en el área del lenguaje orientado a un manejo más exhaustivo de lengua materna (el español) que incluye una mayor dedicación a los procesos de lectura-escritura en el plan de estudios.

- Una ampliación de la oferta del ciclo de énfasis con el ingreso de un énfasis en Mercadeo y Comunicación Digital que se ofrecerá en conjunto con el Pregrado en Mercadeo de la Universidad.
- Un ajuste a la continuidad, la interdependencia y la ubicación de algunas asignaturas del existente plan de estudios con el fin de hacer más fluida esa continuidad y esa relación.

La reforma fue aprobada por el Consejo Académico de la Universidad y a la fecha se encuentra en proceso de radicación ante el Ministerio de Educación Familiar.

- **Creación del Departamento de Comunicación Social.**

Tanto el Plan de Mejoramiento como los pares evaluadores coincidieron en la necesidad de que el Pregrado de Comunicación Social debería adquirir autonomía propia transformándose en un departamento académico de la Universidad puesto que ya estaban dadas las condiciones académicas y administrativas para esto. Es así como en el segundo semestre de 2015 la decanatura de la Escuela de Humanidades tomó la decisión de crear el Departamento de Comunicación Social que, como tal, inició labores en enero de 2016 con el nombramiento del profesor Diego Fernando Montoya al frente del mismo. A este nuevo departamento están adscritos el pregrado en Comunicación Social, la Especialización en Comunicación Política, la Maestría en Comunicación Transmedia, los laboratorios y sistema de medios Media Lab, la emisora digital Acústica y la revista digital Bitácora.

- **Creación de programas de posgrado.**

Atendiendo las acciones del Plan de Mejoramiento y las recomendaciones de los pares en torno a la creación de más programas de posgrado que contribuyan a enriquecer la oferta académica y el tránsito de pregrados a posgrados en la Escuela de Humanidades, a lo largo de 2013 se llevó a cabo la propuesta de creación de la Maestría en Comunicación Transmedia, la cual fue aprobada por el MEN el 14 de julio de 2014 mediante la Resolución 11054 (código SNIES: 103484). Se trata de una maestría innovadora en el ámbito de los estudios de la comunicación, que se ofrece en la modalidad de profundización y de tres semestres de duración, cuyo propósito es explorar formas expresivas, rutinas de producción y modos de creación a través de múltiples plataformas de convergencia tecnológica que conviven con los entornos simbólicos, comunicativos y sociales de la época. De esta maestría ya se graduaron las tres primeras cohortes y algunos de sus egresados se han convertido en profesores del Pregrado en las áreas de audiovisuales y cibermedios.

Así mismo, actualmente se encuentra en la fase final de aprobación por el Consejo Académico de la Universidad, la Maestría en Comunicación Política que deriva de la Especialización que tiene su mismo nombre, un programa vigente desde 2009, y que en su tránsito a maestría tendrá una duración de tres semestres, con una estructura académica que se ofrecerá en la modalidad de profundización.

- **Fortalecimiento de la planta docente con profesores con título de doctorado y afines al campo de la comunicación y el periodismo.**

Otra de las recomendaciones de los pares, también consignada en el Plan de Mejoramiento, fue el llamado a fortalecer el equipo docente del Pregrado con profesores afines a los campos de la comunicación y el periodismo. En cumplimiento de dicha acción, entre 2012 y 2017 se han llevado a

cabo cinco convocatorias públicas para proveer igual número de plazas docentes con perfiles orientados a satisfacer dos necesidades: que un buen porcentaje de los profesores vinculados tuviera título de doctorado y que su desempeño académico y profesional estuviera relacionado con el campo de la comunicación. Es así como en 2012 se vinculó al productor audiovisual y Magister en Hermenéutica Literaria, Omar Mauricio Velásquez, para las área de audiovisuales y cibermedios; en 2014 llegó el Comunicador Social y Doctor en Política y Relaciones Internacionales, Camilo Tamayo Gómez, al área de teorías y de comunicación política; en 2016 se vinculó a la Comunicadora Social y Doctora en Contenidos de Comunicación en la Era Digital, María Isabel Villa Montoya, para las áreas de teorías y cibermedios; y en 2017 llegaron al equipo la Comunicadora Social y Doctora en Periodismo, Juliana González Rivera al área de periodismo, junto al Comunicador Social y Magíster en Ingeniería, con énfasis en procesos educativos, Alejandro Cárdenas Franco, quien se vinculó al área de cibermedios. Perfiles, todos estos, con posibilidad de movilidad tanto en el Pregrado como en los posgrados del Departamento de Comunicación Social.

A la par de las anteriores vinculaciones, de 2012 a la fecha tres profesores del Departamento de Comunicación Social están cursando sus estudios de doctorado auspiciados financieramente por la Universidad y con descarga académica para realizarlos: dos de ellos, Jorge Iván Bonilla Vélez (próximo a graduarse) y Daniel Hermelin Bravo, cursan el doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional, sede Medellín, mientras que el profesor Mauricio Vásquez Arias hace lo propio en el doctorado en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas, en Manizales.

• **Ampliación de la proyección social del Pregrado y una mayor interacción con problemáticas que afectan la ciudad y la región.**

Una de las recomendaciones de los pares evaluadores con respecto a los procesos de investigación y de proyección social del Programa se dirigió a llamar la atención sobre un tipo predominante de investigación restringido al análisis textual y a la observación de los contenidos de los medios de comunicación, pero con escasa interacción con comunidades y con problemáticas sociales. Para responder a esta observación, desde 2012 se ha puesto en marcha un eje de actuación dirigido a mejorar la proyección social del Programa.

A este eje corresponden una serie de acciones de investigación, innovación y creación dirigidas a intervenir en asuntos relacionados con la alfabetización de medios y la adquisición de competencias comunicativas digitales en comunidades educativas –básica y secundaria– de la ciudad y el área metropolitana de Medellín, mediante las figuras de la investigación, la extensión y la consultoría. De 2012 a la fecha, el Pregrado –sus profesores y estudiantes– ha participado, junto con otras dependencias de la Universidad EAFIT, en proyectos de extensión social y de transferencia de conocimiento tecnológico para la población de instituciones educativas de carácter público, tales como: *Medellín Edulab Aures* y *DiverTIC-EduLabs Medellín*, ambos en convenio con la Alcaldía de Medellín, *Plan Digital TESO I+D+i Aprendizaje* (tres fases), en convenio con la Alcaldía de Itagüí; *Riesgos y oportunidades en el uso de las TIC en la vida cotidiana*, consultoría para la empresa TIGO-UNE; y el *Edulab Jesús Amigo*, en alianza con la Institución Educativa y Cultural Jesús Amigo. Así mismo, de este eje también hacen parte los *Laboratorios sociales comunitarios en el contexto de los corregimientos de Santa Elena y San Cristóbal*, con la Alcaldía de Medellín; el proyecto de acompañamiento e intervención social *Alejandría, memoria y esperanza: reconstrucción de la historia del conflicto armado en el municipio antioqueño de Alejandría desde las víctimas*, en trabajo conjunto con asociaciones de víctimas de Alejandría; y el *Laboratorio de Comunicación, Memoria y Territorio*

en la vereda La Loma del Corregimiento de San Cristóbal, en el marco del proyecto Medellín ¡Basta Ya!, un convenio entre la Universidad EAFIT, el Centro de Memoria Histórica y el Municipio de Medellín.

Actuaciones estas que, estamos seguros, han contribuido a una mejor inserción del Pregrado en su interacción con comunidades y con proyectos de carácter social, educativo y cultural de resonancia en la ciudad y la región, al punto de que se han impactado más de 2.500 niños y adolescentes del sector educativo y unas 300 personas de barrios y veredas no sólo de Medellín sino de municipios de Antioquia.

• **Fortalecimiento de la investigación y de las dinámicas orientadas a su formación.**

Tanto el Plan de Mejoramiento como las recomendaciones de los pares coincidieron en la necesidad de fortalecer la producción investigativa, creativa y de innovación por parte de los profesores en el campo de la comunicación y el periodismo, así como los procesos de formación de los estudiantes en estos asuntos. Para cumplir con estos propósitos se han llevado a cabo dos acciones por parte del equipo del Pregrado.

Por una parte, en 2013 se llevó a cabo la reconfiguración de los grupos de investigación de la Escuela de Humanidades, lo cual significó que estos grupos se reestructuraran conforme a los campos problemáticos de las disciplinas y a los objetos comunes de investigación de sus integrantes. Es así como ese mismo año, surge el Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales, en la actualidad clasificado en categoría B de Colciencias, y del cual hacen parte los profesores del Departamento de Comunicación Social. Hablamos de una acción que en estos años ha permitido diferenciar la producción del grupo de investigación, orientándose no solo hacia el análisis textual (una tradición investigativa que ha sido coherente con el surgimiento de la Escuela de Humanidades de EAFIT), o a las modalidades de investigación tradicional, sino que también conjuga procesos de creación, producción e innovación, hasta el punto que el grupo hoy ocupa el puesto 21 entre 3.500 Grupos de Investigación del país en el indicador “Estrategias pedagógicas para el fomento de la Ciencia, Tecnología e Innovación”, del ranking ASC-Sapiens, el cual evalúa el diseño y ejecución de estrategias pedagógicas y didácticas que faciliten el aprendizaje, la aplicación y uso de la ciencia, tecnología e innovación en diferentes grupos sociales. Desde 2013 a la fecha, los profesores integrantes del grupo han publicado 6 libros, 28 capítulos de libro y 20 artículos en revistas nacionales e internacionales, entre otras producciones relacionadas con su trabajo.

Por otra parte, desde 2012 el Pregrado ha trabajado en la creación de nuevos semilleros de investigación que contribuyan de manera co-curricular a los procesos formativos de investigación de los estudiantes, y que complementen el que hasta esa fecha existía, que era el semillero de Análisis de Medios. Desde entonces los estudiantes cuentan con la posibilidad de participar en los siguientes semilleros, los cuales están vinculados a las líneas de investigación del grupo en Comunicación y Estudios Culturales:

- Semillero de Investigación en Narrativas Transmedia.
- Semillero de Investigación en Narrativas Periodísticas.
- Semillero de Investigación en Narrativas Audiovisuales (hoy en pausa).
- Semillero de Investigación en Creación Sonora.
- Semillero de Investigación en Análisis de Medios.

- Y adicionalmente los estudiantes del pregrado participan en el Semillero de Análisis del Lenguaje, adscrito al Departamento de Humanidades.

- **Fortalecimiento de la interacción con las comunidades académicas nacionales e internacionales para aprovechar mejor los convenios de movilidad de estudiantes y profesores.**

Otra de las recomendaciones de los pares evaluadores apuntó a la necesidad de que la Universidad, el Programa, sus profesores y estudiantes ampliaran su interacción con comunidades académicas no solo nacionales, sino también globales. Respondiendo a esta solicitud, hoy el Pregrado en Comunicación, a través de la Oficina de Relaciones Internacionales de la Universidad, tiene convenios activos con 28 Universidades en 15 países del mundo (Alemania, Australia, Canadá, Brasil, China, Corea del Sur, Ecuador, Estados Unidos, España, Japón, México, Nueva Zelanda, Perú, Reino Unido y Suiza), además de los convenios activos con nueve universidades colombianas para realizar procesos de movilidad estudiantil mediante el Programa Sígueme. De 2012 a 2017-1 llegaron al Programa 35 estudiantes extranjeros provenientes de nueve países, mientras que el número de estudiantes del Pregrado que salieron a cursar un semestre de intercambio académico a otras universidades del mundo fue de 45, la mayoría de ellos a España.

Por su parte, en los últimos cinco años el Pregrado en Comunicación Social realizó alrededor de 43 actividades de cooperación académica en alianza con otras instituciones nacionales e internacionales, ya sea de gobierno, de educación superior o del tercer sector relacionadas con ámbitos de las nuevas tecnologías, la comunicación, la educación y el periodismo, entre las cuales vale la pena mencionar: ONU-DDHH, la Fundación para la Libertad de Prensa, la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, el Centro de Memoria Histórica, RCN Televisión, El Colombiano, El Espectador, Revista Semana, entre otros.

- **Establecimiento de un laboratorio de creación y experimentación digital.**

En el Plan de Mejoramiento de la primera Acreditación de Alta Calidad se propuso la creación de un laboratorio para la producción y creación digital de los estudiantes del Pregrado, dada la naturaleza del mismo. Es así como a mediados de 2012 surgió el Laboratorio de Creación y Experimentación Hipermedia, MediaLab EAFIT, un proyecto que nació para impulsar el desarrollo de productos comunicativos en contextos convergentes que requieren el uso de plataformas digitales, la exploración constante de tecnologías disruptivas y la reconfiguración de las ya existentes. Desde entonces, sus esfuerzos se han visto materializados en proyectos que incluyen la creación de series web, el diseño de contenidos y servicios digitales, la realización de productos transmedia y el desarrollo de iniciativas de alfabetización mediática, entre otros, los cuales han tenido una considerable repercusión entre los estudiantes y una buena aceptación en los públicos externos al Programa.

- **Aclaración de los dos sistemas de clasificación docente que coexisten en el Estatuto Profesoral.**

Una de las recomendaciones de los pares evaluadores consistió en la necesidad de aclarar la presencia de los dos sistemas de clasificación docente que en 2012 iniciaban su coexistencia en el marco del Estatuto de Profesores de la Universidad EAFIT: el sistema de *Escalafón Docente*, basado en la acumulación de puntos por diversos factores (títulos alcanzados, experiencia docente y

producción intelectual) y el sistema de *Carrera Académica*, basado en méritos académicos (títulos y producción intelectual). En el momento de la Autoevaluación y de la respectiva visita de los pares aún no se tenía suficiente claridad de cómo podrían coexistir ambos sistemas de clasificación. Desde entonces la implementación de los dos modelos ha ganado claridad, los profesores vinculados a la Universidad con anterioridad a 2012 eligieron libremente en cuál de los dos sistemas se quedaban, mientras que los profesores vinculados a partir de 2012 los cobijó el sistema de Carrera Académica. Hoy, los docentes tienen claro ambos modelos de clasificación.

1.2. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN

Este segundo proceso de Autoevaluación del Programa de Comunicación Social se inició en enero de 2017, con la conformación de un grupo autoevaluador integrado por el jefe del Departamento de Comunicación Social, el jefe de la Carrera de Comunicación Social, los coordinadores del proceso de autoevaluación, 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 enero y marzo de 2017, luego de presentar el *Informe de condiciones iniciales del Programa de Comunicación Social* al Consejo Nacional de Acreditación. Durante esos meses se llevaron a cabo un par de estrategias de sensibilización. Por un lado, se realizaron dos encuentros cara a cara. El primero con profesores de los departamentos de Comunicación Social y Humanidades; y el segundo con estudiantes del pregrado de Comunicación Social; en estas jornadas se presentó el proceso de acreditación del programa, su importancia y el compromiso esperado de cada uno de los integrantes de la comunidad universitaria. Por el otro lado, se llevó a cabo un proceso de sensibilización utilizando las redes sociales del pregrado: *Facebook* y *Twitter*, por cuanto ambas se constituyen hoy en un espacio de información de primer orden entre el pregrado y sus estudiantes.

2. *Recolección de evidencias para cada indicador.* Se realizó entre enero y junio de 2017. En esta etapa, los miembros del grupo evaluador trabajaron con otras instancias de la Universidad con el fin de obtener, sistematizar y analizar la información existente sobre los procesos académicos y administrativos de la Institución, el programa, los profesores, estudiantes, egresados y empleadores. Además de recolectar la información documental en distintas unidades académicas y administrativas 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 371 **estudiantes** (Anexo 2), de una población a 2016-2 de 586 (la muestra representativa mínima requerida era de 221); por 55 **profesores** (Anexo 3), de una población de 62 docentes adscritos –de tiempo completo y hora cátedra– a los departamentos de Comunicación Social y Humanidades de la Universidad EAFIT (la muestra representativa mínima requerida era de 37); y por 135 **egresados** (Anexo 4) de los últimos cinco años, de una población a 2016-2 de 290 (la muestra representativa mínima requerida era de 99);
- Se hicieron entrevistas semiestructuradas con los directivos de la Universidad, de la Escuela de Humanidades y del Programa. Se entrevistó al rector de EAFIT, Juan Luis Mejía Arango; al decano de la Escuela de Humanidades, Jorge Giraldo Ramírez; al jefe del Departamento de Prácticas Profesionales, Jorge Tabares Mesa, al jefe del Departamento de Comunicación Social, Diego Montoya Bermúdez y al jefe de la Carrera de Comunicación Social, Juan Gonzalo Betancur Betancur (Anexo 5).

3. *Proceso de autoevaluación.* Este se realizó entre los meses de marzo y junio de 2017. Una vez se recogieron las evidencias necesarias, el grupo autoevaluador destinó los días 12, 13 y 14 de junio (mañana y tarde) al proceso de calificación. En estas jornadas, y 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, un proceso que se puede constatar en las actas del proceso existentes (Anexo 6).

1.3. CONFORMACIÓN DEL GRUPO AUTOEVALUADOR

Nombres y apellidos	Cargo	Correo electrónico
Diego Montoya Bermúdez	Jefe del Departamento de Comunicación Social	dmonto36@eafit.edu.co
Juan Gonzalo Betancur	Jefe de la Carrera de Comunicación Social	jbetan38@eafit.edu.co
Ana Cristina Vélez López	Coordinadora del grupo autoevaluador	acvelez@eafit.edu.co
Daniel Hermelín Bravo	Profesor de tiempo completo	dhermeli@eafit.edu.co
Jorge Iván Bonilla Vélez	Profesor de tiempo completo	jbonilla@eafit.edu.co
Alejandra Lopera Velásquez	Profesora de hora cátedra	mloper12@eafit.edu.co
Mary Luz Avendaño	Profesora de hora cátedra	mavenda2@eafit.edu.co
Catalina Botero Orozco	Estudiante	cboter29@eafit.edu.co
Antonia Upegui Gómez	Estudiante	aupegui5@eafit.edu.co
María del Pilar Chacón	Estudiante	mchacon1@eafit.edu.co
Daniel Velilla Pérez	Estudiante	dvelill2@eafit.edu.co
Ana María González	Egresada	amgonzal@eafit.edu.co
Andrés F. Giraldo Cerón	Egresado	agiral47@eafit.edu.co

Tabla 1: Conformación del grupo autoevaluador

1.4. MODELO DE PONDERACIÓN

Uno de los momentos previos al ejercicio de autoevaluación lo constituye la definición de un modelo de ponderación desde el cual encarar el conjunto de características de calidad establecidas por el Consejo Nacional de Acreditación para determinar la calidad de los programas de educación superior ofrecidos en Colombia. Mediante dicho modelo, el grupo autoevaluador expresa en forma cuantitativa y mediante porcentajes la importancia relativa que concede a cada una de las características que son objeto de evaluación.

Dada la naturaleza cualitativa de todo proceso de autoevaluación, el modelo de ponderación busca definir los parámetros numéricos que permiten transformar en valores cuantitativos las apreciaciones del grupo autoevaluador sobre 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 evaluadas es emitida por el consenso del grupo autoevaluador, el cual otorga una calificación 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.

1.4.1. 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 tres tipos de fundamentos: los universales, los específicos y los institucionales.

Fundamentos Universales. Este tipo de principios comprende los elementos que definen la naturaleza genérica 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, 2013, p. 26).

Fundamentos Específicos. En términos del CNA, estos 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, p. 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.

Fundamentos Institucionales. Los cuales corresponden al modo en que una Institución decide valorar sus fundamentos académicos y administrativos, y que en el caso de la Universidad EAFIT están contenidos en el Proyecto Educativo Institucional, cuya Misión define una concepción metodológica integral para examinar las actividades de docencia, investigación y extensión, con el concurso de otros procesos complementarios de carácter académico, administrativo, financiero, de bienestar, de información y de manejo de la infraestructura física disponible.

1.4.2. Asignación de los pesos porcentuales en el modelo de ponderación

Para efectos de esta Autoevaluación, y siguiendo los lineamientos de la Universidad EAFIT, las características que compendian las actividades de 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** porque son las que dan cuenta de la naturaleza y carácter del programa en términos universales y particulares ya que permiten medir el logro del ideal propuesto por el programa y la realización de sus especificidades institucionales. Por su naturaleza se les asignó una mayor importancia porcentual dentro de la ponderación (un mayor peso específico). Esta participación se estimó, para el conjunto de ellas (20 en total), en un 70%. Dentro de este grupo, pueden distinguirse las atinentes a la interacción alumno-docente, las relacionadas con los procesos de investigación y las concernientes a las disponibilidades de recursos académicos y administrativos 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**, porque 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 16 las características básicas y su participación en el modelo de ponderación se fijó en un 20% del valor total de la calificación del programa.

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 4 características, recibe una ponderación del 10% para efectos de establecer la calificación final.

A continuación, se identifican las características pertenecientes a cada uno de los grupos definidos en esta sección. Como quedó expuesto, las características concernientes a las actividades

de enseñanza y aprendizaje, propias de la interrelación alumno-profesor, así como la relacionadas a los procesos de formación y compromiso con la investigación, son la que tienen un mayor peso en la calidad del programa, dado que corresponden al 70% de la calificación final de la autoevaluación (Tabla 2).

BÁSICAS	ESENCIALES	COMPLEMENTARIAS
Insumos 20%	Procesos 70%	Resultados 10%
Programa	5 N° y calidad de estudiantes adm.	3 Relevancia académ. y pert. social
2 Proyecto institucional	6 Participación formación integral	23 Extensión y proyección social
16 Integridad del currículo	10 N°, dedicación y formación docente.	36 Seguimiento de egresados
17 Flexibilidad del currículo	13 Producción material docente	37 Impacto de los egresados
18 Interdisciplinariedad	19 Estrategias de enseñanza-aprend.	
27 Inserción del programa	21 Trabajos de los estudiantes	
Entorno institucional	22 Evaluación y autorregu. del prog.	
1 Misión institucional	28 Relaciones profes. y estudiantes	
4 Mecanismos de ingreso	29 Formación para la investigación	
7 Reglamento estudiantil	30 Compromiso con la investigación.	
8 Selección y vinculación de profes.	32 Permanencia y retención estud.	
9 Estatuto profesoral	33 Admón. y gestión del programa	
11 Desarrollo profesoral	35 Dirección del programa	
12 Estímulos docencia e investigación	Soporte	
14 Remuneración por méritos	24 Recursos bibliográficos	
15 Evaluación de profesores	25 Recursos informa. y de comunica.	
20 Sist. de evaluación de estudiantes	26 Recursos de apoyo docente	
31 Políticas y servicios de bienestar	34 Sistemas de com. e información	
	38 Recursos físicos	
	39 Presupuesto del programa	
	40 Administración de recursos	

Tabla 2: El modelo de ponderación de la Universidad EAFIT

Así mismo, el presente modelo de ponderación sigue los lineamientos de la Universidad EAFIT de desarrollarse como una universidad de docencia con investigación, propósito que está expresado en el Plan de Desarrollo vigente hasta 2018, y que ratifica la aspiración institucional de obtener reconocimiento nacional e internacional, gracias a los logros en docencia y en investigación. Es por eso, que los factores relativos a la visibilidad nacional e internacional del programa (6.0%), la investigación (13.0%), profesores (19.0%), estudiantes (19.0%) y procesos académicos (19.0%), considerados de manera agregada, reciben el mayor peso porcentual en este proceso de autoevaluación (76.0%). Una vocación que además se refleja en la ponderación otorgada a las características 19 y 20, asociadas a la investigación, las cuales tienen la más alta participación individual dentro de dicho modelo de ponderación (6.5% cada una).

Para EAFIT, una condición de éxito para desarrollarse como una universidad de docencia con investigación es la de contar con una buena gobernabilidad, con una oportuna asignación de recursos físicos y financieros, un adecuado seguimiento a los egresados y una política de bienestar universitario. En su conjunto los factores asociados con esta condición tienen una participación porcentual del 18%, distribuidos así: 6.0% para el factor de los recursos físicos y financieros; 4.0% para la organización, administración y gestión del programa; 4.0% para el bienestar universitario; y 4.0% para el impacto de los egresados en el medio. A la Misión de la Universidad y al Proyecto

Educativo del programa, declaraciones que constituyen el marco filosófico y epistemológico del pregrado en Comunicación Social se les otorgó el 6.0% de la ponderación (Tabla 3).

Factor	Característica	Ponderación	
Misión y Proyecto institucional	C.1 Misión, visión y proyecto institucional	2.0%	6.0%
	C.2 Proyecto educativo del programa	2.0%	
	C.3 Relevancia académica y pertinencia social del programa	2.0%	
Estudiantes	C.4 Mecanismos de ingreso	3.8%	19.0%
	C.5 Estudiantes admitidos y capacidad institucional	6.3%	
	C.6 Participación en programas de formación integral	5.1%	
	C.7 Reglamentos estudiantil y académico	3.8%	
Profesores	C.8 Selección, vinculación y permanencia de profesores	1.8	19.0%
	C.9 Estatuto profesoral	3.1	
	C.10 Número, dedicación, formación y experiencia de los profesores	3.1	
	C.11 Desarrollo profesoral	2.5	
	C.12 Estímulos a la docencia, investigación, creación artística y cultural, extensión o proyección social y a la cooperación internacional	2.5	
	C.13 Producción, utilización e impacto de material docente	1.8	
	C.14 Remuneración por méritos	2.5	
C.15 Evaluación de profesores	1.8		
Procesos académicos	C.16 Integralidad del currículo	1.9	19.0%
	C.17 Flexibilidad del currículo	1.5	
	C.18 Interdisciplinariedad	1.5	
	C.19 Estrategias de enseñanza y aprendizaje	1.9	
	C.20 Sistema de evaluación de estudiantes	1.9	
	C.21 Trabajos de estudiantes	1.9	
	C.22 Evaluación y autorregulación del programa	1.5	
	C.23 Extensión o proyección social	1.5	
	C.24 Recursos bibliográficos	1.9	
	C.25 Recursos informáticos y de comunicación	1.9	
C.26 Recursos de apoyo docente	1.9		
Visibilidad nacional e internacional	C.27 Inserción del programa en contextos académicos nacionales e internacionales	3.4%	6.0%
	C.28 Relaciones externas de profesores y estudiantes	2.6%	
Investigación e innovación	C.29 Formación para la investigación, la innovación y la creación artística y cultural	6.5%	13.0%
	C.30 Compromiso con la invest. y la creación artística-cultural	6.5%	
Bienestar Institucional	C.31 Políticas, programas y servicios de bienestar universitario	2.7%	4.0%
	C.32 Permanencia y retención estudiantil	1.3%	
Organización, administración y gestión	C.33 Organización, administración y gestión del programa	1.3%	4.0%
	C.34 Sistemas de comunicación e información	1.3%	
	C.35 Dirección del programa	1.3%	
Impacto de los egresados en el medio	C.36 Seguimiento de los egresados	1.7%	4.0%
	C.37 Impacto de los egresados en el medio social y académico	2.3%	
Recursos Físicos y Financieros	C.38 Recursos físicos	2.0%	6.0%
	C.39 Presupuesto del programa	2.0%	
	C.40 Administración de recursos	2.0%	

Tabla 3: Ponderación de los factores y características
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 7) 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.

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, ámbitos estos que se sintetizan en los tres pilares misionales de la Universidad: docencia, investigación y proyección social.

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 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 esta 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. Valores que en su propósito misional de contribuir al progreso del país la Universidad ha sintetizado en tres grandes intenciones institucionales: INSPIRAR sueños de formación entre sus estudiantes y aspirantes. CREAR conocimiento científico y aplicado. TRANSFORMAR el entorno con la producción de conocimiento y la transferencia de tecnología a la comunidad.

2.2. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROGRAMA

El pregrado en Comunicación Social está adscrito al Departamento de Comunicación Social que pertenece, a su vez, a la Escuela de Humanidades (una de las cinco 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
Acto académico de creación	Acta No. 168 del Consejo Superior, 13 de agosto de 2002 (Anexo 8)
Registro Calificado	Resolución 698 del 7 de abril de 2005. Renovación de Registro calificado mediante resolución 4257 del 30 de junio de 2009
Acreditación de Alta calidad	Programa acreditado por un periodo de seis años (2012-2018). Resolución No. 9155, expedida por el MEN el 8 agosto de 2012 (véase Anexo 1).
Título que otorga	Comunicador Social
Duración	9 semestres
Jornada	Diurna
Modalidad	Presencial
Valor de la matrícula (2017-1)	\$ 8.102.448
Admisión	Semestral
Número de alumnos (2017-1)	626
Número de egresados (2016-2)	426
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 gran mayoría, a la Escuela de Humanidades, específicamente a los departamentos de Comunicación Social, Humanidades y Gobierno y Ciencias Políticas. A la fecha, al pregrado en Comunicación Social prestan sus servicios un total de 24 profesores de tiempo completo y uno de medio tiempo, adscritos a los departamentos de Comunicación Social (13 profesores), Humanidades (10 profesores) y Gobierno y Ciencias Políticas (1 profesor), así como 47 profesores de hora-cátedra que están vinculados al Departamento de Comunicación Social. Los docentes tienen formación en diversas áreas de las ciencias sociales y humanas (periodismo, comunicación, filosofía, lingüística, literatura, estética, arte, ciencias políticas, ciencias sociales y economía, entre otras).

No obstante, es necesario resaltar que no todos los profesores con dedicación de tiempo completo y medio tiempo prestan sus servicios de manera exclusiva al pregrado, 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 posgrados, tales como la Especialización en Comunicación Política, las maestrías en Comunicación Transmedia, Estudios Humanísticos y Escrituras Creativas y el Doctorado en Humanidades, adscritos a la Escuela de Humanidades.

En cuanto a los niveles de formación académica de los profesores de tiempo completo adscritos a los departamentos de Comunicación Social, Humanidades y Gobierno y Ciencias Políticas

que prestan sus servicios al pregrado de Comunicación Social, once tienen título de Doctorado (48%) mientras trece han alcanzado el título de Magíster (52%) (Tabla 5).

Año y Periodo	Departamento	Dedicación	Total	Nivel del formación			
				Doctores	Magísteres	Especialistas	Profesionales
2017-1	Depto. de Comunicación Social	Tiempo completo	12	3	9	0	0
		Medio tiempo	1		1	0	0
		Cátedra	47	2	39	4	2
	Depto. de Humanidades	Tiempo completo	10	7	3	0	0
		Medio tiempo	0	0	0	0	0
	Depto. de Gobierno y Ciencias Políticas	Tiempo completo	1	1	0	0	0
Medio tiempo		0	0	0	0	0	

Tabla 5: Nivel de estudios de los profesores de los departamentos de Comunicación Social, Humanidades y Gobierno y Ciencias Políticas que prestan sus servicios al pregrado en Comunicación Social

Fuente: Escuela de Humanidades

2.2.2. Número de estudiantes matriculados

En 2017-1 el número de estudiantes matriculados en el Programa de Comunicación Social alcanzó la cifra de 626 estudiantes. La Tabla 6 muestra la evolución de la población estudiantil en los últimos cinco años, entre el 2012-1 y 2017-1.

Población estudiantil										
2012-1	2012-2	2013-1	2013-2	2014-1	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2	2017-1
417	413	437	410	440	460	495	516	557	586	626

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

Para 2017, el valor del semestre para los estudiantes que ingresan por primera vez al programa es de \$8.102.448. En la Tabla 7 se puede observar el valor de la matrícula y gastos pecuniarios para el período académico 2017.

Valor del semestre	\$ 8.102.448
Valor derechos de grado	\$ 819.900
Certificados académicos	\$13.000
Reconocimiento de materias	\$147.900
Inscripción	\$168.450

Tabla 7: Valor de la matrícula y gastos pecuniarios

Fuente: Admisiones y Registro

2.2.4. Número de promociones y de graduados

Desde 2008-1, fecha en que se graduó la primera cohorte de estudiantes del pregrado, hasta 2016-2, fecha de corte para este informe, el Programa de Comunicación Social ha graduado 18 promociones de estudiantes que corresponden a 420 graduados. La Tabla 8 muestra la evolución de graduados en los últimos cinco años, entre el 2012-1 y el 2016-2

Graduados									
2012-1	2012-2	2013-1	2013-2	2014-1	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2
27	25	27	28	21	43	17	34	24	44

Tabla 8: Graduados por semestre del programa de Comunicación Social, 2012-2016

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

De acuerdo con el Proyecto Educativo del Programa, PEP, el Pregrado en Comunicación Social se sustenta en la tradición y responsabilidad de una institución como la Universidad EAFIT y su Escuela de Humanidades, a la cual está adscrito (Anexo 9). Es un pregrado pionero en Colombia por cuanto su enfoque está centrado en la formación de comunicadores sociales orientados hacia el análisis, la interpretación y la producción de contenidos, servicios y procesos de información y comunicación en ambientes digitales y de convergencia tecnológica, sin descuidar los aspectos relacionados con la responsabilidad social y la formación humanística.

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, recursos estéticos, modos de pensamiento, estilos de vida, 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. Este pretende que los estudiantes adquieran

capacidades de reflexión y obtengan herramientas de producción para dar cuenta del rol que desempeñan las tecnologías de la información y la comunicación en las interacciones y el vínculo social. 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 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 “troncos 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 y sensibilización investigativa: el estudiante tiene a su disposición laboratorios y medios de comunicación digitales manejados por el programa: la revista *Bitácora*, la emisora *Acústica* y el *Medialab*, así como los semilleros de investigación coordinados por profesores con la participación activa de estudiantes. 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.

Su interacción con la comunidad: el pregrado tiene como uno de sus propósitos la interacción permanente con diversos sectores de la sociedad, materializada en investigaciones, producciones comunicativas, consultorías y proyectos de extensión social que pretenden generar impacto más allá de las aulas de clase.

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 convergencia tecnológica.
- 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. Habilita al estudiante para asumir el periodismo como un espacio intelectual y profesional donde es posible pensar y realizar producciones periodísticas nutridas desde distintos campos del saber, partiendo de categorías fundacionales como el discurso periodístico, el acontecimiento social y la 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

El Pregrado en Comunicación Social consta de 164 créditos, los cuales se despliegan en 53 asignaturas distribuidas en 9 semestres. El plan estudios se estructura en tres ciclos de formación y a través de cinco áreas interdisciplinarias de conocimiento. Como todos los programas de la Universidad, éste cuenta con 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 11).

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 I y en el noveno el seminario de investigación II, 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
Total	164

Tabla 9: Créditos por componentes de formación

2.8.3. Asignaturas por semestre

El siguiente es el Plan de Estudios del programa especificado por cada semestre

Semestre 01		
BU0008	Inducción	0
BU0011	Bienestar universitario	1
CS0086	Taller de oralidad	2
CS0091	Teoría de la imagen	3
CS0920	Taller de escritura	2
CS0923	Teorías de la interacción comunicativa	3
CS0924	Semiología de los medios	3
	NFI 1	3
Total		17

Semestre 03		
CS0007	Géneros periodísticos 2	3
CS0038	Tecnologías audiovisuales	3
CS0044	Teoría de la argumentación	3
EC0159	Macroeconomía	2
GP0002	Historia	2
CS0224	Electiva 1	3
	NFI 3	3
Total		19

Semestre 05		
CM0028	Matemáticas	2
CS0025	Reportaje	3
CS0029	Análisis de la recepción	3
CS0046	Cibercultura	3
CS0066	Textos e hipertextos 1	3
CS0067	Diagramación y diseño	3
Total		17

Semestre 07		
CS0056	Taller de medios	3
CS0057	Radio periodismo formatos	3
CS0058	Periodismo político internacional	3
CS0061	Seminario de investigación	3
CS0095	Gestión de la información	2
EC0009	Teoría del desarrollo	3
PT0113	Pre-práctica	0
	NFI 6	3
Total		20

Semestre 09-Énfasis en Periodismo Digital		
CS0211	Edición periodística	3
CS0212	Modalidades periodísticas	3
CS0213	Periodismo digital	3
CS0214	Periodismos audiovisuales	3
CS0220	Seminario de investigación 2	3
CS0226	Electiva 3	3
Total		18

Semestre 02		
CS0009	Teoría del acto comunicativo	3
CS0043	Formaciones sociales	3
CS0092	Fotografía	3
CS0921	Géneros periodísticos 1	3
CS0922	Lógica	3
	NFI 2	3
Total		18

Semestre 04		
CS0040	Interacción comunicativa en la organización	3
CS0045	Imagen digital	3
CS0047	Comunicación transcultural	3
CS0053	Sociedades del espectáculo y la información	3
CS0059	Colombia siglo xx	2
CS0225	Electiva 2	3
	NFI 4	3
Total		20

Semestre 06		
CM0036	Métodos estadísticos	2
CS0068	Radio (diseño-sonido)	3
CS0070	Textos e hipertextos 2	3
CS0094	Narrativas audiovisuales	3
GP0009	Análisis de la opinión pública	3
	NFI 5	3
Total		17

Semestre 08		
PT0305	Período de práctica	18
Total		18

Semestre 09-Énfasis en Cibermedios		
CS0216	Diseño multimedia	3
CS0217	Producción de televisión	3
CS0218	Producción para la web	3
CS0219	Dramaturgia de los medios	3
CS0220	Seminario de investigación 2	3
CS0226	Electiva 3	3
Total		18

Semestre 09-Énfasis en Comunicación Política		
CS0223	Medios y política	3
CS0224	Marketing político	3
CS0225	Investigación en comunicación	2
GP0025	Política deliberativa	4
GP0026	Partidos y elecciones	3
CS0226	Electiva 3	3
Total		18

3. RESULTADO DE LA AUTOEVALUACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. FACTOR 1: MISION Y PROYECTO INSTITUCIONAL

3.1.1. Característica 1. Misión, Visión y Proyecto 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 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, y en interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico, ámbitos estos que se sintetizan en los tres pilares misionales de la Universidad: docencia, investigación y proyección social (véase el anexo 7). Estas declaraciones son de dominio público y se encuentran en el sitio web de la Universidad y en sus espacios físicos (aulas, auditorios, salas de reuniones).

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 dirigidas 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, elementos estos que constituyen los ejes básicos de la *impronta eafitense* y los cuales están consignados en la Visión institucional de la Universidad.

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 solo profesionales sino personas con una formación humanista capaces de asumir retos sociales, comunicativos y culturales en las sociedades contemporáneas.

De esta manera, el programa de Comunicación Social, además de desarrollar la *impronta eafitense*, propicia la formación integral a través de espacios curriculares y co-curriculares (los trabajos de clase, las prácticas profesionales, las actividades extra-clase como conferencias y paneles) 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.

Con el fin de conocer la apreciación de profesores y estudiantes, se les pidió contestar sobre el grado efectivo de conocimiento de la Misión Institucional. Se observa que tanto el 96% de los directivos y profesores como el 95% de los estudiantes dicen conocer la Misión de la Universidad (Tabla 10).

¿Conoce usted la misión de la Universidad EAFIT?	Profesores	Estudiantes
	%	%
Sí	96%	95%
Parcialmente	4%	3%
No	0%	0%
Sin conocimiento	0%	2%
TOTAL	100%	100%

Tabla 10: Conocimiento de profesores y estudiantes de la Misión de la Universidad

El grupo autoevaluador considera que la Universidad mantiene un compromiso permanente con los objetivos institucionales de su Misión y Visión 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 sus objetivos.

El grupo asigna una nota de **4.8** a esta característica que, de acuerdo con el modelo de calificación, significa que se cumple plenamente.

3.1.2. Característica 2. Proyecto educativo del programa

El programa de Comunicación Social cuenta con un Proyecto Educativo, PEP, (véase el anexo 9) que es de dominio público y es coherente con el Proyecto Educativo Institucional, PEI.

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 2). 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 PEP del Programa de Comunicación Social pretende formar profesionales comprometidos con los fenómenos comunicativos para observarlos, analizarlos, intervenirlos y narrarlos. Es un profesional capaz de analizar, interpretar e intervenir el entorno 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.

En tal sentido, el modelo de figuras pedagógico-metodológicas que ha guiado los procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes sugieren una actitud crítica e inquisitiva antes que una actitud pasiva centrada en el decir del profesor: el estudiante no es un receptáculo que hay que llenar de información, sino un agente central de su proceso de aprendizaje. Por eso el lema que alienta el trabajo es “aprender a aprender” y no “enseñar a aprender”.

Para la difusión y discusión del Proyecto Educativo del Programa, PEP, se utilizan diversos mecanismos, entre los cuales vale la pena mencionar:

- La *Experiencia EAFIT*, evento programado anualmente por el Departamento de Mercadeo Institucional 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 de cualquiera de sus programas académicos; en el caso de Comunicación Social, esta información se encuentra disponible en la siguiente dirección: <http://www.eafit.edu.co/comunicacionsocial>

En cuanto a los mecanismos de discusión del programa dirigidos a actualizar el PEP y a preservar su calidad se pueden señalar:

- 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 en la que participan los estudiantes con sus respectivos representantes ante las instancias institucionales.
- El Comité de Carrera, el cual cuenta con la participación de los docentes de planta y los representantes estudiantiles del Programa.

Se formularon varias preguntas buscando la apreciación de la comunidad académica sobre el conocimiento y aceptación del PEP. El 72% de los estudiantes calificaron entre plenamente (5) y en alto grado (4) su conocimiento de los propósitos de formación, mientras que el 68% de los profesores estuvieron en el mismo rango de calificación. Llama la atención la cifra del 27% de los profesores que dicen conocer aceptablemente (3) los propósitos de formación del programa. Por su parte, un 7% de los estudiantes dice no tener conocimiento del Proyecto Educativo del Programa (Tabla 11).

Grado de conocimiento 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
	%	%
5	37%	34%
4	31%	38%
3	27%	16%
2	2%	2%
1	0%	1%
No tiene conocimiento	2%	7%
Total	100%	100%

Tabla 11: Calificación de profesores y estudiantes sobre su conocimiento del Proyecto Educativo del Programa

A los profesores y estudiantes se les preguntó por el grado de correspondencia entre las actividades académicas del programa y el Proyecto Educativo del mismo. A este respecto, el 84% de los estudiantes calificaron su respuesta entre plenamente (5) y en alto grado (4), mientras que el 72% de los profesores estuvieron en ese rango. Igualmente llama la atención que el 20% de los profesores no tengan conocimiento de esta correspondencia (Tabla 12).

Grado de correspondencia entre las actividades académicas que se desarrollan y el Proyecto Educativo del Programa (Objetivos del programa, estrategias de aprendizaje de las asignaturas, plan de estudios, perfil del egresado, entre otros).	Profesores	Estudiantes
	5	45%
4	27%	40%
3	4%	7%
2	4%	3%
1	0%	2%
No tiene conocimiento	20%	4%
Total	100%	100%

Tabla 12: Calificación de profesores y estudiantes sobre la correspondencia entre las actividades académicas y el Proyecto Educativo del Programa

En la encuesta también se les solicitó a los integrantes de la comunidad académica que calificaran entre 1 y 5, siendo 5 la máxima calificación y 1 la mínima, si las instancias dispuestas por la Universidad como la Asamblea de Carrera, el Comité de Carrera, el Consejo de Escuela, el Consejo Académico, entre otros, propiciaban la discusión y actualización del Programa. El 83% de los estudiantes consideran de manera positiva la existencia y efectividad de estos espacios, a los que les otorgan una calificación entre 5 y 4; el 72% de los profesores coinciden en esta apreciación (Tabla 13).

Grado en que los espacios como: Asambleas de Carrera, Comité de Carrera, Consejo de Escuela, Consejo Académico y Consejo Directivo, propician la discusión y actualización del Programa	Profesores	Estudiantes
	Porcentaje	Porcentaje
5	45%	49%
4	27%	34%
3	4%	9%
2	4%	2%
1	0%	1%
No tiene conocimiento	20%	4%
Total	100%	100%

Tabla 13: Calificación de profesores y estudiantes sobre el grado en que los espacios académicos propician la actualización del Programa

Al analizar la correspondencia entre el PEI y el PEP, se pudo constatar que 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 y cultural 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. Así mismo, se destaca que el programa está sujeto a la revisión constante, prueba de ello es la reforma curricular diseñada entre 2016 y 2017, la cual fue aprobada por el Consejo Académico de la Universidad y está en proceso de radicación ante el MEN.

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, y que existen estrategias para su difusión, discusión y actualización. Las encuestas indican que los profesores y estudiantes conocen y comparten el PEP en un alto grado.

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

Acciones de mejoramiento:

- Elaborar un protocolo de inducción que facilite la apropiación del Proyecto Educativo del Programa (PEP) y las políticas de Bienestar Universitario por parte de la comunidad académica del Pregrado, con énfasis en los estudiantes y profesores que ingresan por primera vez al mismo.
- Actualizar el Proyecto Educativo del Programa (PEP) a la luz de los cambios suscitados en la reforma curricular del Pregrado que está en proceso de radicación ante el MEN.

3.1.3. Característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa

La pertinencia académica, profesional y social del Programa está dada por su enfoque mismo: un pregrado que forma profesionales de la Comunicación Social que se puedan desenvolver de manera eficiente en el mundo de las tecnologías de la información y la comunicación, con capacidad de comprensión y manejo de sus lenguajes y narrativas, y con las habilidades suficientes para la producción responsable de contenidos de calidad, tal y como lo demanda la sociedad contemporánea.

Desde su creación, algunas de las acciones que muestran el compromiso del programa con las tendencias y líneas de desarrollo del campo de estudios de la comunicación son:

- Como parte del proceso de desarrollo académico, el programa realizó entre los años 2016 y 2017 un proceso de reforma curricular tendiente a reajustar el vigente plan de estudios del pregrado, el cual tuvo entre sus insumos los resultados de los estudiantes del programa en las pruebas Saber PRO, las evaluaciones de los empleadores y los debates emergentes en el campo de la comunicación. Entre los ajustes principales al currículo se pueden mencionar:

- Un reforzamiento de las teorías y las metodologías de la comunicación.
- Un trabajo más prescriptivo en el área del lenguaje orientado a un manejo más exhaustivo de lengua materna (el español) que incluye una mayor dedicación a los procesos de lectura-escritura en el plan de estudios.
- Una ampliación de la oferta del ciclo de énfasis con el ingreso de un énfasis en Mercadeo y Comunicación Digital que se ofrecerá en conjunto con el pregrado en Mercadeo de la Universidad.
- Un ajuste a la continuidad, la interdependencia y la ubicación de algunas asignaturas del existente plan de estudios con el fin de hacer más fluida esa continuidad y esa relación.

- De otro lado, el Proyecto Educativo del Programa define que las actividades de proyección y extensión social son prioritarias por una doble condición: por la convicción de su importancia no solo para el programa desde el punto de vista académico y de imagen, sino por el impacto que este tipo de actividades genera en la sociedad y en las diferentes comunidades beneficiadas; y 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. Entre este tipo de proyectos de extensión social en los que el Pregrado se ha involucrado en los últimos cinco años se pueden mencionar:

- *Medellín Digital Robledo Aures (2012)*, el cual consistió en la implementación de un modelo de innovación educativa que impactó a unos 300 estudiantes y 45 docentes de la Institución Educativa Robledo Aures a través de la capacitación en el uso y la apropiación de nuevas tecnologías mediante talleres de periodismo digital, producción de televisión y radio y manejo de redes sociales, entre otros, y en el que participaron unos 19 estudiantes del pregrado y seis profesores.
 - *Divertic Edulab Medellín (2013)*, que consistió en capacitar a 732 jóvenes de 50 Instituciones Educativas de la ciudad de Medellín en la consecución de habilidades necesarias para acceder, analizar, programar y formular propuestas en el entorno de los nuevos ecosistemas de comunicación, concretamente en cuatro áreas: periodismo digital, audiovisual, radio y robótica; y del cual hicieron parte cuatro profesores, seis egresados y 32 estudiantes del pregrado.
 - *Plan Digital Teso (2013-2015)*, un proyecto de extensión social que vinculó a la Universidad EAFIT con la Alcaldía del municipio de Itagüí con el fin de brindar capacitación y promover la incorporación de tecnologías de información y comunicación en las escuelas del municipio, en búsqueda del mejoramiento del servicio educativo y la creación de nuevos contenidos. Profesores y estudiantes del pregrado participaron en la implementación de la estrategia de comunicación y apropiación social de la tecnología que impactó a unos 1395 estudiantes y 126 docentes de 42 Instituciones Educativas de dicho municipio.
 - *Alejandría: memoria y esperanza (2014-2016)*, un proyecto de investigación y proyección social llevado a cabo por el Semillero de Narrativas Periodísticas en el municipio de Alejandría, Antioquia, y que consistió en la recuperación de la memoria histórica del conflicto armado a partir de los relatos de las víctimas de esa confrontación. Paralelo a esto se desarrolló un proceso de formación en habilidades comunicativas orientado a que los habitantes del municipio que hicieron parte del proyecto narraran, visualizaran y editaran sus propias historias en diversos formatos y soportes audiovisuales.
 - *Laboratorio de Comunicación, Memoria y Territorio (2015)*: proceso realizado en la vereda La Loma, del corregimiento San Cristóbal, Medellín, como parte del informe de memoria histórica “Medellín, ¡Basta Ya!” del Centro Nacional de Memoria Histórica, el Museo Casa de la Memoria y la Unidad Municipal de Víctimas de Medellín. Tres profesores del Departamento de Comunicación Social y ocho estudiantes del pregrado y seis de maestría participaron en actividades de capacitación en competencias comunicativas con los pobladores del sector.
 - *Edulab Jesús Amigó (2016-actual)*, un proyecto realizado en alianza con la Institución Educativa Jesús Amigó, ubicada en el barrio 12 de Octubre de Medellín para la creación de espacios educativos que permitan la experimentación con los nuevos entornos y ecosistemas de la comunicación, y que a la fecha ha impactado a unos 500 estudiantes, 20 profesores, así como a padres de familia y vecinos del barrio.
- A estas acciones de proyección social del Programa también se le suman otras 43 actividades académicas extracurriculares (lecciones inaugurales, conferencias, paneles, festivales, talleres, presentaciones de libros, entre otros) realizadas entre 2012 y el primer semestre de 2017 con las que el Pregrado buscó ofrecer una formación complementaria tanto a sus estudiantes como al público externo a la Universidad. Algunas de ellas se llevaron a cabo de la mano con otras instancias adscritas al Departamento de Comunicación Social, como la Maestría en Comunicación Transmedia y la Especialización en Comunicación Política; o en convenio o colaboración con entidades reconocidas como la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar, la Fundación para la Libertad de Prensa, la Oficina del Alto

Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, el Centro Nacional de Memoria Histórica, entre otras.

- Así mismo, el pregrado cuenta con medios de comunicación propios, cuyos contenidos también están dirigidos a públicos externos al programa y buscan generar impactos más amplios en la comunidad. Por un lado, está la revista digital *Bitácora*, que es un medio de comunicación destinado a la producción de noticias, pero a la vez un laboratorio de práctica de los estudiantes del pregrado (Véase <http://bitacora.eafit.edu.co>).

De 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 (Véase <http://acustica.eafit.edu.co>).

- *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 metodología consiste en la inmersión periodística de los estudiantes del pregrado que deben realizar labores de reportería, escritura, edición y montaje periodístico, audiovisual y multimedia, en una jornada que se lleva a cabo los primeros viernes de noviembre de cada año. A 2016, el pregrado llevaba realizadas trece jornadas ininterrumpidas de *Periodistas en la Carrera*, cuya gala de premiación se realiza durante *Los días de la Comunicación*, que es un evento académico anual en que el pregrado invita a conferencistas nacionales e internacionales para abordar temas de actualidad, organiza jornadas de presentación de los trabajos de los estudiantes y premia las mejores producciones.

- Por último, en la apreciación de empresarios y empleadores sobre la relevancia académica y pertinencia social del programa, la evidencia muestra que esta 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 2010, el promedio de las calificaciones otorgadas por los empleadores a los estudiantes de práctica ha sido de 4,44. En 2016, el promedio de la calificación otorgada a los 23 estudiantes que salieron a su práctica profesional fue de 4,56. Se trata de unas calificaciones que se refuerzan con las siguientes apreciaciones de los empleadores, tomadas de un conjunto mayor de opiniones respecto al desempeño profesional de nuestros practicantes (Anexo 10):

“Es una profesional muy talentosa y competente. Su responsabilidad, adaptabilidad y compromiso son de destacar, además de su gran profesionalismo” (Industrias Haceb, 2012-2). *“Tiene pasión por el oficio, un aspecto fundamental y básico en el ejercicio periodístico. Es arriesgado y osado. Ojalá no pierda esos dones. Hay mucho potencial en él* (El Colombiano, 2013-2). *“Se trata de una persona seria, responsable, interesada en este oficio. Cumplidora de sus deberes, proactivo y con un sentido de pertenencia importante en este trabajo”* (Publicaciones Semana, 2014-2). *“Es muy buen fotógrafo, proactivo e independiente. Tenía iniciativa y no esperaba a que se le dieran órdenes. Quizás necesita saber más del contexto político para ser un gran fotógrafo político”* (La Silla Vacía, 2015-1). *“Una profesional que demuestra gran interés y empatía por las causas sociales. Se resalta el gran apoyo a todo el tema de pedagogía de paz y socialización de los avances en la mesa de negociación de La Habana. se encuentra grandes capacidades desde el ámbito del periodismo. La oficina territorial del PNUD encontró en ella una aliada para el cumplimiento del objeto misional”* (Oficina de las Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios, 2016-1); *“Tiene un potencial muy grande para generar valor a la organización. Sabe recomendar desde su conocimiento y aportar para la generación de nuevas ideas. Tiene un alto sentido de responsabilidad”* (Cementos Argos, 2016-2).

El grupo autoevaluador considera que las evidencias son suficientes para concluir que el Programa tiene relevancia académica y su enfoque cuenta con una alta pertinencia social. 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 con clara incidencia social y las jornadas de Periodistas en la Carrera, entre otros, y que todos ellos lo configuran como un programa académico que responde a las necesidades de la región. Y parte de esta evidencia la brindó el MEN cuando le otorgó en agosto de 2012 la Acreditación de Alta Calidad por un periodo de seis años.

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

Evaluación del factor 1. MISIÓN Y PROYECTO INSTITUCIONAL

La Universidad EAFIT tiene una Misión, una Visión y un Proyecto Educativo Institucional claramente formulados y ampliamente divulgados entre su comunidad académica y ante la sociedad. Esta Misión, Visión y PEI constituyen la carta de navegación del quehacer académico y administrativo de la institución, y son objeto de una permanente difusión y actualización. Del mismo modo, el pregrado en Comunicación Social cuenta con un Proyecto Educativo Pedagógico que está acorde con los lineamientos generales de la Universidad y que, por tanto, expresa la aspiración del programa de trabajar en la búsqueda de la excelencia académica a través de sus procesos de formación, investigación y proyección social. En todo caso, el grupo autoevaluador plantea que es necesario llevar a cabo una mejor difusión de ambos proyectos educativos entre la comunidad académicas del Programa, enfatizando en los profesores de cátedra.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 1 obtiene una calificación general de **4.70**, lo que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.2. FACTOR 2: ESTUDIANTES

3.2.1. Característica 4. Mecanismos de selección e ingreso

Las condiciones y mecanismos para el ingreso son de carácter público y están presentados de manera permanente tanto en la página inicial del portal web de la Universidad, como en la página web del Pregrado. Así mismo, se explican en los procesos de información institucionales (como Experiencia EAFIT y los talleres informativos de las carreras que se hacen cada semestre), así como en folletos que se entregan a los interesados en las asesorías que hacen Admisiones, Mercadeo Institucional y/o el jefe de carrera a padres de familia o aspirantes que así lo solicitan.

La Institución cuenta con un Reglamento Académico de los Programas de Pregrado¹ (Anexo 11) aprobado y difundido ampliamente, en el que se consagran las normas para el ingreso a los programas académicos de la Universidad. 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 esta u otra institución de educación superior.

¹ El Reglamento Académico puede consultarse en: <http://www.eafit.edu.co/institucional/reglamentos/Paginas/reglamento-academico-pregrado.aspx>

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 por la Universidad para la selección de estudiantes es de 200 puntos según un sistema de ponderación que tiene en cuenta el puntaje del ICFES en áreas 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 220 puntos.

Por su parte, el Artículo 27 del Reglamento Académico 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 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 de la Institución 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 Registro².

Con el fin de conocer la apreciación de estudiantes y profesores, se les preguntó por el grado de transparencia existente en los requisitos de ingreso a la Universidad. De acuerdo con las encuestas realizadas, el 84% de los estudiantes consultados le otorgan una calificación entre 5 y 4 a la transparencia de los mecanismos de selección e ingreso con que cuenta la Universidad; apreciación que comparte el 72% de los profesores. Llama la atención que el 36% de los profesores – la gran mayoría de hora cátedra– afirma no tener conocimiento de los mecanismos de selección e ingreso, una cifra que es necesario enfrentar con un plan de mejoramiento integral que enfrente el desconocimiento que los profesores de cátedra tienen frente a este y otros asuntos de la Universidad (Tabla 14).

Transparencia en los mecanismos de ingreso para la selección de los estudiantes	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	62%	52%
4	22%	10%
3	5%	2%
2	2%	0%
1	1%	0%
No tiene conocimiento	9%	36%
Total	100%	100%

Tabla 14: Calificación de estudiantes y profesores de la transparencia de los mecanismos de selección e ingreso a la Universidad

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

² Para más información véase: <http://www.eafit.edu.co/admisiones/proceso-admisiones/pregrado/Paginas/proceso-de-seleccion-aspirantes-bachilleres.aspx>

público. Los medios de difusión son claros y precisos con la información que entregan; no obstante, hay una ausencia de información sobre los mismos en ciertos sectores de la comunidad académica, concretamente en los profesores de hora cátedra.

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

Acciones de mejoramiento:

- En el protocolo de inducción que se propone elaborar para la inducción de estudiantes y profesores que ingresan por primera vez al Programa debe existir un apartado que se detengan en los mecanismos de selección e ingreso de estudiantes y en general sobre los procesos académicos de la Universidad y el Programa.

3.2.2. Característica 5. Estudiantes admitidos y capacidad institucional

Respecto de las condiciones de ingreso a la Universidad, se resalta la existencia de unos requisitos y puntajes mínimos para el proceso de admisión de estudiantes de pregrado y posgrado, y de un comité de admisiones que establece esos requisitos³. Como se mencionó anteriormente, para ingresar al Programa de Comunicación Social, los aspirantes bachilleres deben alcanzar un puntaje mínimo de 220 puntos a partir de la suma ponderada de tres factores:

- El puntaje de las pruebas del ICFES en áreas pertinentes a la comunicación, las ciencias sociales y el lenguaje.
- Las calificaciones de los grados 10° y 11° a las que se les asigna un puntaje especial a las áreas de filosofía (20 puntos), lenguaje (40 puntos), matemáticas (20 puntos) y sociales (20 puntos).
- Y el nivel académico de la Institución Educativa del que proviene, según el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) del Ministerio de Educación Nacional. Los estudiantes admitidos deben cumplir con dicho puntaje.

El número de estudiantes admitidos y matriculados a Comunicación Social cada semestre es compatible con las capacidades administrativas, académicas y físicas de la Institución. Es de anotar que en los últimos tres años el número de estudiantes inscritos ha pasado la barrera de los cien, destacándose el 2016-1, año en que la cifra de inscritos fue de 164, de los cuales se matricularon 87 (en 2014-1 la cifra de inscritos fue de 104 de los cuales se matricularon 62, mientras que en 2015-1 los inscritos fueron 123 y los matriculados 85).

Son cifras que también revelan las tasas de absorción del programa, un indicador que resulta de promediar el número de estudiantes bachilleres admitidos para el primer semestre del programa (*primíparos*) frente al número de estudiantes efectivamente matriculados al mismo. Desde 2012-1, la tasa de absorción del pregrado se ha mantenido por encima de los sesenta y cuatro puntos porcentuales, destacándose el 2015-1 en que la tasa de absorción llegó al 87%. En los dos últimos periodos académicos (2016-2 y 2017-1) la tasa de absorción para los *primíparos* se ha mantenido en el 68% (Tabla 15).

³ A este respecto hay que agregar que EAFIT no exige la presentación de un examen de admisión para el ingreso a los programas de pregrado. Para el pregrado en Comunicación Social, el requisito de ingreso consiste en una suma ponderada de los tres factores arriba mencionados.

Bachilleres	2012 1	2012 2	2013 1	2013 2	2014 1	2014 2	2015 1	2015 2	2016 1	2016 2	2017 1
Inscritos	62	41	76	24	104	34	123	36	164	49	141
Admitidos	56	38	67	22	93	32	113	31	136	44	127
Matriculados	41	27	49	17	62	25	85	27	87	30	86
Tasa de absorción (admitidos vs matriculados)	73%	71%	73%	77%	66%	78%	75%	87%	64%	68%	68%

Tabla 15: Estudiantes bachilleres inscritos, admitidos y matriculados en el Programa, 2012-2017

Fuente: Admisiones y Registro

De otro lado, es evidente el crecimiento paulatino de la población estudiantil del programa en los últimos cinco años. Por ejemplo, en 2012-1 el número de estudiantes matriculados era de 417, mientras que en 2017-1 la población total de estudiantes es de 626, es decir, en este lapso de tiempo ha habido un incremento de 209 estudiantes, que corresponde a una ampliación del 50% de la población de estudiantes (Tabla 16).

Año y periodo	Estudiantes matriculados	Primíparos	Egresados-Graduados
2012-1	417	41	27
2012-2	413	27	25
2013-1	437	49	27
2013-2	410	17	28
2014-1	440	62	21
2014-2	460	25	43
2015-1	495	85	17
2015-2	516	27	34
2016-1	557	87	24
2016-2	586	30	44
2017-1	626	86	33

Tabla 16: Población estudiantil de Programa de Comunicación Social, 2012-2017

Fuente: Admisiones y Registro

Sobre las capacidades que tiene la institución para asegurar a los estudiantes matriculados las condiciones necesarias para adelantar sus estudios, se debe afirmar que la Universidad EAFIT cuenta con sistemas de evaluación y seguimiento de la deserción y mecanismos para su control. Para asegurar la permanencia de los estudiantes, la Universidad cuenta con una diversidad de servicios entre los cuales se pueden mencionar: el consultorio psicológico de orientación vocacional; el centro de acompañamiento y estudios en lectura y escritura (CeLee); el consultorio matemático; la sala de aprendizaje activo de la biblioteca; 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 (en las características 31 y 32 volveremos sobre esto).

También es pertinente describir el Programa de Becas de la Universidad EAFIT que durante tres décadas 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 existe el programa de becas del gobierno nacional denominado *Ser Pilo Paga* el cual a 2017-1 contaba con una población becaria de 51 estudiantes matriculados en el pregrado de Comunicación Social, cursando entre el primero y el cuarto semestre (en la característica 31, Tabla 75, volveremos sobre este aspecto).

En cuanto a la calidad de los espacios que ofrece el programa de Comunicación Social para llevar a cabo las actividades académicas de estudiantes y profesores, se obtuvo la siguiente apreciación: el 72% de los estudiantes le otorgó la máxima calificación (5), mientras que el 66% de los profesores coincidió con dicha apreciación, en el marco de unas calificaciones bastante positivas (Tabla 17).

Calidad de los espacios que ofrece el Programa (Grupos de estudio, semilleros de investigación, proyectos de investigación, monitorias académicas e investigativas, proyectos de desarrollo empresarial) en las actividades académicas	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	72%	66%
4	23%	22%
3	3%	2%
2	1%	0%
1	1%	2%
No tiene conocimiento	1%	8%
Total	100%	100%

Tabla 17: Calificación de estudiantes y profesores de la calidad de los espacios académicos que ofrece el Programa

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que permiten afirmar que la Universidad EAFIT cuenta con políticas institucionales definidas y condiciones necesarias que permiten a los estudiantes admitidos al programa de Comunicación Social adelantar sus estudios y permanecer en la Universidad hasta culminarlos.

Así mismo, reconoce que tanto los recursos académicos, físicos y administrativos con los que cuenta la institución son suficientes para atender a los estudiantes del programa, aunque llama la atención sobre dos aspectos: la necesidad de seguir fortaleciendo la planta de profesores de tiempo completo vinculados al programa, toda vez que se ha venido incrementado la población estudiantil; y la necesidad de poner atención a la planta física de aulas y laboratorios del programa (*MediaLab, Centro Multimedial*) ya que el incremento de estudiantes en la universidad puede enfrentar un cuello de botella en el número de aulas y laboratorios disponibles en el futuro inmediato.

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

3.2.3. Característica 6. Participación en actividades de formación integral

El Proyecto Educativo Institucional de la Universidad EAFIT 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, 2008, p. 17).

El programa institucional que concreta la intención de formación integral es el *Núcleo de Formación Institucional* cuya pretensión es agenciar las siguientes competencias: la 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 igualmente se promueve desde la Dirección de Desarrollo Humano a través de los distintos programas de Bienestar Universitario⁴, entre los cuales vale la pena resaltar aquellos emprendidos por los departamentos de Desarrollo Estudiantil, Deportes, Desarrollo Artístico y el Servicio Médico.

A este respecto también se debe señalar el programa de monitorías de la Universidad EAFIT, una estrategia de formación extra curricular para los estudiantes de pregrado que permite desarrollar aptitudes, competencias y habilidades en el ámbito docente, investigativo o logístico que contribuye a la formación integral. Las monitorías se clasifican en las siguientes categorías: Monitoría Académica, Monitoría de Investigación, Monitoría Administrativa. Desde 2012, estudiantes del programa de Comunicación Social se han beneficiado con 598 monitorías de los tres tipos, primando las monitorías académicas y administrativas.

Asimismo, en los últimos cinco años, un total de 21 estudiantes matriculados del programa han participado en los sistemas de elección abierta y democrática para representar a la comunidad estudiantil en diferentes cuerpos colegiados de la Carrera de Comunicación Social, la Escuela de Humanidades y la Universidad, tales como: Comité de Carrera, Consejo de Escuela y Consejo Académico.

De otro lado, la Escuela de Humanidades apoya 15 semilleros de investigación, cinco de los cuales están vinculados al programa de Comunicación Social como estrategias de sensibilización dirigida a los estudiantes hacia procesos de investigación, creación y producción: el semillero de *análisis de medios*, el semillero de *narrativas periodísticas*, el semillero de *narrativas transmedia*, el semillero de *narrativas audiovisuales* y el semillero de *investigación y creación sonora*, adscritos en su orden a las áreas de lenguaje, periodismo, cibermedios y audiovisuales. En los últimos cinco años las cifras de participación estudiantil en estos semilleros ha sido la siguiente: 46 estudiantes en el semillero de narrativas periodísticas; 15 en el de análisis de medios; 43 en el de narrativas transmedia; 28 en el de narrativas audiovisuales y 31 en el de investigación y creación sonora (ver Tabla 72).

Con el fin de conocer la apreciación de los estudiantes y profesores, se les preguntó por la oferta institucional para la participación activa en actividades artísticas, deportivas y culturales, por la contribución de estas actividades en la formación integral y por las posibilidades de participación en grupos de investigación y de estudio. El 93% de los estudiantes de Comunicación Social consultados considera que la Universidad ofrece entre plenamente (5) y en alto grado (4) espacios para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales que contribuyen a su formación como profesionales y seres humanos integrales. El 98% de los profesores coincide con esta apreciación (Tabla 18).

⁴ Para más información ver: <http://www.eafit.edu.co/bienestar-universitario/desarrollo-estudiantil/Paginas/inicio.aspx>

Calidad de los espacios que ofrece la Universidad para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales que contribuyan a su formación como profesional y ser humano integral	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	74%	88%
4	19%	10%
3	5%	0%
2	1%	0%
1	0%	0%
No tiene conocimiento	1%	2%
Total	100%	100%

Tabla 18: Calificación de estudiantes y profesores de la calidad de los espacios que ofrece la Universidad para la participación en actividades artísticas, deportivas y culturales

A los estudiantes también se les solicitó calificar la contribución del pregrado en Comunicación Social a su formación integral como profesionales y ciudadanos. A este respecto, el 91% de los estudiantes considera que el programa contribuye entre plenamente (5) y en alto grado (4) a su formación profesional y ciudadana. Apenas un 7% de los estudiantes considera dicha contribución como aceptable (3) (Tabla 19).

Contribución del Programa a su formación como profesional y como ciudadano	Estudiantes
	Porcentaje
5	60%
4	31%
3	7%
2	1%
1	0%
No tiene conocimiento	1%
Total	100%

Tabla 19: Calificación de los estudiantes de la contribución del Programa a su formación profesional y ciudadana

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 la Escuela de Humanidades desde sus departamentos de Comunicación Social y Humanidades. Por ello la mayoría de los estudiantes de Comunicación Social califica con 5 y 4 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.

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

3.2.4. Característica 7. Reglamentos estudiantil y académico

En el Reglamento Académico de los Pregrados de la Universidad EAFIT se contemplan los deberes y los derechos de los estudiantes, así como un régimen disciplinario adecuado para el desarrollo de las actividades de formación, investigación y proyección académica. También cuenta con otras normas 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 indagó por la apreciación de los estudiantes y profesores acerca de la pertinencia, vigencia y aplicación del reglamento, en una calificación de 1 a 5, siendo 5 la mayor calificación. A este respecto, el 83% de los estudiantes consultados tuvo una buena opinión sobre el reglamento estudiantil al calificar su pertinencia (84%), vigencia (84%) y aplicación (81%) entre 5 y 4. Una apreciación que es similar a la de los profesores, quienes califican la pertinencia (86%), vigencia (80%) y aplicación (80%) del Reglamento Académico entre 5 y 4 (Tabla 20).

Pertinencia, vigencia y aplicación del Reglamento Académico de la Universidad	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	Total	5	4	3	2	1	N/C	Total
Pertinencia	56%	28%	5%	1%	0%	10%	100%	52%	34%	6%	0%	0%	8%	100%
Vigencia	56%	28%	4%	1%	0%	11%	100%	50%	30%	8%	0%	0%	12%	100%
Aplicación	59%	23%	6%	1%	0%	11%	100%	50%	30%	8%	0%	0%	12%	100%

Tabla 20: Calificación de estudiantes y profesores del Reglamento Académico de la Universidad

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. A este respecto, a los estudiantes se les solicitó calificar entre 1 y 5, siendo 5 la máxima calificación, si los anteriores cuerpos colegiados propiciaban la discusión y actualización del programa. El 83% de los estudiantes consideran que dichos espacios de participación propician plenamente (5) y en alto grado (4) dicha relación (Tabla 21).

Grado en que los espacios de participación (Asambleas de Carrera, Comité de Carrera, Consejo de Escuela, Consejo Académico y Consejo Directivo) propician la discusión y actualización del Programa	Estudiantes						
	5	4	3	2	1	N/C	Total
	49%	34%	9%	2%	1%	5%	100%

Tabla 21: Calificación de los estudiantes del grado en que los espacios de participación propician la discusión y actualización del Programa

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que soportan la existencia, la aplicación y la vigencia del Reglamento Académico del pregrado de la Universidad EAFIT, y que existen mecanismos mediante los cuales esta procura que todos los alumnos lo conozcan, utilizando para esto diversos medios de información y comunicación, tales como la página web de la Universidad, el sitio web de reglamentos y la publicación de cuadernillos informativos, entre otros.

Las opiniones de estudiantes y profesores respecto de la participación de los representantes estudiantiles de Comunicación Social en los órganos de dirección de la Universidad y del pregrado son positivas, destacándose las apreciaciones que califican a estas instancias como espacios que propician y tienen incidencia en la discusión, actualización y mejoramiento del Programa.

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

Evaluación del factor 2. ESTUDIANTES

La Universidad EAFIT cuenta con una política institucional para la selección y el ingreso de los estudiantes a los diferentes programas de formación, así mismo dispone de reglamentos para sus programas de pregrado debidamente aprobados por el Consejo Académico, instancia en la que participan representantes de estudiantes y profesores. Dichos reglamentos regulan las relaciones de la Institución con sus estudiantes, definen los derechos y deberes de ellos, y trazan las condiciones para su desarrollo académico en la Institución.

El grupo auto-evaluador reconoce la existencia y el cumplimiento de dichas políticas y reglamentos. Del mismo modo, reconoce que tanto los espacios académicos, de bienestar universitario (sobre los que más adelante volveremos) y de participación en la toma de decisiones con los que cuenta la Institución son suficientes para atender a los estudiantes del programa. Las evidencias muestran el compromiso de la Universidad y del pregrado en Comunicación Social para garantizar a los estudiantes las condiciones necesarias de estudio y permanencia dentro del Programa.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran el Factor 2 obtiene una calificación general de **4.68**, lo que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.3. FACTOR 3: PROFESORES

3.3.1. Característica 8. Selección, vinculación y permanencia de profesores

La Universidad EAFIT cuenta con criterios académicos claros para la selección y vinculación del personal docente. Estos criterios están establecidos en el Estatuto Profesoral en sus dos variantes: de Escalafón Docente, existente desde el 2000 (Anexo 12), y de Carrera Académica, vigente desde 2012 (Anexo 13). Como tal, el Estatuto contiene y regula los aspectos relacionados con la vinculación y permanencia de profesores en la Institución, con los derechos y deberes del profesorado, con el régimen disciplinario y los sistemas de clasificación docente.

En este orden de ideas, para la vinculación de profesores de tiempo completo, el Estatuto Profesoral define el procedimiento de selección, que debe ser mediante convocatoria pública, así como los requisitos de la convocatoria y el cuerpo colegiado de profesores y directivos que deben formar parte del comité de selección, el mismo que está integrado por el decano de la escuela respectiva, o un representante suyo; el jefe de carrera, o el jefe o el coordinador de posgrado, según corresponda; el jefe del departamento académico; dos profesores del área de conocimiento para la cual se convoca a concurso de méritos.

El Departamento de Comunicación Social, al cual está adscrito el Pregrado en Comunicación Social, acata las políticas y las normas establecidas por la Universidad, manteniendo los mismos procedimientos contemplados en el Estatuto Profesoral.

A la par de las normas establecidas por la Universidad, cuatro son los criterios utilizados por el Departamento de Comunicación Social para la selección y la evaluación de los profesores que ingresan por convocatoria pública: evaluación de la hoja de vida: 40 puntos; evaluación de un texto escrito: 30 puntos; presentación de una audición pública: 15 puntos; y entrevista: 15 puntos.

Desde el 2012-1 hasta el 2017-1, el pregrado en Comunicación Social ha abierto cinco convocatorias públicas para la vinculación de docentes tiempo completo. Las dos primeras se dieron en el contexto de un pregrado adscrito al Departamento de Humanidades, mientras que las tres convocatorias siguientes se enmarcaron dentro del naciente Departamento de Comunicación Social, creado en enero de 2016.

De estas nuevas vinculaciones, tres han ingresado a reforzar las áreas de producción audiovisual, cibermedial y transmedia; una ha entrado a fortalecer el área de periodismo digital y una más para el área de ciencias sociales y comunicación política, cumpliendo así con lo presupuestado en el plan de mejoramiento resultado del primer proceso de Acreditación llevado a cabo en 2012 y vigente hasta el 2018.

En lo que respecta a la vinculación de profesores de cátedra, el Departamento de Comunicación Social tiene establecido el siguiente procedimiento: se convoca mínimo a dos profesores aspirantes a llenar el cupo vigente, a partir de una invitación directa y de las solicitudes presentadas con antelación y que se están en el banco de hojas de vida que tiene el pregrado. Los profesores aspirantes deben presentar una audición de 30 minutos ante las tres personas antes mencionadas. En dicha audición explican cómo desarrollarían la asignatura académica que ofrecerían y, adicionalmente, exponen un contenido tal y como lo harían ante un grupo de estudiantes. Los tres evaluadores fijan sus observaciones en una planilla y, al final, por consenso definen cuál es el profesor que llenará la plaza de profesor de cátedra.

Por otro lado, en lo referido a las políticas de estímulos para la permanencia de profesores, la Universidad cuenta con dos mecanismos. Para los profesores vinculados antes del 2012 y que se mantuvieron en el Estatuto Profesoral vigente desde el 2000, la Institución contempla el *Escalafón Docente*, el cual promueve el cambio de categoría por un determinado número de puntos producto de su desempeño docente, la producción intelectual y la realización de estudios. De los trece profesores (doce de tiempo completo y uno medio tiempo) que en la actualidad hacen parte del Departamento de Comunicación Social, ocho se encuentran en el marco del Estatuto profesoral del año 2000, mientras los cinco restantes, vinculados a partir de 2012.

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 94% de los profesores conocen las políticas, mientras el 54% de los estudiantes coincide con dicha apreciación (Tabla 22).

Conocimiento de las políticas, normas y criterios establecidos por la Universidad EAFIT para la vinculación de sus profesores de planta y de cátedra	Profesores	Estudiantes
	%	%
Sí	94%	54%
No	6%	46%
Total	100%	100%

Tabla 22: Conocimiento de profesores y estudiantes de las políticas de vinculación de la Universidad

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 el hecho

de que en los últimos cinco años ha habido una convocatoria por año para vincular nuevos profesores al Departamento de Comunicación Social, un dato que refrenda el cumplimiento del Plan de Mejoramiento de la primera Acreditación de Alta Calidad, y que a todas luces es halagüeño dado el incremento de nuevos estudiantes al pregrado y dado también las ofertas de posgrado con las que cuenta el Departamento: la Maestría en Comunicación Transmedia y la Especialización en Comunicación Política.

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

Acciones de mejoramiento:

- Elaborar un plan de acción que permita la vinculación en los próximos ocho años de cuatro profesores de tiempo completo con fortalezas en la investigación, y en las áreas de las teorías de la comunicación, el periodismo y la comunicación transmedia, a fin de responder a los cambios surgidos en estas áreas propiciados por la reforma curricular del Pregrado y por las demandas de los posgrados adscritos al Departamento de Comunicación Social.

3.3.2. Característica 9. Estatuto profesoral

Tal como se ha descrito en la característica anterior, la Universidad cuenta con un Estatuto Profesoral que tiene como propósito contribuir al desarrollo personal, académico y profesional de los profesores en el ejercicio de su labor investigativa, docente, de extensión y administración académica. En dicho documento se contemplan, entre otros, los siguientes aspectos: sistema de selección y vinculación, derechos y deberes, estímulos y distinciones, evaluación, clasificación profesoral, remuneración y régimen disciplinario. Todas las normas establecidas en el Estatuto profesoral son de acceso público a través del sitio web de la universidad⁵; así mismo, cada profesor recibe una copia impresa en el momento de la inducción como docente tiempo completo de la Universidad EAFIT.

En lo referente a la clasificación académica de los profesores de tiempo completo y medio tiempo, la Universidad EAFIT contempla dos sistemas de clasificación docente: uno denominado *Escalafón Docente*, basado en la acumulación de puntos por diversos factores (títulos alcanzados, experiencia laboral y producción intelectual); y otro, vigente desde 2012, denominado *Carrera Académica*, basado en méritos académicos (titulaciones, bilingüismo y producción intelectual) y al cual deben acogerse todos los profesores que desde esa fecha han ingresado a la Universidad. Estas clasificaciones conviven en la Institución, teniendo en cuenta que los profesores con vinculación a término indefinido que ingresaron a la Universidad después de 2012 ingresan de manera automática a la *Carrera Académica*.

Ambos regímenes de clasificación concuerdan, en todo caso, en la definición de las categorías académicas en las que se ubican los docentes a partir de un sistema, bien sea de puntaje (*Escalafón Docente*) o de clasificación por méritos (*Carrera Académica*) que la Universidad establece, según criterios de producción intelectual, formación alcanzada, desempeño docente y administración académica. En el sistema de *Escalafón Docente*, 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. En la *Carrera Académica*, las categorías a la que puede acceder un profesor son las mismas que las

⁵ Véase: http://www.eafit.edu.co/institucional/reglamentos/Documents/Estatuto_profesoral_2012.pdf

anteriores, pero sin las subcategorías, es decir, estas corresponden a Profesor Auxiliar, Profesor Asistente, Profesor Asociado y Profesor Titular.

Con respecto a la clasificación actual de los 12 profesores de tiempo completo y uno de medio tiempo adscritos al Departamento de Comunicación Social, y de otros 11 profesores de tiempo completo adscritos a la Escuela de Humanidades que prestan sus servicios al pregrado en Comunicación Social, se puede constatar lo siguiente. En el sistema de *Escalafón Docente*, tres profesores están en la máxima categoría (son profesores Investigadores), 5 profesores son Titulares, mientras que siete son Asociados. Por su parte, en el sistema de Carrera Académica la proporción es la siguiente: dos son profesores Titulares, uno es profesor Asistente, uno es Auxiliar, en tanto que hay cinco profesores en espera de clasificación debido a que están recién vinculados a la Universidad. La Tabla 23 muestra la clasificación de los profesores que pertenecen al sistema de *Escalafón Docente*, mientras que la Tabla 24 señala los que hacen parte de la *Carrera Académica*.

Categoría en el Escalafón Docente (Estatuto profesoral 2000)	Subcategoría	Número de profesores
Profesor Investigador		3
Profesor Titular	Titular 3	1
	Titular 2	3
	Titular 1	1
Profesor Asociado	Asociado 3	4
	Asociado 2	1
	Asociado 1	2
Profesor Asistente	Asistente 3	0
	Asistente 2	0
	Asistente 1	0
Profesor Auxiliar	Auxiliar 3	0
	Auxiliar 2	0
	Auxiliar 1	0
Total profesores en Escalafón Docente		15

Tabla 23: Profesores de planta adscritos al Departamento de Comunicación Social y a otros departamentos de la Escuela de Humanidades por Escalafón Docente.

Fuente: Departamento de Desarrollo de Empleados

Categoría en la Carrera Académica (Estatuto profesoral 2012)	Número de profesores
Profesor Titular	2
Profesor Asociado	0
Profesor Asistente	1
Profesor Auxiliar	1
Total profesores en Carrera Académica	4

Tabla 24: Profesores de planta adscritos al Departamento de Comunicación Social y a otros departamentos de la Escuela de Humanidades por Carrera Académica

Fuente: Departamento de Desarrollo de Empleados

Si se observa, en la Tabla 24 la cifra de profesores es menor que en otras tablas debido a que los cuatro profesores que han ingresado en los últimos dos años al Departamento de Comunicación Social, así como el profesor que ingresó en este periodo de tiempo al Departamento de Gobierno y Ciencias Políticas, se encuentran a la fecha de escribir este informe en proceso de clasificación en el sistema de Carrera Académica. Si se suman, la cifra concordaría con otras ya mencionadas: 24 profesores que prestan sus servicios en el Pregrado.

Para los profesores de cátedra, el Estatuto Profesoral 2012, en su artículo 60, define la tabla de clasificación de profesores de cátedra por categorías que van del uno al cuatro:

- Categoría 1. Pregrado y poca experiencia;
- Categoría 2. Magister o Especialización y algo de experiencia;
- Categoría 3. Magister y mucha experiencia;
- Categoría 4. Doctores con título.

A este respecto, la clasificación de los profesores de cátedra que en 2017-1 prestaron sus servicios al pregrado en Comunicación Social es la siguiente: 28 profesores están clasificados en la categoría Tres (son magísteres con mucha experiencia); 2 están ubicados en la categoría Uno (pregrado y poca experiencia); 15 están en la categoría Dos (Magísteres o Especialistas con poca experiencia) y 2 están en la categoría Cuatro (Doctores con título) (Tabla 25).

Categoría	Número de profesores
1	2
2	15
3	28
4	2
Total	47 profesores

Tabla 25: Profesores de cátedra vinculados al programa en 2017-1 según su categoría
Fuente: Departamento de Comunicación Social

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 Profesoral. El 72% de los profesores consultados calificó la *pertinencia* del reglamento profesoral entre los rangos de 5 y 4; el 68% calificó la *vigencia* entre 5 y 4, mientras que el 74% hizo lo propio en su valoración de la *aplicación*, otorgándole un puntaje entre 5 y 4. Vale anotar el porcentaje de profesores que no tienen conocimiento sobre estos aspectos que llega hasta el 22% (Tabla 26).

Aspectos relacionados con el Estatuto Profesoral de la Universidad EAFIT	5	4	3	2	1	N/C	Total
La pertinencia (Correspondencia del Estatuto Profesoral con los objetivos del Plan de Desarrollo de la Universidad)	48%	24%	8%	2%	0%	18%	100%
La vigencia (en el sentido de su actualización)	42%	26%	10%	2%	0%	20%	100%
La aplicación (para todos los profesores con los mismos criterios)	48%	26%	2%	2%	0%	22%	100%

Tabla 26: Calificación de los profesores de la pertinencia, vigencia y aplicación del Estatuto Profesoral
Fuente: Departamento de Comunicación Social

De otro lado, y para dar cumplimiento a las políticas institucionales en materia de ubicación, permanencia y ascenso en las categorías descritas en el Estatuto Profesoral, cada año los profesores que hacen parte del *Escalafón Docente* tienen la posibilidad de ascender en su clasificación gracias a la obtención de puntos por desempeño laboral y producción académica.

La siguiente tabla da cuenta de los ascensos en el escalafón docente que han tenido los profesores tiempo completo y medio tiempo adscritos directamente al Departamento de Comunicación Social durante los últimos cinco años. Siete de los ocho profesores de planta adscritos directamente a dicho Departamento y que hacen parte del sistema de *Escalafón Docente* (los otros cinco profesores son del sistema de *Carrera Académica*), siete han logrado por lo menos dos ascensos de categoría en los últimos cinco años. Hay profesores hasta con tres ascensos (Tabla 27).

Profesor	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Carlos Mario Correa Soto		Titular 1	Titular 2			Titular 3
Mauricio Vásquez Arias	Asistente 3				Asociado 1	
Diego F. Montoya B.	Asistente 1		Asistente		Asistente 3	Asociado
Ana Cristina Vélez López	Asociado 3			Titular 2		
Jorge Iván Bonilla Vélez	Titular 1		Titular 2			
Juan Gonzalo Betancur B.	Asociado 2			Asociado 3		
Daniel Hermelin Bravo	Asociado 2		Asociado 3			Titular 1

Tabla 27: Movilidad en el Escalafón Docente de los profesores del Departamento de Comunicación Social
Fuente: Departamento de Comunicación Social

En cuanto a la movilidad en el escalafón de los profesores vinculados a la *Carrera Académica* es necesario advertir que al ser tan reciente la vinculación de estos profesores a la fecha no se han presentado cambios en sus categorías, las mismas que han sido definidas posterior al cumplimiento del período de prueba definido por la Universidad y que está descrito en el artículo 51 refiriéndose a la inclusión en la clasificación profesoral.

Por último, en lo que respecta a la participación de docentes del Departamento de Comunicación Social en instancias directivas de la Carrera, del Departamento, de la Escuela y de la Institución, desde el 2012 a la fecha 3 profesores han formado parte de la dirección de la Carrera (Jorge Iván Bonilla, 2010 a 2012; Daniel Hermelin, 2013-2015 y Juan Gonzalo Betancur, 2016 a la fecha), en tanto que un profesor ha estado en la dirección del Departamento (Diego Fernando Montoya, 2016 a la fecha). Cabe anotar que el Departamento de Comunicación Social empezó a funcionar a partir de enero de 2016.

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 profesorado son claros los deberes y derechos, la forma de participación en los organismos de dirección (en los cuales hay 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 10, 15, 20, 25 y 30 años de trabajo en la Universidad; las vacaciones y primas extralegales, entre otros. Se agrega que los profesores de Comunicación Social han disfrutado de estos estímulos.

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

Acciones de mejoramiento:

- Solicitarle al Departamento de Desarrollo de Empleados, mecanismos más fluidos de gestión y divulgación para que los profesores vinculados a *Carrera Académica* adscritos al Departamento de Comunicación puedan lograr de manera más expedita su clasificación y su tránsito por dicho sistema.

3.3.3. Característica 10. Número, dedicación y nivel de formación de los profesores

Uno de los propósitos de la Universidad EAFIT es contar con una planta profesoral diversa en su origen académico, apta en sus niveles de formación, apropiada en la cantidad y adecuada en su dedicación con el fin de cumplir de manera oportuna con el desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión.

Todos los profesores de planta adscritos al Departamento de Comunicación Social están vinculados a la Escuela de Humanidades, la cual cuenta con otros departamentos académicos que también designan a sus profesores a actividades académicas del pregrado. En lo particular, el Departamento de Comunicación Social cuenta con trece profesores de planta, doce de ellos tiempo completo y uno medio tiempo. De estos, el 27% (3 profesores) tiene formación de doctorado, en su mayoría en áreas afines a la comunicación, el periodismo y los nuevos medios, mientras que el 73% de los docentes (10 profesores) cuenta con estudios de maestría. De estos diez profesores, tres de ellos se encuentran realizando sus estudios de doctorado (Jorge Iván Bonilla Vélez, Daniel Hermelin Bravo y Mauricio Vásquez Arias), auspiciados por la Universidad, lo que consiste en descargas académicas de medio tiempo y el pago de sus matrículas (Tabla 28).

Nombre	Vinculación	Título académico
Juan Gonzalo Betancur Betancur	Tiempo Completo	Magíster en Estudios Humanísticos
Jorge Iván Bonilla Vélez	Tiempo Completo	Magíster en Comunicación/ Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales
Alejandro Cárdenas Franco	Tiempo Completo	Magíster en Ingeniería
Carlos Mario Correa Soto	Tiempo Completo	Magíster en Literatura Colombiana
Juliana González Rivera	Tiempo Completo	Doctora en Periodismo
Daniel Hermelin Bravo	Tiempo Completo	Magíster en Estudios de Comunicación / Estudiante de doctorado en Ciencias Humanas y Sociales
Diego Montoya Bermúdez	Tiempo Completo	Magíster en Comunicación y Creación Cultural
Fernando Mora Melendez	Tiempo Completo	Magíster en Dramaturgia y Dirección
Camilo Andrés Tamayo Gómez	Tiempo Completo	Doctor en Política y Relaciones Internacionales
Mauricio Vásquez Arias	Tiempo Completo	Magíster en Comunicación y Desarrollo Humano / Estudiante de Doctorado en Diseño y Creación
Omar Mauricio Velásquez	Tiempo Completo	Magíster en Hermenéutica Literaria
Ana Cristina Vélez López	Medio Tiempo	Magíster en Ciencias Sociales
Maria Isabel Villa Montoya	Tiempo Completo	Doctora en Contenidos de Comunicación en la Era Digital

Tabla 28: Tipo de vinculación y nivel de formación de los profesores del Departamento de Comunicación Social
Fuente: Departamento de Comunicación Social

Con respecto al número de profesores de planta de la Universidad que prestan o han prestado sus servicios al pregrado en Comunicación Social y que están adscritos a otros departamentos de la Escuela de Humanidades, se constata que ocho tienen formación doctoral y tres de maestría, para un total de once profesores (Tabla 29).

Nombre	Vinculación	Título académico
María Rocío Arango Restrepo	Tiempo Completo	Magíster en Administración
Alba Clemencia Ardila Jaramillo	Tiempo Completo	Doctora en Literatura
Alba Patricia Cardona Zuluaga	Tiempo Completo	Doctora en Historia
Juan Manuel Cuartas Restrepo	Tiempo Completo	Doctor en Filosofía
Juan Camilo Escobar Villegas	Tiempo Completo	Doctor en Ciencias y Civilizaciones
Julder Gómez Posada	Tiempo Completo	Doctor en Filosofía
Sonia Inés López Franco	Tiempo Completo	Doctora en Humanidades
Adriana Ramírez Baracaldo	Tiempo Completo	Doctora en Procesos Políticos Contemporáneos
Juan Camilo Suárez Roldán	Tiempo Completo	Magíster en Estudios Humanísticos / Candidato a Doctor en Humanidades
Germán Darío Vélez López	Tiempo Completo	Doctor en Filosofía
Mauricio Vélez Upegüi	Tiempo Completo	Magíster en Literatura Colombiana

Tabla 29: Tipo de vinculación y nivel de formación de los profesores de la Escuela de Humanidades que prestan sus servicios al Programa

Fuente: Escuela de Humanidades

A 2017-1, el pregrado en Comunicación Social contaba con 47 profesores de hora cátedra –53% hombres y 47% mujeres– de los cuales el 83% son magísteres (39 profesores), el 9% son especialistas (cuatro profesores), el 4% son doctores (dos profesores) y el 4% tiene título de pregrado (dos profesores), pero con una amplia experiencia en medios de comunicación y en docencia. De total de profesores con estudios de posgrado (especialización, maestría y doctorado), el 47% los ha realizado en el ámbito de los ciencias humanas y sociales (humanidades, literatura, historia, escrituras creativas, educación), el 26% en los campos de la comunicación transmedia, digital y el periodismo; el 13% en las áreas de la administración y el mercadeo, el 9% en temas de política y seguridad, mientras que el 4% en el campo de la ingeniería (Tabla 30).

Nombre	Máximo título académico
Alejandra Montoya	Magíster en Ingeniería
Alejandro González Ochoa	Magíster en Literatura e Hipertextos
Alexander Otálvaro Villada	Comunicador Social-Periodista
Ana Cristina Restrepo Jiménez	Magíster en Estudios Humanísticos
Carlos Mario Martínez	Magíster en Gestión Cultural
César Augusto Franco Restrepo	Magíster en Comunicación Transmedia
David Baquero Pérez	Magíster Estudios Políticos Contemporáneos
Diana Patricia Lombana Herrera	Magíster en Educación y Comunicación
Édgar Walter Arias Hidalgo	Magíster en Comunicación Digital
Edwin León Vélez Vásquez	Magíster en Estudios Humanísticos
Elina Londoño Alurralde	Doctora en Lengua y Literatura
Esteban Morales	Magíster en Comunicación Transmedia
Fredisman Herrera Zuleta	Magíster en Administración
Hugo Fernel Guarín Vásquez	Especialista en Lógica
Isabel Cristina Botero Villegas	Magíster en Escrituras Creativas
Jheyson Leandro Martínez Burgos	Magíster en Estudios Humanísticos
José Guillermo Zuluaga Ceballos	Magíster en Historia
Juan Camilo Arias Mejía	Magíster en Estudios Políticos
Juan Carlos Monroy Osorio	Magíster en Ingeniería
Juan Carlos Restrepo Aristizábal	Magíster en Estudios Humanísticos
Juan David Correa López	Magíster en Comunicación Transmedia
Juan David Martínez Espinal	Magíster en Comunicación Digital
Juan David Orozco Córdoba	Magíster en Gestión y Diseño de la Producción Audiovisual

Juan David Ortiz Franco	Magíster en gestión y diseño de la producción Audiovisual
Juan Sebastián Zuluaga	Magíster en Comunicación Transmedia
July Alejandra Gutiérrez Delgado	Magíster en Dirección Comercial y Marketing
Karin Milena Martínez Camacho	Especialista en Mercadeo
Laura Saraza	Magíster en Comunicación Educativa
Lina María Colorado Iriarte	Magíster en Dirección de Mercadeo
Lina Pérez Giraldo	Especialista en Intervención Creativa
Luciana Fleischman	Magíster en Comunicación y Periodismo
Luis Giovanni Restrepo Orrego	Magíster en Educación
Liliana Vásquez	Magíster en Educación
Marcela Olarte Melguizo	Magíster en Hermenéutica Literaria
María Alejandra Arcila Yepes	Magíster en Hermenéutica Literaria
Mary Luz Avendaño Arbeláez	Magíster en Relaciones Internacionales, Seguridad y Desarrollo.
Mauricio Alejandro Builes Gil	Especialista en Estudios Políticos
Miguel Arango Marín	Magíster en Estudios Humanísticos
Mónica Quintero Restrepo	Magíster en Hermenéutica Literaria
Natalia Londoño Restrepo	Magíster en Estudios Humanísticos
Paola Andrea Cardona Tobón	Magíster en Creación Literaria
Ricardo Valencia	Magíster en Educación Digital
Sandra Milena Pulgarín Cardona	Magíster en Comunicación Transmedia
Sara Palacio Gaviria	Magíster en Estudios Comparados de Arte y Literatura
Victoria Eugenia Estrada Orrego	Doctora en Ciencias Sociales
Wilson Darío Daza Restrepo	Comunicador Social-Periodista
María Alejandra Lopera Velásquez	Magíster en Lengua y Literatura

Tabla 30: Nivel de formación de los profesores de cátedra del Pregrado en Comunicación Social, 2017-1
Fuente: Escuela de Humanidades

La asignación académica de los profesores de planta se realiza semestralmente, según los criterios establecidos por la Escuela de Humanidades, los cuales acatan las directrices impartidas por la Dirección de Docencia de la Universidad. En la asignación se consideran como labores académicas de un docente de planta las siguientes: actividades de investigación; actividades de docencia directa e indirecta; actividades de proyección social; actividades administrativas académicas y actividades de formación y capacitación.

Entre 2012-1 y 2017-1, la asignación docente de los profesores del Departamento de Comunicación Social evidencia los siguientes resultados. En este lapso de tiempo han prevalecido las actividades de docencia. En 2013-1 estas actividades representaban el 81% de la carga docente, porcentaje que disminuyó en 2016-1 al 52% y en 2017-1 al 43%. A su vez, desde 2016, año de creación del Departamento de Comunicación Social, han aumentado las labores de administración académica: de representar un 15% en 2015-1, estas han pasado a representar el 21% en 2016-1 y el 25% en 2017-1. Así mismo, han disminuido el porcentaje de dedicación a las actividades de investigación (23% en 2013-2; 18% en 2015-1; 13% en 2016-1; y 10% en 2017-1), a la par que se ha incrementado el porcentaje de dedicación a actividades de formación profesoral (de 0% en 2013-1 a 20% en 2016-2; y 16% en 2017-1), lo cual se constata en el hecho de que durante 2016-1 y 2017-1 tres profesores del Departamento han tenido descarga de medio tiempo y/ tiempo completo para sus estudios de doctorado (Gráfico 1).

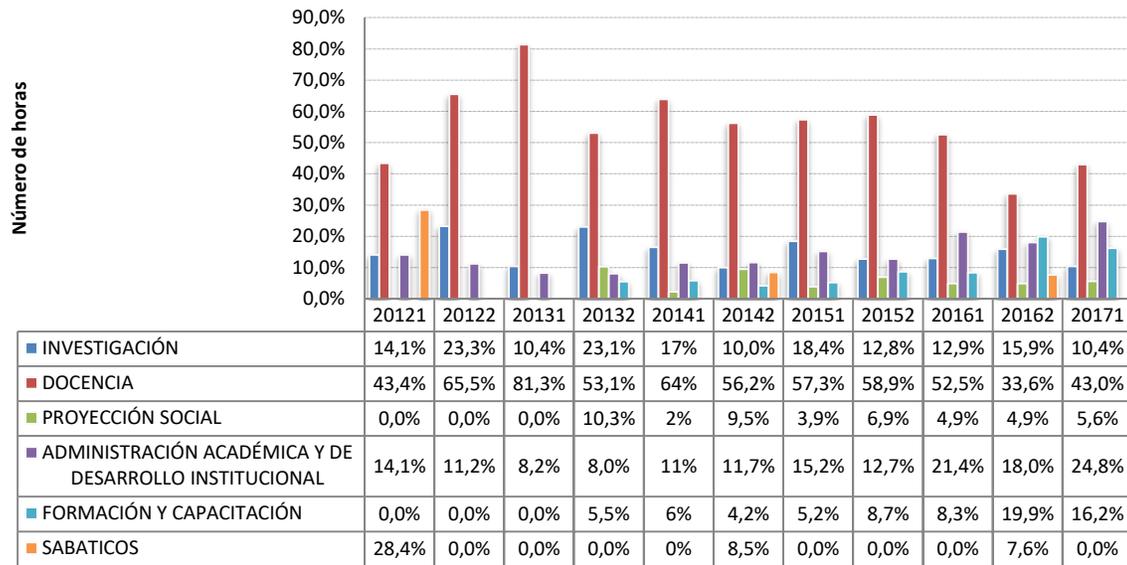


Gráfico 1: Asignación académica de los departamentos de Humanidades y Comunicación Social, 2012-2017-1
Fuente: Escuela de Humanidades

De otro lado, la mayoría de los 59 profesores (unidos los de planta y los de cátedra) que en 2017-1 ofrecieron sus cursos en el pregrado tienen su campo de actuación en las áreas del periodismo, la producción audiovisual y cibermedial, y en las ciencias sociales y humanas, un asunto que guarda relación con los objetivos de formación del pregrado y con las necesidades de un campo profesional que, como el de la comunicación, requiere de competencias específicas por parte de los profesores. Diez y siete de estos profesores pertenecen al área de periodismo; quince a las áreas de audiovisual, cibermedios y fotografía; doce a las ciencias sociales y humanas; siete al diseño gráfico; tres al área del lenguaje; dos a la comunicación estratégica y corporativa y uno a las ciencias exactas (Gráfico 2).

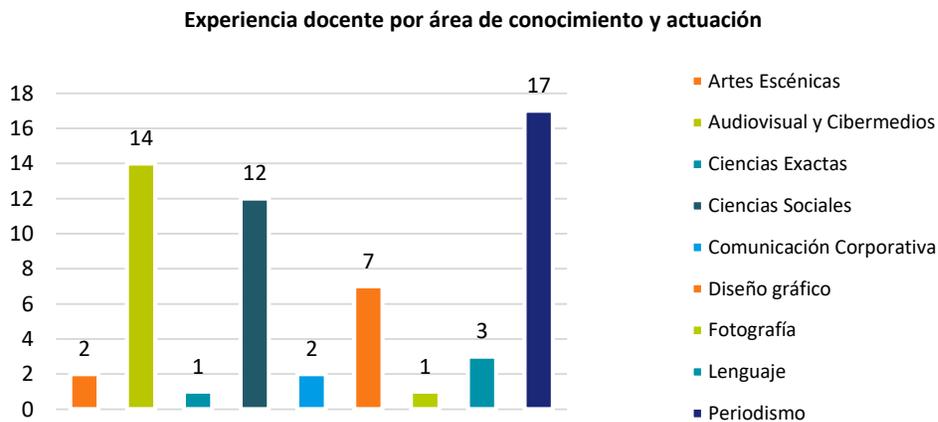


Gráfico 2: Experiencia docente de los profesores que prestan sus servicios al Programa
Fuente: Departamento de Comunicación Social

Ahora bien, ¿cómo es la correspondencia entre el número de estudiantes por profesor de planta el período comprendido entre 2012-1 y 2016-2? En este punto es necesario aclarar que las cifras del número de profesores difieren entre semestres porque algunos profesores ingresan a periodo sabático, o porque tienen descarga académica para adelantar sus estudios de doctorado, porque hacen parte de otros departamentos académicos que apoyan al pregrado en Comunicación Social, o porque se encuentran en labores administrativas.

Sin embargo, las cifras llaman la atención sobre un aspecto que es necesario evidenciar: desde 2015 a la fecha la relación entre el número de estudiantes por profesor ha venido en aumento, al pasar de una relación de 22 estudiantes por profesor en 2012-1 a 39 estudiantes por profesor en 2016-2, lo que en otras palabras quiere decir que el número de profesores de la Escuela de Humanidades, concretamente del Departamento de Comunicación Social no ha crecido en proporción con el aumento de la población estudiantil, un asunto que ya se ha tenido la oportunidad de abordar en características anteriores (Tabla 31).

Semestre	Estudiantes	Profesores	Relación estudiantes por profesor
2012-1	417	19	22
2012-2	413	18	23
2013-1	437	20	22
2013-2	410	20	21
2014-1	440	25	18
2014-2	460	15	31
2015-1	495	24	21
2015-2	516	20	26
2016-1	557	20	28
2016-2	586	15	39

Tabla 31: Estudiantes por profesor en el Programa de Comunicación Social, 2012-2016
Fuente: Dirección de Planeación

Con el fin de conocer la apreciación de profesores y estudiantes, se les preguntó, en una calificación de 1 a 5, siendo 1 la más baja calificación y 5 la más alta, por el tamaño de los grupos de clase. A este respecto, el 82% de los estudiantes consideraron que el tamaño es muy adecuado (5) y adecuado (4), mientras que el 60% de los profesores coinciden con esta apreciación. Entre los profesores un 30% calificó con 3 (aceptable) el tamaño de los grupos (Tabla 32).

Tamaño promedio de los grupos de clase	Estudiantes	Profesores
5	49%	22%
4	33%	38%
3	15%	30%
2	2%	6%
1	0%	2%
No tiene conocimiento	1%	2%
Total	100%	100%

Tabla 32: Calificación de estudiantes y profesores de la relación entre el número de estudiantes y profesores del Programa

Esta calificación más crítica por parte de los profesores también se puede cotejar en la respuesta que estos dan a la pregunta por la suficiencia del número de profesores del programa de Comunicación Social dedicados a atender las necesidades de formación de los estudiantes (Tabla 33).

El 40% considera que esta es adecuada (4), mientras que el 30% opina que es aceptable (3). Se trata de unas respuestas que se enmarcan en el siguiente contexto: a partir de 2016, el programa de Comunicación Social adquirió la figura administrativa de Departamento Académico, lo cual ha significado varios logros, entre los cuales se destacan una mayor autonomía académica y administrativa, pues dejó de pertenecer al Departamento de Humanidades, y mayores posibilidades de que sus profesores se enfoquen en el campo de la comunicación.

Relación entre el número de docentes de planta y cátedra, de acuerdo con las necesidades de formación de los estudiantes	Profesores
	Porcentaje
5	10%
4	40%
3	30%
2	6%
1	4%
No tiene conocimiento	10%
Total	100%

Tabla 33: Calificación de los profesores de la relación entre el número de profesores y las necesidades del Programa

En cuanto a la existencia de criterios que promuevan y 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.

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias que muestran que el programa de Comunicación Social cuenta con un grupo de profesores idóneos, preparados y con la dedicación y el 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 a partir de 2012 el Plan de Desarrollo trazado por la Institución ha definido el propósito de que EAFIT se constituya en una Universidad de docencia con investigación.

Además, constata que la dedicación y el nivel de formación del profesorado del Departamento de Comunicación Social es pertinente para los propósitos de formación de los estudiantes, pero llama la atención sobre la necesidad que tiene el Departamento de Comunicación Social de aumentar su planta docente para atender las necesidades producidas por el aumento de la población estudiantil del programa. Se resalta la opinión favorable, sobre todo de los estudiantes, respecto a la suficiencia y calidad de los profesores. Y también el hecho de que las acciones propuestas en plan de mejoramiento de la primera Acreditación de Alta Calidad con respecto a que al menos tres profesores del programa iniciaran sus estudios de doctorado se cumplió a cabalidad.

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

Acciones de mejoramiento:

- Propiciar el inicio de sus estudios de doctorado en campos afines a la comunicación de, al menos, dos profesores del Departamento de Comunicación Social en los próximos cuatro años.

- Asegurar que entre los nuevos perfiles docentes que se vinculen al Departamento de Comunicación Social en los próximos cinco años, la mayoría tenga títulos de doctorado en campos afines a la comunicación y el periodismo.

3.3.4. Característica 11. Desarrollo Profesional

Las políticas de desarrollo del profesorado se definen en el Estatuto de Desarrollo Profesional (Anexo 14), que es otro conjunto de disposiciones con que cuenta la Universidad las cuales propenden porque 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.

En el Estatuto de Desarrollo Profesional se definen las estrategias, objetivos y prioridades dirigidas a ofrecer un espacio de crecimiento académico y personal a los profesores de la Universidad, entre las cuales vale la pena mencionar: 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 (con 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.

Entre 2012 y 2017 el grupo de profesores adscritos al Departamento de Comunicación ha hecho uso de los siguientes programas de desarrollo profesional que ofrece la Universidad:

- Tres profesores reciben apoyo (comisión de medio tiempo de estudios y financiación) para cursar sus estudios de doctorado.
- Cinco profesores han recibido apoyo financiero para adquisición de una segunda lengua (programa de bilingüismo en el Centro de Idiomas EAFIT) mediante la modalidad de becas.
- Tres profesores han tenido su semestre sabático, realizando un proyecto de investigación o creación avalado por la Universidad.
- Seis profesores recibieron financiación para participar en calidad de ponentes en eventos académicos internacionales.
- Siete profesores recibieron financiación para participar en calidad de ponentes en eventos académicos nacionales

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los profesores sobre el impacto que el desarrollo profesional ha tenido en la calidad del programa, se encontró que en general hay un alto grado de satisfacción por parte de los profesores frente al impacto de las acciones orientadas al desarrollo integral. El 74% de los profesores consultados califica entre 5 y 4 el impacto de las políticas de formación y capacitación para la calidad del programa (Tabla 34).

Profesores	
Impacto del reglamento para la formación y capacitación Profesoral (posgrados, seminarios de actualización, investigación, asistencia a congresos, entre otros otros) en la calidad del programa	Porcentaje
5	46%
4	28%
3	6%
2	4%
1	0%
N/C	16%
Total	100%

Tabla 34: Calificación de los profesores sobre el impacto del reglamento para la formación y la capacitación en la calidad del Programa

Por otro lado, y complementando las políticas institucionales para el desarrollo de los profesores y empleados de la Universidad, el Departamento de Desarrollo de Empleados propicia otra serie de beneficios, tales como el balance vida-trabajo, los ahorros y préstamos a través del Fondo de Empleados, la formación y capacitación, la oferta de desarrollo artístico y cultural, servicios de salud, entre otras. El 96% de los profesores califica entre 5 y 4 la calidad de los servicios y actividades de beneficios y compensación; el 97% coincide con esta apreciación respecto a los servicios de salud; mientras que 100% de los profesores que conoce estas actividades, califica entre 5 y 4 la oferta artística y cultural ofrecida por la Universidad (Tabla 35).

Profesores						
La calidad de los siguientes servicios y actividades en el desarrollo profesoral	1	2	3	4	5	N/C
Los servicios y actividades de beneficios y compensación (becas pregrado y posgrado; pólizas de salud, seguro de vida, vehículo y vivienda; préstamos de vivienda, calamidad doméstica, estudio y de libre inversión; Emergencia Médica Integral, EMI.)	0%	0%	4%	10%	86%	0%
Las actividades artísticas y culturales (grupos artísticos: grupo de baile, grupo escénico, etc.; talleres de promoción y desarrollo artístico: joyería, dibujo, pintura, fotografía, etc.; universidad de los niños, muestras de arte, etc.)	0%	0%	0%	10%	90%	0%
Los servicios de salud (Talleres de prevención y promoción de la salud: cuidado de la voz, riesgo cardiovascular, etc.; consultorios odontológico y médico, consulta nutricional).	0%	0%	3%	12%	85%	0%

Tabla 35: Calificación de los profesores de la calidad de los servicios de Desarrollo de Empleados

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. 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 un buen clima laboral y organizacional.

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

3.3.5. Característica 12. Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social y a la cooperación internacional

La Universidad EAFIT cuenta con un Estatuto Profesoral en el que, además de los aspectos anteriores, también se define 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. De igual forma, existen estímulos en forma de descarga académica por la elaboración de material didáctico, investigación, asesorías a estudiantes, asesorías de trabajos de grado, administración de semilleros de investigación, investigación formativa, extensión y formación docente.

Los profesores del Departamento de Comunicación Social que hacen parte del *Escalafón Docente* reciben un puntaje anual por méritos docentes, luego de ser evaluados por sus actividades de docencia y producción intelectual. La producción intelectual presentada al Departamento de Desarrollo de Empleados es evaluada y recibe puntos dependiendo la calidad del producto. Los puntos por desempeño y producción intelectual le permiten al profesor ascender en el escalafón, según lo contemplado en el Artículo 33 sobre la relación y requisitos de las categorías y subcategorías para profesores del Estatuto profesoral del año 2000.

Por otra parte, los profesores pertenecientes al sistema de *Carrera Académica* del Estatuto Profesoral tienen como estímulos para ascender de categoría los contemplados en el Capítulo II, artículos 49 a 56. Estos docentes tienen como estímulos el ascenso de categoría por producción intelectual y las bonificaciones recibidas no constitutivas de salario por dicha producción. Este Estatuto también contempla estímulos para la producción literaria, artística y/o musical para los profesores que se ubican en el campo de las humanidades (Artículo 3, parágrafo 3) como para las producciones de innovación de naturaleza pedagógica (parágrafo 4).

Sobre la generación de estrategias para la promoción de la innovación, la Universidad cuenta con la Dirección de Innovación, la cual funciona como la plataforma de transferencia de tecnología y conocimientos de la institución que busca ofrecer soluciones sustentadas en el conocimiento y la experiencia de las diferentes áreas académicas y de investigación de la Universidad. Los proyectos de consultoría académica que durante los últimos cinco años ha llevado a cabo profesores del Departamento de Comunicación (Robledo Aures, Divertics EduLabs, Plan Digital Teso, Medellín ¡Basta Ya!) se han gestionado bajo el concurso de la Dirección de Innovación y también entre el asocio de esta dirección y la Dirección de Investigación.

En lo que respecta al pregrado en Comunicación Social en particular, desde el 2012, y como respuesta al Plan de Mejoramiento del primer proceso de Acreditación de Alta Calidad, se cuenta con el MediaLab, que es un laboratorio de experimentación hipermedia articulado como estrategia pedagógica, de investigación y producción fundamental para promover la creación, la innovación y el prototipado de ideas, todas en función de los objetivos de formación del pregrado y de los programas de posgrado del Departamento de Comunicación Social.

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 60% de los profesores considera entre excelente (5) y bueno (4) el impacto de la política de estímulos de la Universidad. No obstante, cabe resaltar que hay un porcentaje de desconocimiento, sobre todo entre los profesores de cátedra, respecto a este impacto, lo cual sugiere ampliar el trabajo de información sobre estas posibilidades de desarrollo integral que tienen los profesores en la institución (Tabla 36).

El impacto del Reglamento de Estímulos y Distinciones docentes en la calidad del programa:	Profesores
5	36%
4	24%
3	4%
2	4%
1	4%
N/C	28%
Total	100%

Tabla 36: Calificación de los profesores del impacto de los estímulos a los docentes en la calidad del Programa

De otra parte, durante los últimos cuatro años profesores adscritos al Departamento de Comunicación Social, tanto de planta como de cátedra, han recibido reconocimientos al ejercicio de creación profesional y cultural, tanto en las áreas del periodismo como de la producción cibermedial. Entre estos vale la pena mencionar:

- 2013. Fernando Mora Meléndez, profesor de tiempo completo del Departamento de Comunicación Social. Recibió el Premio Nacional de Periodismo a Mejor Entrevista por el trabajo “El poema llega solo” publicado en la Revista El Malpensante.
 - 2015. Ana Cristina Restrepo, profesora de hora cátedra del Departamento de Comunicación Social. Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar a Mejor Entrevista por el trabajo “Carlos Gaviria: pensamiento, palabra, obra y omisión”, publicado en la Revista de la Universidad de Antioquia.
 - 2016. Mauricio Alejandro Builes, profesor de hora cátedra del Departamento de Comunicación Social. Recibió el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar a Mejor Reportaje por el trabajo “Qué nos dejan 10 años de justicia y paz”, publicado en el portal Verdad Abierta.
2016. Diego Montoya, Camilo Tamayo y Mauricio Vásquez, profesores de tiempo completo del Departamento de Comunicación Social, junto a los estudiantes de la Maestría en Comunicación Transmedia Paola Morales, Juan Sebastián Zuluaga y Fabio Díaz, recibieron el Premio Crea Digital, otorgado por el Ministerio de Cultura por el proyecto “Desarmados, transmedia para la paz”.
- 2017. Juan Gonzalo Betancur, profesor de tiempo completo del Departamento de Comunicación Social. Recibió el Premio Manuel del Socorro Rodríguez-Club de Prensa de Medellín en la categoría Mejor Profesor Universitario.

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 reconocimiento 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 **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

3.3.6. Característica 13. Producción, pertinencia, utilización e impacto del material docente

Los profesores vinculados al programa de Comunicación Social desarrollan material de apoyo a la docencia (tales como notas de clase, módulos para talleres, presentaciones, etc.) para cada asignatura a su cargo. Este material es presentado a los estudiantes tanto en las clases presenciales, como a través del aplicativo digital 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. Si bien en el sistema de *Escalafón Docente* del Estatuto Profesoral esta producción no está reconocida para asuntos de ascensos de categoría, en el sistema de *Carrera Académica* esta es tenida en cuenta como uno de los criterios para el otorgamiento del premio excelencia docente de la Universidad EAFIT (Artículo 6). Cabe anotar también que la Universidad EAFIT a través de la Dirección de Docencia reconoce descargas de tiempo para los docentes que se comprometen durante algún semestre a la realización de este tipo de materiales de apoyo.

En lo que respecta a la producción de este tipo de materiales se encuentran una serie de productos en la modalidad de *tutoriales* para la producción audiovisual realizados por profesores y estudiantes del programa en acompañamiento de los mismos docentes y que sirven para adquirir competencias básicas en el manejo de herramientas digitales de diversos tipos. Estos materiales están alojados en la sección de talleres de la página del MediaLab EAFIT⁶, los cuales son abiertos al público en general.

En la misma línea de los repositorios desarrollados y abiertos al público, docentes del pregrado en Comunicación Social han producido entornos virtuales y objetos de aprendizaje para apoyar sus trabajos de clase y de acompañamiento a los estudiantes; entre estos trabajos se destacan ejercicios en plataformas de acceso libre para acompañar materias cercanas a las áreas de cybermedios, audiovisuales, comunicación política, ciencias sociales y periodismo. De esta última área se destaca el trabajo realizado por profesores del énfasis en periodismo digital para crear reportajes en plataformas que luego son utilizados como materiales didácticos para las asignaturas de Emprendimiento del Núcleo de Formación Institucional⁷. Asignatura que es cursada cada semestre por unos novecientos estudiantes de la Universidad.

Del mismo modo, libros, artículos publicados en revistas académicas indexadas, textos de conferencias, videos, multimedias y en general diversos materiales académicos elaborados por los profesores del pregrado, son utilizados en diferentes cursos de la carrera cuando resultan pertinentes, bien como material bibliográfico de lectura obligada o de referencia.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes respecto a la calidad y la pertinencia de los materiales de apoyo producidos por los profesores, se evidenció una valoración positiva por parte de los estudiantes tanto en la pregunta sobre la calidad como la pertinencia de los materiales, desarrollados y utilizados por los profesores para el desarrollo de las clases. El 92% de los estudiantes otorgó calificaciones entre 5 y 4 a la calidad y la pertinencia de los mismos (Tabla 37).

⁶ El siguiente vínculo permite el acceso a los talleres del MediaLab como material de apoyo al ejercicio docente <https://goo.gl/VD4d1z>

⁷ Los siguientes links evidencian algunos de los materiales producidos por profesores del Departamento de Comunicación Social y que han tenido apoyo desde la Dirección de Docencia con descarga de tiempo para su realización: <https://goo.gl/RfMEOK>. Algunos de estos materiales son de fácil acceso a través de una lista de reproducción del canal de Youtube del MediaLab EAFIT dedicada explícitamente a Tutoriales y Objetos de Aprendizaje <https://goo.gl/B41tHn>. Los materiales de periodismo digital para asignaturas de emprendimiento se pueden consultar en: <https://goo.gl/Bp4vy3> <https://goo.gl/7s4TIC> <https://goo.gl/AluQ16>

Calidad y pertinencia de la producción académica de los profesores de Comunicación Social (guías, presentaciones, talleres, artículos, notas de clase, resultados de investigación, etc.).	Estudiantes						Total
	5	4	3	2	1	S/I	
Calidad	57%	35%	6%	1%	1%	0%	100%
Pertinencia	53%	39%	7%	1%	0%	0%	100%

Tabla 37: Calificación de los estudiantes de la calidad y pertinencia de la producción y material de apoyo docente

En cuanto al impacto de la producción de materiales producidos por los profesores es importante destacar dos trabajos que recibieron premios nacionales: uno, el realizado por tres profesores tiempo completo adscritos directamente al Departamento de Comunicación Social, quienes en el ejercicio de asesoría a proyectos de investigación con estudiantes de la Maestría en Comunicación Transmedia, desarrollaron el proyecto transmedia Desarmados⁸, la cual obtuvo en el 2016 uno de los premios de la convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Cultura y TIC. En dicho ejercicio, los profesores aportaron a la construcción de un recurso digital de carácter transmedia que promovía materiales pedagógicos para el uso de profesores y estudiantes de secundaria en el marco de la cátedra de la paz.

El segundo trabajo es el realizado entre la Universidad de los Niños y la Emisora Acústica titulado “Con la ciencia en la cabeza”, el cual fue ganador del Banco de Proyectos Elegibles para la realización de proyectos de comunicación con enfoque de ciencia, tecnología y sociedad para el fomento de una cultura del conocimiento en Colombia, en el marco de la convocatoria de Colciencias 623 de octubre de 2013. Este proyecto consistió en un *radiality* para la difusión de la ciencia a través de la radio, y en él éste participó la profesora Alejandra Lopera coordinadora de la emisora Acústica y profesora de cátedra del pregrado en Comunicación Social.

Finalmente, tanto la producción académica como el material que los profesores producen como apoyo a su labor docente están protegidos por el Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad EAFIT que propende por una producción basada en el respeto a las fuentes y a las políticas de publicación. Así mismo y por la naturaleza del laboratorio MediaLab, desde sus inicios se ha promovido el trabajo colaborativo bajo apuestas de licenciamiento libre. En el laboratorio se trabaja bajo propuestas *creative commons*, respetando siempre el principio de derechos morales que conservan todas las obras y permitiendo que los trabajos que desde allí se realicen puedan ser utilizados en otro tipo de escenarios sin ningún tipo de lucro. En la misma línea la emisora Acústica, como laboratorio de prácticas para los estudiantes de Comunicación Social trabaja desde su programación con producción *creative commons*.

El grupo autoevaluador considera que los profesores de Comunicación Social producen materiales formales (libros, artículos de revista, capítulos de libro) e informales (notas de clase, tutoriales y presentaciones se vinculan a la plataforma de EAFIT Interactiva) como apoyo a sus actividades docentes. Un alto porcentaje de los estudiantes de Comunicación Social consideran que dicho material es útil, pertinente y de calidad.

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

⁸ Para acceder a la plataforma se puede ingresar a través del link <http://desarmados.org/>

3.3.7. Característica 14. Remuneración por méritos

Como se ha dicho, la Universidad EAFIT cuenta con dos sistemas de clasificación: el primero identificado como *Escalafón Docente*, el cual se basa en la acumulación de puntos por distintos factores como títulos alcanzados, experiencia laboral y producción intelectual de los profesores; y el segundo conocido como el sistema de *Carrera Académica*, que tiene en cuenta las titulaciones y la producción intelectual de los profesores, y que cobija a los docentes vinculados a la Institución a partir de enero de 2012 y a los profesores que de manera voluntaria hicieron el tránsito a dicho sistema.

En los dos sistemas la institución define asignaciones salariales equivalentes. En el caso de la Carrera Académica, como sólo cuenta con cuatro categorías respecto a las 12 del Escalafón Docente, la asignación salarial de un profesor es la misma que la máxima sub-categoría del Escalafón Docente. En el sistema de Escalafón Docente estas son las asignaciones salariales para 2017 (Anexo 15):

- Auxiliar 1 : \$4.332.241
- Auxiliar 2 : \$4.795.415
- Auxiliar 3 : \$5.195.901
- Asistente 1 : \$6.043.891
- Asistente 2 : \$6.496.619
- Asistente 3 : \$6.992.873
- Asociado 1 : \$7.880.915
- Asociado 2 : \$8.624.428
- Asociado 3 : \$9.218.199
- Titular 1 : \$10.125.386
- Titular 2 : \$10.632.089
- Titular 3 : \$11.192.773

Y en el sistema de *Carrera Académica* los salarios son los siguientes para 2017:

- Auxiliar : \$5.195.901
- Asistente : \$6.992.873
- Asociado : \$9.218.199
- Titular : \$11.192.773

Al consultar a los profesores sobre la correspondencia entre la remuneración económica y los méritos académicos y profesionales obtenidos, el 82% de ellos valoraron positivamente esta relación. El 52% le otorgó un valor de 5, mientras que el 30% la calificó con 4 (Tabla 38).

Profesores	
Correspondencia entre los méritos académicos y profesionales y la remuneración económica	Porcentaje
5	52%
4	30%
3	8%
2	6%
1	2%
No tiene conocimiento	2%

Tabla 38: Calificación de los profesores de la correspondencia entre méritos académicos y remuneración

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.

3.3.8. Característica 15. Evaluación de profesores

La Universidad EAFIT contempla la evaluación a la labor académica del profesor como un proceso constante que está “orientado al mejoramiento de los procesos de docencia, investigación, proyección social y administración académica de la Universidad” (artículo 43 del Estatuto profesoral). Dicho ejercicio se realiza cada año al final del segundo periodo y cada departamento académico es el encargado con el apoyo del rector o su delegado, el decano de la escuela a la que pertenece el departamento y el jefe de dicho departamento, con base en cuatro criterios:

- El resultado de la evaluación de la docencia por parte de los alumnos.
- La autoevaluación desarrollada por el profesor.
- La evaluación de *pares*, desarrollada por colegas de su área y/o departamento académico.
- La evaluación de los resultados del plan de trabajo profesoral, realizada por el decano y el jefe de departamento (Artículo 44).

Del mismo modo, en el artículo 44 del Estatuto Profesoral se definen tres criterios distintos a los anteriores para la evaluación de un docente que está concentrado en la administración académica; estos criterios son:

- La gestión académica y administrativa de la dependencia o área a su cargo.
- La gestión de recursos financieros y físicos.
- El liderazgo y la planeación.

Es importante anotar que las evaluaciones realizadas por los estudiantes junto con las realizadas por los jefes de departamento y el decano de la Escuela de Humanidades, así como las autoevaluaciones y la evaluación por pares, se convierten en un escenario integral de la evaluación, que sirve para generar planes de mejoramiento entre los jefes y profesores.

La Tabla 39 muestra la apreciación de los profesores encuestados en relación con los criterios y mecanismos para la evaluación docente; en concreto se les preguntó por la transparencia, la equidad y la eficacia de dichos procedimientos. El 86% de los profesores coincidió en calificar como muy alta (5) y

alta (4) la transparencia y la equidad de tales criterios y mecanismos. El 84% de ellos calificó la eficacia otorgándole los mismos valores entre muy alto (5) y alto (4).

Profesores						
Califique los criterios y mecanismos para la evaluación docente, en cada uno de los siguientes aspectos:	1	2	3	4	5	N/C
La transparencia (reglas claras y explícitas)	0%	2%	4%	26%	60%	8%
La equidad (aplican igual para todos los miembros de la comunidad)	0%	0%	2%	22%	64%	12%
La eficacia (utilidad para generar mejoramientos o correctivos)	2%	2%	2%	42%	42%	10%

Tabla 39. Calificación de los profesores de la transparencia, equidad y eficacia en los mecanismos de evaluación docente

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con reglamentos y políticas definidas para la evaluación de los profesores, estos son conocidos por los profesores quienes consideran su aplicación adecuada a los propósitos del Programa.

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

Evaluación del factor 3. PROFESORES

La planta profesoral del Pregrado en Comunicación Social goza de condiciones académicas y laborales para el cabal desempeño de sus funciones. Se destaca el nivel de los salarios, los contratos a término indefinido, la estabilidad laboral, las posibilidades de formación en programas de doctorado con financiación Institucional, el acceso a diversos eventos académicos para la actualización profesoral. El grupo auto-evaluador reconoce la existencia de un Estatuto Profesoral que si bien cuenta con dos sistemas de promoción, movilidad y estímulos a la labor docente, estos han logrado compaginarse entre la comunidad de profesores. Así mismo, destaca la calidad del equipo de profesores que sirven al Pregrado por considerarlos idóneos, preparados y con el nivel de formación necesarios para el desempeño de sus actividades, sin embargo, resalta tres cosas: la necesidad de fortalecer la planta docente, la necesidad de fortalecer la interlocución de los profesores en eventos internacionales con más apoyo de la Universidad y fortalecer la planta docente con profesores con título de doctorado.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 3 obtiene una calificación general de **4.69**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.4. FACTOR 4: PROCESOS ACADÉMICOS

3.4.1. Característica 16. 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 (véase el anexo 9), 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 de 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 audiovisuales, transmediales, 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.

Como se señaló anteriormente, el programa tiene una estructura interdisciplinaria en la que convergen áreas tales como el *lenguaje*; las *ciencias sociales*; *lo metodológico-científico*; y los saberes *audiovisual-cibermédial*, por una parte, y *periodístico* por la otra. El plan académico consta de 164 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 conformada 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 Gobierno y Ciencias Políticas, 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, el cual está conformado por las asignaturas de HABILIDADES Comunicativas, Contexto Colombiano; Constitución y Ciudadanía; Arte y Cultura; Historia y Política; Emprendimiento, Música y Sociedad y Cultura Ambiental. Nueve de estos 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: 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 es del 4.8%.

A los estudiantes y a los profesores se les preguntó en una escala de 1 a 5, siendo 5 la máxima calificación por el grado de correspondencia entre las actividades académicas desarrolladas en el programa: objetivos, estrategias de aprendizaje, plan de estudios, perfil del egresado, entre otros. El 84% de los estudiantes considera que hay un grado muy alto (44%) y alto (40%) de correspondencia entre dichas actividades. El 76% de los profesores coincide con esta apreciación, la cual la dividen entre muy alto (el 43%) y alto (el 33%). Una valoración positiva en ambas comunidades que en todo caso redundan en la formación integral de los estudiantes (Tabla 40).

Grado de correspondencia entre las actividades académicas desarrolladas en el programa (objetivos del programa, estrategias de aprendizaje de las asignaturas, plan de estudios, perfil del egresado, entre otros)	Estudiantes	Profesores
5	44%	43%
4	40%	33%
3	7%	16%
2	3%	0%
1	2%	0%
N/C	4%	8%
Total	100%	100%

Tabla 40: Calificación de estudiantes y profesores de la correspondencia de las actividades académicas desarrolladas en el Programa

De otro lado, los resultados de los últimos cinco años en las **Pruebas Saber Pro** muestran que los estudiantes próximos a egresar del pregrado han tenido una calificación por encima de la media nacional que se instala en 10.0 para los programas de Comunicación Social del país. Solamente en 2012 los estudiantes del pregrado que presentaron la prueba obtuvieron un puntaje por debajo de la media nacional en el área específica de razonamiento cuantitativo, con un promedio de 9.94.

Los puntajes más altos han correspondido a la competencia de inglés que en los tres últimos años fue por encima de los 12 puntos, siendo el 2015 el más alto con 12.43, una cifra que revela la política de bilingüismo de la Universidad EAFIT a través de su Centro de Idiomas y de los controles de suficiencia de segunda lengua con el que cuentan todos los planes de estudio de los pregrados de la Universidad.

A este respecto, entre 2014 y 2015 hubo una mejoría en los puntajes promedio en relación con los obtenidos en 2011. En todas las áreas genéricas (competencias ciudadanas, comunicación escrita, inglés, lectura crítica y razonamiento cuantitativo) se evidencia que año a año los estudiantes del programa han ido mejorando su desempeño, alejándose paulatinamente del promedio nacional. En 2013 y 2014, tres estudiantes del Programa obtuvieron diploma del Ministerio de Educación Nacional por su destacado puntaje en las pruebas: Juanita Moreno (2013), Jessica Guerra y Verónica Suárez Restrepo (2014) (Tabla 41).

2011			
COMPETENCIA	No. Estudiantes	Puntaje Promedio	Desv. Estánd.
Comunicación escrita	25	10,16	0,86
Competencias ciudadanas			
Lectura crítica	25	10,82	0,76
Inglés	25	11,92	1,14
Razonamiento cuantitativo	25	10,13	0,59
2012			
COMPETENCIA	No. Estudiantes	Puntaje Promedio	Desv. Estánd.
Comunicación escrita	40	10,55	1,32
Competencias ciudadanas	40	10,37	0,81
Lectura crítica	40	10,43	1,18
Inglés	40	11,77	1,44
Razonamiento	40	9,94	1,38

cuantitativo			
2013			
COMPETENCIA	No. Estudiantes	Puntaje Promedio	Desv. Estánd.
Comunicación escrita	75	10,27	1,21
Competencias ciudadanas	75	10,56	1,10
Lectura crítica	75	10,94	0,95
Inglés	75	12,20	1,39
Razonamiento cuantitativo	75	10,12	0,90
2014			
COMPETENCIA	No. Estudiantes	Puntaje Promedio	Desv. Estánd.
Comunicación escrita	66	10,26	1,11
Competencias ciudadanas	66	10,40	1,06
Lectura crítica	66	10,75	1,05
Inglés	66	12,12	1,48
Razonamiento cuantitativo	66	10,06	0,82
2015			
COMPETENCIA	No. Estudiantes	Puntaje Promedio	Desv. Estánd.
Comunicación escrita	64	10,51	0,92
Competencias ciudadanas	64	10,69	0,99
Lectura crítica	64	11,32	1,1
Inglés	64	12,43	1,37
Razonamiento cuantitativo	64	10,31	0,94

Tabla 41: Puntajes de los estudiantes en las Pruebas Saber Pro, 2011-2015
Fuente: Departamento de Planeación, con datos de las Pruebas Saber Pro

Así mismo, en 2016 el escalafón de las Pruebas Saber Pro que mide las competencias genéricas de los estudiantes de los programas de Comunicación Social ubicó a Comunicación Social de la Universidad EAFIT en el 9º lugar a nivel nacional entre 72 programas de este tipo en el país y en el 2º lugar en Antioquia, después de los programas de Comunicación Social y de Periodismo de la U. de A. El puntaje promedio que los estudiantes de Comunicación Social de EAFIT obtuvieron en las pruebas de *competencia escrita*, *lectura crítica*, *razonamiento cuantitativo*, *competencias ciudadanas* e *inglés* fue de 166 puntos, que equivale a 21 puntos por debajo del obtenido por la Universidad del Valle, cuyos estudiantes tuvieron un puntaje promedio de 187 puntos, ocupando el primer lugar (Tabla 42).

COMUNICACIÓN SOCIAL *		
PUESTO	INSTITUCIÓN	PUNTAJE PROMEDIO
1	UNIVERSIDAD DEL VALLE-CALI	187
2	COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO-BOGOTÁ D.C.	184,8
3	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA-BOGOTÁ D.C.	174
4	UNIVERSIDAD DE LA SABANA-CHIA	173
5	UNIVERSIDAD DEL CAUCA-POPAYAN	172
6	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA-MEDELLIN	169
7	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA-CALI	167,6
8	UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA-BOGOTÁ D.C.	166,8
9	UNIVERSIDAD EAFIT-MEDELLIN	166
10	UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA-MEDELLIN	166
11	UNIVERSIDAD DEL NORTE-BARRANQUILLA	165
12	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER-CUCUTA	165
13	CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON-MEDELLIN	163
14	UNIVERSIDAD DE CARTAGENA-CARTAGENA	163
15	UNIVERSIDAD DE MEDELLIN-MEDELLIN	161
16	UNIVERSIDAD CATOLICA DE ORIENTE-RIONEGRO	161
17	FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA"JORGE TADEO LOZANO"-BOGOTÁ D.C.	161
18	UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA-BOGOTÁ D.C.	160,8
19	POLITECNICO COLOMBIANO"JAIME ISAZA CADAVID"-MEDELLIN	160
20	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA-UNAB-BUCARAMANGA	159
21	UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA-BUCARAMANGA	159
22	UNIVERSIDAD DEL TOLIMA-IBAGUE	159
23	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE-CALI	158
24	INSTITUCION UNIVERSITARIA LATINA - UNILATINA-BOGOTÁ D.C.	157
25	UNIVERSIDAD DE IBAGUE-IBAGUE	157
26	UNIVERSIDAD SANTO TOMAS-BOGOTÁ D.C.	157
27	CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA-CALDAS	156
28	UNIVERSIDAD CENTRAL-BOGOTÁ D.C.	156
29	UNIVERSIDAD DE MANIZALES-MANIZALES	155
30	POLITECNICO GRANCOLOMBIANO-BOGOTÁ D.C.	155
31	UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA-PEREIRA	155
32	CORPORACION ESCUELA DE ARTES Y LETRAS-BOGOTÁ D.C.	153
33	CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC-BOGOTÁ D.C.	153
34	CORPORACION COLEGIATURA COLOMBIANA-MEDELLIN	152,4
35	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR-CARTAGENA	152
36	FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO FUNLAM-MEDELLIN	152
37	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA-NEIVA	151
38	UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES-MANIZALES	151
39	UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA-SANTA MARTA	151
40	FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA"JORGE TADEO LOZANO"-CARTAGENA	151
41	FUNDACION UNIVERSITARIA CATOLICA DEL NORTE-SANTA ROSA DE OSOS	150,8
42	UNIVERSIDAD DEL QUINDIO-ARMENIA	150
43	CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -UNIMINUTO-BOGOTÁ D.C.	150

Tabla 42: Clasificación de los Programas de Comunicación Social del país en competencias genéricas, 2016
Fuente: Revista Dinero, con datos del MEN

El grupo autoevaluator considera que el currículo de Comunicación Social permite la formación de profesionales interdisciplinarios con una base humanística. La calidad e integralidad del currículo es reconocida por profesores, estudiantes, directivos y empleadores en las encuestas realizadas y las entrevistas sostenidas. Así mismo, se valora el hecho de que el currículo haya sido objeto de revisión y mejoramiento dando cumplimiento de esta forma a una de las acciones propuestas por Plan de Mejoramiento contemplado en la primera Acreditación de Alta Calidad otorgada para el período 2012-2018, en un proceso de reforma que contó con la participación de directivas, profesores, estudiantes, egresados y empleadores del programa y que se espera inicie su nuevo plan de estudios en 2018.

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

Acciones de mejoramiento:

- Efectuar el proceso de transición al nuevo currículo del Pregrado en Comunicación Social, una vez haya sido aprobado por el MEN.
- Realizar un seguimiento constante a la implementación del nuevo currículo del Pregrado con el fin de evaluar sus resultados, primero, en un lapso de dos años y, luego, en uno de cinco años, una vez haya egresado la primera cohorte del nuevo plan de estudios.

- Llevar a cabo seguimiento a los resultados venideros de las competencias genéricas y específicas de las Pruebas Saber Pro con el fin de vislumbrar si el propósito de fortalecer la competencia de lectura-escritura, así como el campo de la comunicación en las asignaturas teóricas del nuevo Plan de Estudios se corresponde con la actuación de los estudiantes en dichas Pruebas.

3.4.2. Característica 17. Flexibilidad del currículo

Desde 2007, cuando se efectuó la modernización curricular en la Universidad EAFIT, el PEI planteó que los programas académicos tuvieran una mayor flexibilidad curricular. El PEP atendió esa política y con la primera reforma académica del Pregrado, realizada en 2007, se diseñó una estructura curricular que propendió dar mayor flexibilidad a todo el plan académico de formación de nuestros comunicadores. De las 62 materias que conforman el pregrado de Comunicación Social, solamente 11 exigen prerrequisito. Una flexibilidad que se mantiene en el nuevo plan de estudios de la segunda reforma curricular aprobada en 2017 por el Consejo Académico de la Universidad (y en espera de aprobación por parte del MEN), la cual cumple, además, con el propósito de mantener permanentemente actualizado el currículo en consonancia con los desarrollos disciplinares y las necesidades del entorno. Igualmente, la flexibilidad está expresada en la posibilidad de que el estudiante realice una doble carrera dentro de la institución, de acuerdo con sus intereses, necesidades y posibilidades.

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 de la siguiente manera (Tabla 43):

Materia	Créditos	%
Líneas de Énfasis	18	29.7%
Electivas	9	5.4%
Núcleo de Formación Institucional	18	29.7%
Práctica Profesional	18	29.7%
Total	63	
Índice de flexibilidad de Programa		38.1%

Tabla 43: Índice de Flexibilidad del Programa

Fuente: Proyecto Educativo de Programa

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 enfatiza 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 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.

El pregrado de Comunicación Social hace parte además de un Sistema de Posgrados o *Sistema Metro* que agrupa a los programas de pregrado, especialización, maestrías y doctorado de la Escuela de Humanidades. En concreto, el plan de estudios del pregrado se articula con la Especialización en Comunicación Política, a partir del énfasis en Comunicación Política, con materias llamadas por la Institución como “pre-pos”. Y con la Maestría en Comunicación Transmedia, a partir del énfasis en Cibermedios, igualmente con materias “pre-pos”.

Las materias “pre-pos” son asignaturas de último semestre de los pregrados que son comunes, o tienen equivalencia en una especialización o maestría, y que poseen esa condición para facilitar el tránsito de los estudiantes entre uno y otro nivel, a fin de promover la continuación de su proceso de formación. Su uso está regulado por la oficina de Admisiones y Registro como base en el instructivo para la aplicación del reglamento de posgrados que expidió el Consejo Académico. Allí se establece que “si el estudiante no tiene otra pretensión distinta a hacer valer dicha materia en su pregrado, la aprueba con una nota de 3.0. Si, por el contrario, aspira a que dicha asignatura le sea homologada posteriormente en un posgrado deberá haber obtenido una nota de 3.5”.

En términos específicos, la Escuela en Humanidades aplica el *sistema metro* para los siguientes programas (Tabla 44):

Pregrados	Especialización	Maestría	Doctorado
Carrera de Comunicación Social	Especialización en Comunicación Política	Maestría en Comunicación Transmedia	Doctorado en Humanidades
		Maestría en Escrituras Creativas	
		Maestría en Hermenéutica Literaria	
Carrera de Ciencias Políticas	Especialización en Estudios Políticos	Maestría en Gobierno y Políticas Públicas	

Tabla 44: El *sistema metro* de la Escuela de Humanidades

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre la contribución de los mecanismos de flexibilidad curricular para que los estudiantes avancen en el plan de estudios, según sus condiciones académicas y personales, el 85% de los estudiantes calificaron dicha contribución en muy alto grado (42% de ellos) y en alto grado (43% de ellos); mientras que el 82% de los profesores coincidieron con tal apreciación: el 56% la valoró en muy alto grado (5) y el 26% en alto grado (4) (Tabla 45).

Contribución de los mecanismos de flexibilidad curricular para que los estudiantes avancen en el plan de estudios, de acuerdo con sus condiciones académicas y personales	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	42%	56%
4	43%	26%
3	10%	8%
2	2%	0%
1	0%	0%
No tiene conocimiento	3%	10%
Total	100%	100%

Tabla 45: Calificación de estudiantes y profesores de la flexibilidad del Programa

En cuanto al número de convenios establecidos por la Institución para garantizar la movilidad estudiantil con otras instituciones nacionales e internacionales, a diciembre de 2016 el pregrado tenía vigentes 28 convenios de movilidad con igual número de universidades de 14 países (Véase Tabla 66, característica 27) y nueve con universidades colombianas mediante el sistema interinstitucional llamado *Sígueme*: Universidad Nacional de Colombia, Universidad Javeriana, Universidad del Norte, Universidad Externado, Universidad de los Andes, Universidad de Antioquia, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad del Valle y Universidad Industrial de Santander.

Desde 2012, un total de 45 estudiantes del pregrado han hecho uso de estos convenios para realizar intercambios a nivel internacional, mientras que tres estudiantes lo han hecho en el contexto nacional. En este mismo periodo, el Programa ha recibido estudiantes de intercambio de otras universidades del país y del exterior: es así como han llegado 35 estudiantes extranjeros provenientes de 11 universidades y 31 de intercambio nacional mediante el convenio *Sígueme*. (Véase Tablas 68 y 69 de la característica 28).

Para la inserción de los estudiantes en calidad de practicantes en el sistema productivo las vinculaciones se llevan a cabo a través del Departamento de Prácticas Profesionales, DEPP, que es la instancia que en la Universidad EAFIT se encarga de administrar y gestionar todo lo concerniente a este aspecto, elaborando informes periódicos sobre el desempeño de los estudiantes en sus prácticas. Según los resultados del último Informe de Prácticas se cuenta con 79 organizaciones, entre empresas, y entidades y públicas, privadas y mixtas en Medellín, Antioquia, Colombia y el exterior para la realización de las prácticas profesionales de los estudiantes de Comunicación Social. Esa oferta duplica y en ocasiones triplica la demanda de estudiantes para realizar esa actividad, pues el promedio de estudiantes que la requieren cada semestre oscila entre 20 y 50. Por ejemplo, en 2015-1, el número de estudiante que salieron a realizar sus prácticas fueron 39; en 2015-2, la cifra fue de 19; en 2016-1, el número fue de 49; y en 2016-2 de 23 estudiantes.

En este punto es preciso anotar que los ciclos de formación en el pregrado se articulan de manera progresiva: Básico, Profesionalizante y Énfasis. La inmersión en el mundo laboral hace parte, entonces, del proceso mismo de formación de nuestros estudiantes y no en el último semestre, cuando ya ha finalizado el ciclo formativo directo en las aulas. Esto es así porque la Universidad EAFIT tiene como política para todos sus programas de pregrado que la práctica profesional se lleve a cabo como parte de la carrera, y no al final de la misma con el fin de garantizar un mejor seguimiento y obtener una retroalimentación directa de los aprendizajes de los estudiantes. Este es uno de los sellos propios de la institución.

A este respecto, la Universidad tiene convenios con una diversidad de organizaciones (empresas, medios de comunicación, instituciones del sector público, etc.) en las que los estudiantes puedan llevar a cabo sus prácticas profesionales (Anexo 16). Entre 2007 y 2016 los principales aliados del Programa han sido los siguientes: la Universidad EAFIT, El Colombiano, Bancolombia, el Teatro Nacional, el Grupo Éxito, Caracol S.A., la Gobernación de Antioquia, RCN Televisión, Isagen, Cámara de Comercio de Medellín, y otra lista mayor de organizaciones que se pueden cotejar en la siguiente tabla (Tabla 46):

Medios de comunicación	
El Colombiano	Pragma
La República	Vista Productions Inc
Teleantioquia	Producciones Cosmovisión
Telemedellín	Caracol Radio
Hora 13 Noticias	UNE Telecomunicaciones
RCN Televisión	La FM
Caracol Televisión	W Radio
Quanta T.V.	Prario, Oficina de comunicaciones-medios electrónicos

Entidades sector público	
Alcaldía de Medellín	Empresas Públicas de Medellín
Gobernación de Antioquia.	Fundación Parque Explora
Concejo de Medellín	Hospital Universitario San Vicente de Paul
Medellín Digital	Alcaldía del Carmen de Viboral
Metroparques	Policia Nacional (Tunja)

Organizaciones, empresas del tercer sector	
Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia	Museo El Castillo
Te Creo (Suso el Paspi)	Proantioquia
Penca de Sábila	Andrés Cepeda Producciones

Entidades del sector privado	
Cementos Argos	Industrias Metalúrgicas Unidas, Imusa
Almacenes Éxito S.A	Ads-compañía asesoría de diseño sostenible
Bancolombia	Imagen y Relaciones Públicas
Cristalería Peldar S.A	Compañía Global de Pinturas, Pintuco
Compañía Nacional de Chocolates	Diseño Absoluto S.A
Compañía de Galletas Noel	Lisen-Banco
Industrias Haceb	Concenter Internacional
Emtelco S.A	Ditransa S.A
Hospital Pablo Tobón Uribe	Altotráfico S.A.S
Telefónica Móviles de Colombia	Bienes y Bienes S.A
Protección S.A	Autopractic
Negocios e Innovación Ltda	Zara

Tabla 46: Organizaciones aliadas del Programa para la realización de las prácticas profesionales
Fuente: DEPP

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que demuestran que el currículo de Comunicación Social es flexible, se mantiene actualizado y responde a múltiples necesidades provenientes del campo de la comunicación y del entorno local-regional-nacional y global. 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 y posibilitan la inserción de los estudiantes en el mundo laboral y profesional. 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 estas se van transformando conforme avanza el plan de estudios, tornándose 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. No se consideró ninguna acción de mejoramiento, pues los ajustes y mejoras a la estructura curricular del Programa ya están contenidos en la nueva propuesta curricular que se espera entre en vigencia a partir de 2018.

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

3.4.3. Característica 18. Interdisciplinariedad

Desde su origen, el Programa de Comunicación Social es interdisciplinario por haber nacido al interior del Departamento de Humanidades, perteneciente a su vez a la Escuela de Humanidades. La posterior transformación de Programa a Departamento –el Departamento de Comunicación Social– ha conservado esta interdisciplinariedad, así como el nuevo plan de estudios propuesto.

La estructura del pregrado es interdisciplinaria porque en él convergen las áreas de las ciencias sociales (historia, filosofía, antropología, sociología) con las metodológicas (economía, estadística, matemáticas, metodología), las del lenguaje (escritura, lectura, teorías del lenguaje y de la comunicación), las audiovisuales, el periodismo y los estudios específicos de la comunicación.

Así mismo, en su estructura curricular hay un *tronco común* que se refiere al conjunto de materias que el pregrado comparte con otras carreras de la Universidad, favoreciendo la interdisciplinariedad en la formación del estudiante, y que se puede evidenciar en la siguiente tabla (Tabla 47):

Tronco común con	Materias compartidas
Ciencias Políticas	Historia Análisis de la opinión pública Énfasis en Comunicación Política: Política deliberativa Partidos políticos y elecciones Medios y política Marketing político Seminario de investigación
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 47: Estructura curricular con *tronco común* en el Programa
Fuente: Programa de Comunicación Social

A este respecto hay que afirmar que si bien la interdisciplinariedad hace parte de la esencia misma del programa existen cuatro momentos donde esta se profundiza:

- En el 5º Semestre con la realización de un proyecto integrador que une las asignaturas Textos e Hipertextos 1, Cibercultura, Diagramación y Diseño, y Reportaje para abordar desde distintos ángulos, bajo la orientación de profesores que tienen distinta formación y perspectivas, un mismo problema que se plasma en un proyecto de hipermedia y transmedia.

- En 7º. Semestre en la Pre-Práctica (momento de preparación y orientación para la práctica profesional) que se realiza junto a estudiantes de todos los pregrados de la Universidad.
- En 8º. Semestre durante la práctica, dado que el estudiante se expone al trabajo con profesionales de otras áreas de conocimiento en un espacio empresarial con problemas reales.
- En 9º. Semestre, en los énfasis de Cibermedios y Periodismo Digital donde igualmente se desarrollan proyectos que integran las cuatro materias profesionalizantes de cada énfasis, con enfoques y metodologías diversas que proponen igual número de profesores.

Por su parte, la naturaleza de las diversas asignaturas y las metodologías con que estas se desarrollan implica una apertura del estudiante hacia la interdisciplinariedad y, en general, al trabajo con personas que provienen de otros campos del conocimiento y visiones mismas de la vida. Por ejemplo, en todos los cursos del área de Periodismo es obligación la realización de trabajos periodísticos empleando distintas narrativas que interpelan y ponen en diálogo variados puntos de vista sobre el mundo. Esos trabajos se publican y difunden en los medios propios del pregrado (la revista digital *Bitácora*, la emisora *Acústica*, el canal de internet del *MediaLab*) o externos (con los que se tienen relaciones de cooperación, como el periódico *El Espectador*, por ejemplo).

Respecto a las actividades extracurriculares de corte interdisciplinario, el pregrado cuenta con cinco semilleros de investigación para los estudiantes, quienes pueden ingresar desde el primer semestre: Semillero de Investigación en Narrativas Periodísticas; Semillero de Investigación en Narrativas Audiovisuales (hoy en pausa); Semillero de Investigación en Transmedia; Semillero de Investigación en Producción y Creación Sonora; y, adscrito al Departamento de Humanidades, el Semillero de Investigación en Análisis del Lenguaje.

Al consultar la opinión de estudiantes y profesores respecto a la interdisciplinariedad del programa, traducida en el aporte que esta brinda al enriquecimiento del proceso formativo derivado de la interacción en materias y actividades con estudiantes de otros programas, el 83% de los estudiantes calificó entre muy alto (5) y alto (4) dicha interacción, mientras que el 70% de los profesores coincidió con esta apreciación (Tabla 48).

Aporte al enriquecimiento del proceso formativo de los estudiantes derivado de la interacción en materias y actividades con estudiantes de otros programas y diversas áreas de conocimiento	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	45%	42%
4	38%	28%
3	14%	14%
2	2%	4%
1	0%	2%
No tiene conocimiento	1%	10%
Total	100%	100%

Tabla 48: Calificación de profesores y estudiantes de la interdisciplinariedad del Programa

El grupo autoevaluador 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 **4.8** a esta característica. Se cumple plenamente.

3.4.4. Característica 19. Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Desde sus inicios, el pregrado cuenta 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 y operadores didácticos que 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 cursos de periodismo con los “géneros periodísticos” como operador; las discusiones con el operador denominado “plan de argumentación”, los cursos taller con las “tecnologías” como operador. Por su parte, las figuras de evaluación son los informes de lectura, las presentaciones verbales y visuales sobre una temática en particular, un proyecto o un trabajo de clase y las diversas modalidades periodísticas y cibermediales desarrolladas por el estudiante para expresarse y expresar un aspecto del curso.

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, laboratorios) 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: los eventos académicos llevados a cabo por el pregrado (foros, conferencias, muestras, festivales, entre otros) y los semilleros de investigación con que los que este cuenta, son ámbitos que fortalecen en los estudiantes el reconocimiento de diversos campos disciplinares y metodológicos, de distintos puntos de vista y formas de pensar así como la necesidad del trabajo en equipo con el fin de proponer salidas teóricas, creativas y coherentes con los saberes de la comunicación.

En la encuesta realizada para consultar la opinión de los estudiantes y los profesores sobre las metodologías de enseñanza empleadas en las asignaturas, el 91% de los estudiantes consultados valoró positivamente las metodologías utilizadas por los docentes del programa; así lo consideró el 40% de los estudiantes que las calificó con un puntaje de 5, mientras que el 51% les puso una calificación de 4; una escala que es igualmente compartida por el 98% de los profesores, quienes calificaron sus métodos de enseñanza con puntaje de 5 (el 66% así lo consideró) y de 4 (el 32% así lo valoró) para los propósitos de aprendizaje de sus estudiantes (Tabla 49).

Grado en que los métodos de enseñanza empleados en las asignaturas facilitan el aprendizaje de los estudiantes	Estudiantes	Profesores
	Porcentaje	Porcentaje
5	40%	66%
4	51%	32%
3	7%	2%
2	1%	0%
1	1%	0%
No tiene conocimiento	0%	0%
Total	100%	100%

Tabla 49: Calificación de estudiantes y profesores del grado en que las metodologías de enseñanza facilitan el aprendizaje

Esta apreciación positiva sobre el grado de correspondencia entre los métodos de enseñanza y aprendizaje empleados para el desarrollo de los contenidos del plan de estudios del programa, se puede cotejar en algunas experiencias:

- En los resultados positivos que se han obtenido en los trabajos de clase realizados por profesores y estudiantes los cuales han tenido resonancia local e, incluso, nacional como las series web producidas en el Medialab, o los trabajos desarrollados en plataformas digitales sobre el conflicto armado, la memoria y las víctimas tales como:
 - “Esta tierra es mía”, en 2012 (www.estatierraesmia.org).
 - “Alejandría, memoria y Esperanza”, en 2015 (www.memoriaalejandria.com).
 - O el más reciente, denominado el “Narcotour”, en 2017 (www.narcotour.co) que identifica en un sitio web la memoria del narcotráfico, con relatos y producciones audiovisuales narradas desde la perspectiva de las víctimas.
- En los reconocimientos y premios que han obtenido algunos de esos trabajos en eventos internos (por ejemplo, Periodistas en la Carrera) o externos (principalmente concursos).
- En las evaluaciones que hacen los estudiantes de los cursos al final de cada semestre.
- En la buena calificación de los estudiantes en su práctica profesional por parte de los empleadores y asesores de práctica.
- En el buen concepto de los agentes externos vinculados a los proyectos de investigación y extensión que ha realizado el programa.
- En la creciente aceptación que ha tenido el programa en los aspirantes, la cual se ha visto reflejada en el incremento paulatino de estudiantes matriculados.

Y dada la especificidad del pregrado de formar comunicadores enfocados en los entornos de convergencia digital, el programa tiene una alta relación con los recursos técnicos y tecnológicos al servicio de las comunicaciones. Por eso, las tecnologías –de software, hardware y recursos en línea– son recursos presentes en el programa, orientados además a la creación de medios digitales (revista digital *Bitácora* y emisora digital *Acústica*), de laboratorios especializados (el *MediaLab* y el *Centro Multimedial*) destinados a los procesos de enseñanza, creación y producción por parte de los estudiantes.

Asimismo, para la capacitación de los docentes en estas tecnologías, la Universidad cuenta con *Proyecto 50*, un Centro para la Innovación y el Aprendizaje surgido en 2010, en el marco de los 50 años de la Universidad EAFIT, cuyo propósito es potenciar en los docentes las competencias digitales para la innovación educativa, a través del uso y apropiación de las herramientas TIC, la gestión de redes de aprendizaje, el liderazgo, la creación y la administración de ambientes de aprendizaje.

De otro lado, tanto la Universidad como el Programa cuentan con diversas estrategias para garantizar el desarrollo académico de los estudiantes en el tiempo previsto en el plan de estudios, entre los cuales vale la pena mencionar:

- Estímulo al buen rendimiento académico a través del programa de monitorías.
- Estímulo al buen rendimiento académico a través del programa de becas.
- Asesorías en el Centro de Estudios de Lectura de Escritura.
- Asesorías en el Consultorio Matemático.
- Asesorías en los programas de apoyo psicológico del Departamento de Desarrollo Estudiantil.
- Cursos que ofrece el Centro Cultural Luis Echavarría Villegas sobre manejos de bases de datos y uso de los recursos de la biblioteca.
- Programa de acompañamiento Tutores de la Organización Estudiantil.
- Formación extracurricular que ofrece el programa en forma regular en conferencias, charlas y conversatorios.
- Asesorías extra-clase que ofrecen los docentes del pregrado.
- Tutoriales en línea sobre manejo de equipos y programas (elaborados por el propio pregrado como materiales pedagógicos).

A este respecto, vale la pena destacar que en 2016 la Universidad realizó el estudio “Informe de deserción para el programa de Comunicación Social 2007-2015” (Anexo 17) el cual encontró que la tasa de retención durante el período 2015-2 del programa fue del 97.26%, una cifra quiere decir que el 97% de los estudiantes que estuvieron matriculados en el semestre 2014-2, se matricularon en al menos uno de los dos periodos consecuentes (2015-1 y 2015-2).

Asimismo, el estudio indicó que “se evidencia que la tasa de deserción por cohorte de programas comparables a nivel nacional es superior a la tasa de deserción por cohorte del programa ofrecido en EAFIT, tomando el semestre 10 como punto de corte. Por otro lado, la tasa de deserción al semestre 10, indica que 3 de cada 10 estudiantes que ingresan a una cohorte en Comunicación Social en EAFIT, desertan del programa”. El estudio concluyó que:

- Los índices de deserción por período han venido decreciendo en los períodos recientes y han sido inferiores a los de programas comparables (del país).
- En promedio, por cada 10 estudiantes que ingresan al programa de Comunicación Social de la universidad EAFIT, 3 de ellos no logran graduarse (tomando el décimo semestre como punto de corte).
- Los ingresos percibidos por el hogar del estudiante no se muestran como una característica en la que la deserción se comporte diferente conforme cambian los niveles de dicho factor.
- El estrato, la educación de la madre y la clasificación del estudiante en el examen de estado representan factores de riesgo respecto al abandono académico. Es necesario emprender acciones de apoyo a los estudiantes cuyas madres tienen un nivel educativo de primario o inferior, así mismo como a los estudiantes que no obtuvieron buenos resultados en el examen de Estado y pertenecen a estratos bajos.
- Finalmente, el número y calidad de los apoyos financieros mostraron un comportamiento significativo en cuanto al fenómeno de deserción. Para el estudio, el incremento en la cantidad de apoyos financieros recibidos es un factor que ayuda a contener las tasas de deserción por cohorte.

Complementando estos y otros aspectos, vale la pena agregar que a la fecha Comunicación Social es el sexto pregrado de la Universidad EAFIT con mayor número de estudiantes, entre los 21 programas de este nivel que tiene la institución. Y aunque la población estudiantil del programa ha venido creciendo de forma continua durante todos los años, el crecimiento ha sido más acelerado

durante los dos últimos años que pasó de 496 estudiantes en 2015-1 a 557 estudiantes en 2016-1 y a 626 estudiantes a 2017-1. En los últimos cinco años la población estudiantil ha sido la siguiente:

- 2012-1: 417 estudiantes
- 2012-2: 413 estudiantes
- 2013-1: 437 estudiantes
- 2013-2: 410 estudiantes
- 2014-1: 440 estudiantes
- 2014-2: 460 estudiantes
- 2015-1: 496 estudiantes
- 2015-2: 516 estudiantes
- 2016-1: 557 estudiantes
- 2016-2: 586 estudiantes
- 2017-1: 626 estudiantes

De otro lado, entre 2008-1 y 2017-1, un total de 111 estudiantes ingresaron al programa por la modalidad de transferencia externa, es decir, entraron luego de cursar estudios en otras universidades de la ciudad o del país. Ese número equivale al 17.7 % de la población actual del pregrado, que llega a los 626 estudiantes. La mitad de los estudiantes que llegaron de transferencia externa (55 alumnos), lo hicieron en los dos últimos años (a partir del primer semestre de 2015).

A 2017-1, el pregrado cuenta con 51 estudiantes becados del programa **Ser Pilo Paga**, un número que equivale al 8.6% de la población estudiantil. Históricamente, el programa ha tenido entre el 10% y 15% de sus estudiantes beneficiados con algún tipo de beca, tanto las que ofrece la Universidad como otras instituciones públicas o privadas con las que se tiene convenio.

Los estudiantes bachilleres que ingresan por primera vez a la educación superior, es decir, aquellos conocidos coloquialmente como “primíparos”, se matriculan al programa en su mayoría en el primer semestre de cada año. Y si se compara el número de primíparos que se matricularon en 2012-1 con los que lo hicieron en 2015-1, 2016-1 y 2017-1 se observa un incremento del 100% en el número de matriculados de estos últimos tres años con respecto al 2012. El siguiente es el comportamiento de los estudiantes bachilleres que ingresaron al primer semestre del programa durante los últimos cinco años:

- 2012-1: ingresaron 41
- 2012-2: ingresaron 27
- 2013-1: ingresaron 49
- 2013-2: ingresaron 17
- 2014-1: ingresaron 62
- 2014-2: ingresaron 25
- 2015-1: ingresaron 85
- 2015-2: ingresaron 27
- 2016-1: ingresaron 87
- 2016-2: ingresaron 30
- 2017-1: ingresaron 86

Con respecto a la duración prevista del programa hay que afirmar que el 16% de los estudiantes ha terminado su carrera y obtenido su grado en los nueve semestres de duración estipulados, en tanto que el 53.5% la ha finalizado y se ha graduado en el año siguiente (entre los

semestres 10° y 11° de estudio). El 21% se ha graduado luego de haber permanecido entre 12° y 13° semestres en la universidad, mientras que un 9.5% de los estudiantes ha terminado su carrera entre 14° y 20° semestres (Tabla 50).

Semestres	9	10	11	12	13	14	15	17	18	19	20
Porcentaje	16%	30.5%	23%	13.5%	7.5%	4.5%	1%	1.5%	1%	1%	0.5%

Tabla 50: Tiempo que un estudiante permanece en el Programa antes de obtener su grado

Por último, tanto a los estudiantes como a los profesores se les preguntó por dos aspectos similares: el grado de exigencia del programa para la permanencia de los estudiantes en el programa, por una parte, y el grado de exigencia para la graduación de estos del programa, por la otra. Según las respuestas, el 74% de los estudiantes considera que la exigencia académica para permanecer en el programa está entre alta (48% la califica con 4) y muy alta (26% la califica con 5), mientras que para graduarse la exigencia se valora mayor, pues esta aumenta a un 82% al sumar el porcentaje del 48% de los estudiantes que la califica con 4 y el 34% de estos que la califica con 5.

La valoración de los profesores es un poco menor que la de los estudiantes, aunque coinciden con los primeros en que es mayor la exigencia para obtener el grado que para permanecer en el programa: el 64% de los profesores estima que la exigencia para mantenerse en el programa está entre alta (37% que la califica con 5) y muy alta (27% que la califica con 4), mientras que el 70% de ellos considera que el grado de exigencia académica del programa para que los estudiantes obtengan la graduación es muy alta (41% que la califica con 5) y alta (29% que la califica con 4).

A pesar de esta cifra positiva, se advierte que un porcentaje de profesores (28%) y de estudiantes (20%) estiman que las exigencias del programa para la permanencia de los estudiantes son “aceptables”, al calificarla con 3, un asunto que debe ser tenido en cuenta en las diversas reuniones de los órganos de dirección y participación del Programa (Tabla 51).

El grado de exigencia académica para la permanencia y para la graduación de los estudiantes en el Programa	Estudiantes		Profesores	
	Para la permanencia	Para la graduación	Para la permanencia	Para la graduación
5	26%	34%	37%	41%
4	48%	48%	27%	29%
3	20%	12%	28%	12%
2	4%	2%	4%	4%
1	1%	0%	0%	0%
No tiene conocimiento	1%	4%	4%	14%
Total	100%	100%	100%	100%

Tabla 51: Calificación de estudiantes y profesores sobre las exigencias académicas del Programa

El grupo autoevaluador considera que hay evidencias que muestran que en el Plan de Estudios se aplican una gama de métodos pedagógicos para el desarrollo de los contenidos, y que estos son coherentes con la naturaleza de los saberes, las necesidades y los objetivos del programa. Entre estos, se valora la figura pedagógica del aula-laboratorio sobre todo para los cursos teórico-prácticos de cara a la producción de contenidos mediáticos. Se reconoce el apoyo que la Universidad brinda a la capacitación de los profesores en distintos métodos pedagógicos por medio de programas como *Proyecto 50*. El grupo valora las estrategias emprendidas por la Universidad y el Programa orientadas a reducir y mantener las tasas de deserción estudiantil en niveles más bajos que el promedio nacional, y que constantemente se haga un monitoreo de esta situación por parte de las directivas.

Así mismo, el grupo considera que las acciones de mejoramiento de los procesos de enseñanza-aprendizaje propuestas en el informe para obtener la primera Acreditación de Alta Calidad se implementaron en la propuesta de reforma curricular del nuevo Plan de Estudios, entre las cuales vale la pena mencionar:

- Continuidad pedagógica en los cursos pertenecientes a las áreas disciplinares.
- Fortalecimiento de los cursos y de los métodos para mejorar las competencias de lectura y escritura de los estudiantes.
- Apoyo y continuidad a los semilleros de investigación.

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

3.4.5. Característica 20. Sistema de evaluación de los estudiantes

La Universidad EAFIT cuenta con un sistema de evaluación de estudiantes con políticas universales y equitativas de evaluación. A este respecto, 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.

Por su parte, 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.

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.

La intensidad y gradualidad de las evaluaciones se analiza por parte de los equipos de profesores de cada una de las áreas que estructuran el currículo, en reuniones que se efectúan al comienzo de cada semestre académico. En ellas se plantea que exista esa correspondencia entre la evaluación con los contenidos y metodologías propias de cada asignatura. Del mismo modo, los problemas que se presentan en el desarrollo de cada semestre en materia evaluativa se discuten entre el profesor, el coordinador del área al cual está adscrito y eventualmente el jefe de carrera, para analizar los problemas presentados y sugerir correctivos en futuras evaluaciones.

Al consultar la opinión de los estudiantes sobre su nivel de satisfacción con el sistema de evaluación respecto a la correspondencia entre la evaluación y los temas abordados en clase, por una parte, y al grado en que dicha evaluación permite medir su aprendizaje, por la otra, se obtuvieron las siguientes respuestas: el 92% de los estudiantes se muestran satisfechos con el grado de correspondencia entre los temas evaluados y los contenidos de las materias vistos en clase; el 50% de ellos valora esta correspondencia con un puntaje de 5 y el 42% con un puntaje de 4. Por su parte, el 83% de los estudiantes valoran con puntajes de 5 y 4 el grado en que los mecanismos de evaluación permiten medir su aprendizaje. Solo un 13% valora esta situación como aceptable, otorgándole un puntaje de 3 (Tabla 52).

Estudiantes						
Nivel de satisfacción con el sistema de evaluación de estudiantes en cada uno de los siguientes aspectos:	5	4	3	2	1	N/C
La correspondencia entre los temas evaluados y los contenidos de las materias vistos en clase	50%	42%	7%	1%	0%	0%
El grado en que los mecanismos de evaluación permiten medir el aprendizaje de los alumnos (tener en cuenta parciales, talleres en clase, trabajos en grupo, ensayos, entre otros).	41%	42%	13%	3%	1%	0%

Tabla 52: Calificación de los estudiantes del sistema de evaluación del Programa

Al consultar la opinión de los profesores sobre su nivel de satisfacción con aspectos similares del sistema de evaluación, se encontró que el 96% de ellos valora positivamente, con puntajes de 5 y 4 la correspondencia entre las formas de evaluación y la naturaleza del programa. El 94% de los profesores considera, por su parte, que los mecanismos de evaluación utilizados permiten medir el aprendizaje de sus alumnos, otorgándole a esta pregunta una calificación entre 5 y 4 (Tabla 53).

Profesores						
Nivel de satisfacción con el sistema de evaluación de estudiantes en cada uno de los siguientes aspectos:	5	4	3	2	1	N/C
La correspondencia entre las formas de evaluación y la naturaleza del programa	59%	37%	0%	2%	0%	0%
El grado en que los mecanismos de evaluación permiten medir el aprendizaje de los alumnos (tener en cuenta parciales, talleres en clase, trabajos en grupo, ensayos, entre otros).	55%	39%	6%	0%	0%	0%

Tabla 53: Calificación de los profesores del sistema de evaluación de los estudiantes

El grupo autoevaluador estima que el sistema de evaluación de los estudiantes contempla políticas y reglas universales. Los estudiantes valoran positivamente los sistemas de evaluación en sus procesos de aprendizaje. 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.

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

3.4.6. Característica 21. 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 asignaturas 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, ámbitos 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, telenoticiero Bitácora Noticias, emisora digital Acústica y/o en el laboratorio de experimentación hipermedia, MediaLab), o en el periódico estudiantil Nexos.

Las asignaturas del área de lenguaje desarrollan la habilidad lógico-argumentativa mediante trabajos escritos. 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 o para desempeñarse como auxiliares de investigación. La correspondencia entre las áreas de formación, el tipo de trabajos y los objetivos de formación del Programa se pueden evidenciar en la siguiente tabla (Tabla 54):

Área	Trabajos	Objetivos
Periodismo	Piezas periodísticas en diferentes géneros, narrativas y formatos.	Formula una serie de presupuestos y preguntas 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, de la inserción de estos en dispositivos tecnológicos y en general a todas aquellas herramientas que sirven para construir formas expresivas en distintas modalidades comunicativas.
Lenguaje	Ensayos prescriptivos interpretativos y analíticos.	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	Ensayos, 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 o-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 54: Áreas de formación, tipo de trabajos y objetivos de formación del Programa

Fuente: Proyecto Educativo del Programa

Los criterios para determinar la intensidad de los trabajos académicos a realizar por parte de los estudiantes son básicamente dos:

- El tiempo de trabajo independiente que corresponde a los estudiantes fuera del espacio de clase, que está definido como el doble del tiempo de acompañamiento directo por parte del profesor. Es

decir, tiene en consideración la intensidad de la carga determinada por los créditos académicos que posee la asignatura.

- El nivel de dificultad o magnitud que implica el trabajo: con esto se determina si ameritan ser realizados de manera individual o en equipo, para el cumplimiento de los objetivos y el logro de las competencias.

En este punto es preciso anotar que el pregrado no exige la realización de un trabajo de grado para obtener el título de Comunicación Social. Sin embargo, la asignatura Seminario de Investigación II brinda a sus estudiantes la oportunidad de adquirir unos conocimientos, habilidades y destrezas investigativas participando en cualquiera de estas dos opciones:

- En un proyecto de investigación o creación que desarrolle alguno de los profesores del Departamento de Comunicación Social o de otro departamento académico de la Universidad, previo acuerdo con el respectivo docente.
- En el componente de investigación de un proyecto de extensión o proyección social que realice el pregrado o alguno de los profesores del Departamento de Comunicación Social.

Por su parte, entre 2013 y 2017, un total de 15 trabajos realizados por estudiantes y/o egresados del Programa recibieron premios o fueron nominados a estos en concursos locales y nacionales, o sus publicaciones recibieron un amplio despliegue en prensa. De estos, siete reconocimientos fueron recibidos en 2016, cuatro en 2013, dos en 2014, uno en 2015 y otro más en lo que va corrido de 2017. La siguiente tabla (Tabla xxx) muestra esta relación (Tabla 55):

Estudiante	Trabajo	Reconocimiento	Año
Agustín Patiño Orozco*	Proyecto "Medellín montañera"	Ganador de la beca de creación en fotografía de la Alcaldía de Medellín.	2017
Catalina Arroyave, Sara Buitrago y David Correa; Daniel Beltrán, Martha Buitrago, Juliana Duque y Camilo Montoya	Series web: "Algo animal" "Ahí vamos"	Seleccionadas en el top 10 de las mejores series web en Colombia por la revista cultural Bacánika.	2016
Carolina Restrepo	"Los milagros de don Pablo"	Nominado a la Mejor Crónica en el Premio Corte Final de la Universidad Católica de Pereira.	2016
Manuela Correa	"El caso de Jorge Argiro Tobón, una larga lucha por la justicia"	Nominado a la Mejor Crónica en el Premio Corte Final de la Universidad Católica de Pereira.	2016
Jonathan Jiménez	"Jorge Eliécer Campuzano, una vida narrada"	Nominado al Mejor Trabajo Sonoro periodístico en el Premio Corte Final de la Universidad Católica de Pereira.	2016
Valeria Zapata Giraldo	"La caná: la gran viajera sin visa"	Ganadora del XIX Premio Amway de Periodismo Ambiental.	2016
Laura Valentina Vargas y Vanessa Osorio	"Don Memo, el habitante de calle que protege a los perros callejeros de Medellín"	Entrevista digital publicada en el diario <i>El Espectador</i> y compartida por más de 6.500 usuarios.	2016
Danielle Navarro	"Esta es nuestra forma pacífica de resistir la guerra: Teresita Gaviria"	Artículo publicado en la edición digital de <i>El Espectador</i> .	2016
Catalina Arroyave*	"Mc Silencio"	Ganadora de la beca de creación para la escritura de guión de largometraje de la Alcaldía de Medellín.	2015
Camilo Montoya, Juliana Villada, Nancy Johana Hincapie y Sara Tangarife	"Proyecto Stalker"	Ganadores en la categoría Prensa Digital de los Premios Nacionales de Periodismo ETECOM Colombia	2014

William Puche	“Noel Petro en primera persona”	Ganador en la categoría Mejor Perfil en Prensa de los Premios Te Muestra de la Universidad del Quindío.	2014
María Paulina Aristizábal, Sebastián Díaz, Andrés Felipe Giraldo, Juan David Mesa, Ruth Tatiana Navarro, Álvaro Ossa, Andrea Vargas y Santiago Rúa	Multimedia “Defensores de animales”	Ganador en la categoría Mejor Trabajo de Periodismo Virtual de los Premios a la Excelencia Periodística del Círculo de Periodistas de Antioquia.	2013
Mónica Quintero*	Entrevista a Mario Vargas Llosa	Ganadora en la categoría Mejor Trabajo en Prensa de los Premios a la Excelencia Periodística del Círculo de Periodistas de Antioquia.	2013
Verónica Suárez	“La música brilla en sus ojos”	Mención Especial en la categoría Mejor Trabajo en Prensa de los Premios a la Excelencia Periodística del Círculo de Periodistas de Antioquia.	2013
Agustín Patiño Orozco	“El oficio de la tierra”	Ganador en la categoría de Opinión del Premio Nacional de Periodismo Universitario.	2013

Tabla 55: Premios o reconocimientos a estudiantes y egresados en los últimos cinco años (* Ya habían egresado cuando presentaron el trabajo)

Fuente: Programa de Comunicación Social

Al consultar la opinión de los profesores sobre el grado en que los trabajos de los estudiantes contribuyen a los propósitos de formación del programa, el 92% de los profesores consultados considera que estos contribuyen plenamente (5), o en alto grado (4) con los objetivos de formación del programa, otorgándoles una calificación de 5 (el 53% de ellos) y de 4 (el 39% de los profesores) (Tabla 56).

Profesores	
Grado en que los trabajos presentados por los estudiantes contribuye a los objetivos de formación del Programa	Porcentaje
5	53%
4	39%
3	4%
2	0%
1	0%
N/C	4%
Total	100%

Tabla 56: Calificación de los profesores de 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.

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

3.4.7. Característica 22. 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. En tal sentido, se acoge plenamente a las políticas generales de autoevaluación y de aseguramiento de la calidad que están contempladas en el capítulo 7 del Proyecto Educativo Institucional de la Universidad EAFIT. Allí se plantea que la autoevaluación es un compromiso y una práctica cotidiana en la Universidad que está dirigida a las actividades de investigación, enseñanza y proyección social, dentro del marco estratégico y operativo de la Misión y la Visión de EAFIT.

El sistema propio de aseguramiento de la calidad que tiene la Universidad EAFIT se expresa de distintas maneras al interior del programa de Comunicación Social. Por ejemplo:

- En el seguimiento anual a los planes operativos del programa, cuyos componentes están recogidos en el plan operativo del departamento al que ha estado adscrito.
- En las sesiones periódicas de los órganos institucionalizados para tal fin: el Comité de Carrera, el Consejo de Escuela y la Asamblea de Carrera.
- En reuniones con otras unidades académicas y dependencias de la Universidad orientadas al seguimiento de temas relacionados con el pregrado (por ejemplo, reuniones periódicas con los departamentos de Admisiones, Prácticas Profesionales, Desarrollo Estudiantil).
- En los monitoreos del entorno laboral, social y académico para descubrir tendencias, necesidades, falencias.
- Y en los procedimientos de autoevaluación, tales como los procesos de (re)acreditación y de reforma curricular.

A los estudiantes se les preguntó por la incidencia de los sistemas de evaluación y autorregulación del Programa en el mejoramiento de la calidad del mismo (encuestas periódicas, asambleas, reuniones estudiantiles, Comités de Carrera, Consejo de Escuela y Consejo Académico, entre otros). Las cifras muestran que un 78% de los estudiantes califica dicha incidencia de manera positiva, entre 5 (45%) y 4 (33%). Apenas un 7% dice no tener conocimiento de esto (Tabla 57).

Incidencia de los sistemas de evaluación y autorregulación del Programa en el mejoramiento de la calidad del mismo (encuestas periódicas, asambleas, reuniones estudiantiles, Comités de Carrera, Consejo de Escuela y Consejo Académico, entre otros).	Estudiantes						
	5	4	3	2	1	N/C	Total
	45 %	33 %	12 %	2%	1 %	7%	100%

Tabla 57: Calificación de los estudiantes de los sistemas de evaluación y autorregulación en la calidad del Programa

En cuanto a la evaluación periódica del programa, esta se ha llevado a cabo de manera paulatina, respondiendo a las acciones del Plan de Mejoramiento contempladas en el informe del primer proceso de Acreditación de Alta Calidad del Programa realizado en 2012. Allí se consideraron dos propósitos de actuación tendientes al aseguramiento de la calidad del Programa: el primero, dirigido a realizar mejoras específicas en aspectos concernientes a la formación de profesores, a la creación de laboratorios, unidades académicas y programas de posgrado, entre otros, que se cumplieron a cabalidad durante estos años, y entre los cuales vale la pena mencionar:

- Formalización y fortalecimiento de los semilleros de investigación del pregrado.
- Vinculación mediante convocatoria pública de cuatro profesores de tiempo completo.
- Inicio de estudios de doctorado de tres profesores.

- Duplicación de la presencia de profesores en redes académicas.
- Fortalecimiento de la figura pedagógica del aula-laboratorio.
- Creación de la Maestría en Comunicación Transmedia.
- Creación del Laboratorio de Experimentación Transmedia, conocido como el *MediaLab*.
- Creación del Departamento de Comunicación Social.
- Aumento de proyectos de investigación y de publicaciones académicas.
- Incremento en el número de estudiantes vinculados a proyectos de investigación.

El segundo propósito de mejoramiento tuvo que ver con el diseño de una reforma curricular del pregrado que se llevó a cabo entre los años 2016 y 2017, y que contó con la participación de los diferentes sectores de la comunidad académica: directivos, profesores, estudiantes, egresados y empleadores, a quienes se les consultó mediante entrevistas, reuniones y jornadas de trabajo sobre aspectos tendientes dicha reforma, y entre los cuales vale la pena destacar los siguientes elementos:

- El fortalecimiento de las áreas del plan de estudios actual a través de la reorganización de sus materias, la actualización de los micro-currículos y la creación o desaparición de algunas asignaturas.
- La prueba obligatoria de comprensión lectora, redacción y lectura crítica para todos los estudiantes a mitad de su carrera. La reforma establece una prueba de lengua española para estudiantes de Comunicación Social que será un requisito para ver una asignatura (similar a los controles de segunda lengua que ya existen, como pre-requisitos para algunas asignaturas). Dicha prueba será diseñada, realizada y evaluada por el Centro de Estudios en Lectura y Escritura (CeLee) de la Universidad EAFIT y se realizará una vez por semestre.
- La ampliación de materias electivas-complementarias en el campo de la comunicación. Además de seguir ofreciendo las actuales materias que se tienen como electivas-complementarias, se crean cinco nuevas materias (ellas se ofrecerán igualmente como electivas-complementarias a estudiantes de otras carreras de la universidad): Fotografía Periodística; Comunicación de la Ciencia; Presentación para Radio y Televisión; Apreciación Cinematográfica; Relaciones Públicas.
- La creación de un nuevo énfasis en Comunicación y Mercadeo Digital, cuyo tronco común se compartirá con materias del énfasis en Mercadeo Digital que brinda el pregrado de Mercadeo de la Universidad EAFIT, en una alianza que fortalecerá los procesos de interdisciplinariedad del programa y que responde a las observaciones realizadas por los empleadores, a las modalidades de empleo en las que se han venido desempeñando los egresados y a las tendencias del mercado profesional.
- La creación en el noveno semestre -ciclo de énfasis- de una asignatura común para los estudiantes de todos los énfasis (Empresas Autogestionadas).
- El cambio de nombre de actual énfasis en Cibermedios que pasará a denominarse énfasis en Comunicación Transmedia.
- La configuración de materias pre-pos para los énfasis de Comunicación Transmedia y Comunicación Política, a fin de hacer un tránsito más expedito, a través del sistema Metro, con la maestría en Comunicación Transmedia y la Especialización en Comunicación Política (próxima a convertirse en Maestría).
- Como parte de la interdisciplinariedad del programa, y para lograr sinergias con otras unidades académicas de la universidad, 18 asignaturas serán ofrecidas por otros departamentos académicos.

El grupo autoevaluador considera que la Universidad EAFIT cuenta con criterios, procedimientos y mecanismos precisos para la evaluación periódica de los objetivos, procesos y logros de los programas académicos, los cuales cuentan con la participación de profesores, estudiantes y egresados, con miras a su mejoramiento continuo. Así mismo, reconoce el compromiso del Programa con los procesos de mejoramiento, ajuste y reforma de su Plan de Estudios que está

acorde con los desarrollos del campo de estudios de la comunicación y con las necesidades del mercado profesional.

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

3.4.8. Característica 23. Extensión o proyección social

Las actividades de proyección social del pregrado son un aspecto valioso dentro de su trabajo cotidiano por una doble condición: primero, por la convicción de su importancia no solo 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.

Entre estas actividades de proyección social, algunas de las cuales además están relacionadas con procesos de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, vale la pena mencionar:

- *Edulab Institución Educativa Jesús Amigo* (2016 a la fecha): permitió la creación de un laboratorio escolar con impacto no solo en el colegio sino en la comunidad del barrio Doce de Octubre, en el Noroccidente de Medellín.
- *Cátedra de Derechos Humanos y Comunicación* (2016): realizada de manera conjunta por el Pregrado en Comunicación Social y la Oficina en Colombia del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos y benefició a 470 periodistas comunitarios y estudiantes de las regiones Metropolitana, Oriente, Norte, Suroeste, Magdalena Medio (Antioquia) y Oriente del departamento de Caldas.
- *Laboratorio de Comunicación, Memoria y Territorio* (2015): proceso realizado en la vereda La Loma, del corregimiento San Cristóbal, de la ciudad de Medellín, como parte del informe de memoria histórica “Medellín, ¡Basta Ya!” del Centro Nacional de Memoria Histórica, el Museo Casa de la Memoria y la Unidad Municipal de Víctimas de Medellín. Se llevó a cabo con 38 personas de ese sector del Occidente de esta ciudad, quienes participaron en 17 talleres y 4 módulos de trabajo orientados a los componentes de: memoria y comunicación; exploración fotográfica; exploración audiovisual, cartografías de territorio e integración transmedia.
- *Alejandría, memoria y esperanza* (2014-2015), por parte del Semillero de Investigación en Narrativas Periodísticas: benefició de manera directa a 325 personas de las organizaciones Amuvicafa (Asociación de Mujeres Víctimas Cabeza de Familia) y Asovival (Asociación de Víctimas de Alejandría), y de manera indirecta a los casi 7 mil habitantes de esta localidad, pues se reconstruyó la historia del conflicto armado en esa población y se documentaron los esfuerzos de sanación individual y de reconstrucción colectiva del tejido social luego de la confrontación armada en la década pasada.
- *Modelo y conceptualización para la implementación de laboratorios sociales comunitarios en los corregimientos de Santa Elena y San Cristóbal del municipio de Medellín* (2014): dirigido a comunidades rurales de esos dos corregimientos del Oriente y Occidente de la ciudad.
- *Plan Digital Teso* (2013-2015): benefició a 1.395 estudiantes de 24 instituciones educativas públicas del Municipio de Itagüí.
- *Divertic Edulabs Medellín, Prácticas de comunicación hiperlocal* (2013): benefició a 732 estudiantes de primaria y secundaria de 50 colegios públicos de la ciudad de Medellín.

- *Medellín Digital Aures* (2012): benefició a 800 estudiantes de bachillerato de la Institución Educativa Aures (Comuna 7, Robledo, en el Noroccidente de Medellín) formados en producción digital.

Así mismo, en 2016, el grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales ocupó el puesto 21 entre más de 3.500 Grupos de Investigación del país en el indicador “Estrategias pedagógicas para el fomento de la Ciencia, Tecnología e Innovación”, del ranking ASC-Sapiens, el cual evalúa el diseño y ejecución de estrategias pedagógicas y didácticas que faciliten el aprendizaje, la aplicación y uso de la ciencia, tecnología e innovación en diferentes grupos sociales. Y esto gracias a las siguientes estrategias pedagógicas desarrolladas por el grupo tanto al interior de la Universidad como por fuera de ella:

- Los semilleros de investigación del grupo.
- Las estrategias pedagógicas del *Segundo campamento de docentes TESO*, las *Expediciones al conocimiento* y el *Periódico digital de estudiantes*, en el marco del proyecto Plan Digital Teso, I+D+i Aprendizaje. Fase III, 2015.
- Las estrategias pedagógicas del *Primer campamento de docentes TESO* y el *Encuentro creativo de estudiantes*, en el marco del proyecto Plan Digital Teso, I+D+i Aprendizaje. Fase II, 2014.
- La estrategia pedagógica del *Concierto XOBand*, en el marco del proyecto Divertic Edulabs, 2013.
- La estrategia pedagógica del *Primer Encuentro TESO de investigación e innovación educativa*, en el marco del proyecto Plan Digital Teso, I+D+i Aprendizaje. Fase I, 2013.
- La estrategia pedagógica de los *Talleres de apropiación social de TICs*, en el marco del proyecto Medellín Digital Aures, 2012.

De otro lado, el programa ha apoyado la participación de sus profesores en representación institucional en las siguientes actividades que buscan la aplicación de políticas nacionales en materia de comunicación, educación y desarrollo:

- Talleres de Afacom para el diseño de preguntas de Pruebas Saber Pro.
- Constitución de la Red Colombiana de Periodismo Universitario, Capítulo Antioquia.
- Fortalecimiento y producción de materiales para la Red de Radios Universitarias de Colombia.
- Evaluación de proyectos de creación del Ministerio de Cultura.
- Actividades con la Fundación para la Libertad de Prensa (Flip) para la promoción de la libertad de prensa y el derecho a la información en Colombia.

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.

El grupo resalta los proyectos de proyección social desarrollados entre 2012 y 2016, los cuales responden a una de las recomendaciones de los pares evaluadores de la primera Acreditación de Alta Calidad, quienes llamaban la atención sobre la necesidad de una mayor inserción social del pregrado a través de sus proyectos, profesores y estudiantes en problemáticas de la ciudad y la región.

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

3.4.9. Característica 24. Recursos bibliográficos

El programa dispone de recursos bibliográficos pertinentes gracias a las políticas de adquisición de la Universidad EAFIT que contemplan los siguientes aspectos: renovación y nuevas adquisiciones

de bases de datos o revistas electrónicas, de revistas en papel, libros y otros. Para esto se cuenta con el Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas, que tiene entre sus políticas que los docentes, estudiantes, personal administrativo y egresados sugieran la compra de material bibliográfico con base en las necesidades de sus programas, temas de investigación, o de aquellos materiales que consideren deben hacer parte de sus colecciones. Las solicitudes aplican para libros, revistas, bases de datos, documentos y audiovisuales en todos los formatos.

Como política, igualmente, está que los materiales bibliográficos sean adquiridos entre uno y cuarenta y cinco días después de aceptada la solicitud de compra, a diferencia de las partituras y el material audiovisual, los cuales estarán disponibles a más tardar sesenta días después de aceptada la solicitud. Y una vez lleguen a la biblioteca, los materiales deberán estar disponibles para los usuarios diez días después.

En el “Informe de los servicios y recursos de información para el Programa de Comunicación Social”, preparado por la Biblioteca para este proceso de autoevaluación (Anexo 18) se consigna que a 2016 la colección de recursos bibliográficos de la Universidad ascendió a 382.182 volúmenes y 4.305 títulos de revistas, cifra que representó un incremento del 6.3% con respecto al 2015. El incremento de volúmenes detallado por cada tipo de ítem fue el siguiente: libros (4,3%), revistas (6,9%), documentos (1.6 %), partituras (13,1%), archivos históricos y folletos (13%), videos (9,9%) y CDs (10.9%). Los títulos de revistas presentaron un aumento del (17,3%), incremento que se debe a la adquisición de títulos de revistas patrimoniales. La disponibilidad del material bibliográfico se puede cotejar en la siguiente tabla (Tabla 58):

Área de conocimiento	2012	2013	2015	2016
Ciencia de los computadores, información y obras generales <i>Ciencias de la información, informática, enciclopedias, museología, periodismo, manuscritos y libros raros</i>	3.768	2.493	2.622	2.984
Filosofía y psicología <i>Filosofía, ética y psicología</i>	4.188	4.457	4.729	5.639
Ciencias Sociales <i>Ciencias políticas, economía, derecho, administración pública, educación, comercio, comunicaciones, transporte, cultura</i>	18.416	15.721	18.605	18.199
Lenguaje <i>Lingüística</i>	682	661	733	1.010
Artes <i>Artes plásticas, arquitectura,, artes gráficas, fotografía, música, recreación y deporte</i>	23.530	19.312	20.295	16.698
Literatura y retórica <i>Literatura en todos los idiomas</i>	10.487	9.922	11.495	13.048
Historia y geografía <i>Geografía y viajes, biografía, genealogía e historia</i>	1.927	1.570	1.829	2.679
Publicaciones periódicas	2.187	2.028	2.377	2.838

Tabla 58: Material bibliográfico del Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas

Fuente: Centro Cultural Biblioteca Luis Echavarría Villegas

Así mismo, entre 2012 y 2017, la inversión general realizada por la biblioteca fue de \$ 10.960 millones de pesos. Solo para el año 2017 se tiene un presupuesto de compras por \$ 3.228 millones. Todas estas cifras corresponden a la suscripción de bases de datos de revistas electrónicas y portales especializados, suscripción a revistas impresas y libros, audiovisuales, partituras, documentos y normas.

Por su parte, en 2016 la biblioteca estuvo suscrita a 70 bases de datos de libros electrónicos, revistas, portales de contenido especializados, herramientas para análisis de impacto y evaluación de colecciones con una inversión anual de \$1.600 millones de pesos, las cuales están igualmente al servicio del programa. A las bases de datos se puede acceder desde cualquier red con acceso a internet; es necesario el usuario y la clave del correo electrónico de la Universidad EAFIT. Las suscripciones son a 17 bases de datos de libros especializados, 22 a bases de datos de revistas, 3 a bases de datos de normas y 25 a portales de contenidos especializados.

Al servicio de la comunidad académica del programa en Comunicación Social se encuentran, más de cien revistas, algunas de ellas de carácter académico y consultadas gracias a los servicios de bases de datos y otras de actualidad, disponibles en edición impresa. Aquí solo una muestra (Tabla 59):

TÍTULO	TÍTULO
Journal of Computer-Mediated Communication	Comunicação & Política
New Media & Society	Palabra Clave
Journal of Communication	Imaginanza
Communication Theory	Mediaciones
Human Communication Research	Escribania: comunicación, cultura y región
Political Communication	Revista Folios
Information Communication & Society	Conexiones
Public Understanding of Science	Anagramas
Communication Arts	Rolling Stone (en español)
Journal Of Health Communication	The New Yorker
Comunicación y Sociedad, U. de Navarra	The Paris Review
Comunicación y Sociedad, U. de Guadalajara	Vanity Fair (en español)
Razón y Palabra	Etiqueta Negra (Perú)
Chasqui	VQR
Telos	Arcadia
Comunicarte	El Malpensante
Revista Mexicana de Comunicación	Gato Pardo
Revista Comunicar	Kintoscopio
Revista Signo y Pensamiento	Semana
Anàlisi	Soho
Comunicación y Medios	Matador

Tabla 59: Algunas de las revistas disponibles en las áreas de la comunicación y el periodismo

Fuente: Biblioteca Centro Cultural Luis Echavarría Villegas

Entre 2012 y 2017, los alumnos del programa prestaron en la biblioteca de la Universidad 15.029 libros; 5.513 piezas audiovisuales; 806 títulos de revistas; 68 documentos de referencia; 80 tesis de grado; 12 libros especiales; 11 partituras y 35 documentos de técnicas musicales (utilizados en el Proyecto Teso, de proyección social, en instituciones educativas del municipio de Itagüí); y 96 CD, LP o casetes. Asimismo, profesores, practicantes y monitores de Comunicación Social recurrieron al préstamo de recursos bibliográficos, entre los mismos años, 2.420 veces.

Para incentivar en los estudiantes la consulta y uso de los materiales bibliográficos, el programa pone en marcha las siguientes estrategias y mecanismos:

- En el proceso de inducción a los estudiantes que ingresan a primer semestre, se incluye visita a la biblioteca para explicar los servicios que ofrece y cómo utilizarlos.

- Se realizan talleres de citación, con materiales de la biblioteca.
- Se tiene lecturas obligatorias de libros periodísticos (la mayoría de los cuales están en la biblioteca)
- Se realizan cursos de bases de datos y búsqueda de información científica en ellas para los cursos de las áreas de Ciencias Sociales y Metodológica-Científica.
- Todos los cursos del pregrado tienen la obligación de tener lecturas y de realizar informes sobre ellas.

Al consultar a los profesores y estudiantes sobre su grado de satisfacción con la suficiencia, la actualidad y la pertinencia del material bibliográfico con que cuenta el programa, se constata que ambos sectores de la comunidad académica califican positivamente estos aspectos (Tabla 60). El 95% de los estudiantes consultados le otorgan una alta calificación (entre 5 y 4) a la suficiencia; el 86% hacen lo mismo con la actualización, mientras que el 90% valoran en estos mismos términos la pertinencia de los recursos bibliográficos. Por su parte, el 88% de los profesores califican entre 5 y 4, la suficiencia y la pertinencia de dichos recursos, mientras que el 82% hace lo mismo con la actualización.

Grado de satisfacción con el material bibliográfico con que cuenta el programa, en términos de:	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	Total	5	4	3	2	1	N/C	Total
Suficiencia	64%	31%	3%	1%	0%	0%	100%	65%	23%	12%	0%	0%	0%	100%
Actualización	54%	32%	9%	0%	0%	0%	100%	57%	25%	18%	0%	0%	0%	100%
Pertinencia	57%	33%	7%	0%	0%	2%	100%	61%	27%	12%	0%	0%	0%	100%

Tabla 60: Calificación de estudiantes y profesores de la suficiencia, actualidad y pertinencia del material bibliográfico

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.

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

3.4.10. Característica 25. Recursos informáticos y de comunicación

La Universidad cuenta con 73 plataformas tecnológicas de diverso tipo que garantizan la conectividad, la interactividad y el acceso de profesores, estudiantes y personal administrativo a los sistemas de información y a los recursos para el aprendizaje que requieren los estudiantes. Las más utilizadas por el programa para la administración y los procesos académicos son las siguientes:

- *Acadi*: reporte automático de notas del Centro de Idiomas.
- *Ayre*: inscripción y pago, y manejo de procesos de admisión y registro de estudiantes.
- *Bisa*: administración de becas de pregrado y posgrado.
- *Bpms*: gestión de solicitudes académicas de Admisiones y Registro.
- *Cassandra*: administración de Desarrollo Artístico (Bienestar Universitario).
- *Contrata*: proceso de contratación de profesores de cátedra de pregrado y posgrado.
- *Docuware*: consulta por Internet de documentos digitales.
- *Enlace*: consulta de convenios que tiene la Oficina de Relaciones Internacionales.
- *Express*: para el registro de candidatos a órganos de representación y resultados de las votaciones.

- *Eafit Interactiva*: para la administración académica de las asignaturas de pregrado y posgrado: es utilizada por profesores y estudiantes.
- *Escalafón*: administración de la información profesoral sobre el escalafón.
- *Investiga*: administración de todo el sistema de investigación.
- *Saúl*: soporte a usuarios de servicios informáticos.
- *Seven*: sistema de evaluaciones y encuestas.
- *Siede*: evaluación a la docencia, encuestas para evaluar cursos y docentes.
- *Sígale*: administración de los grupos de estudiantes.
- *Sinbad*: sistema de gestión de la biblioteca y de los recursos bibliográficos.
- *Sipa*: módulo de programación académica.
- *Sipres*: información presupuestal.
- *Sirena*: módulo para el reporte automático de notas de pregrado y posgrado.
- *Sisdepp*: información de prácticas profesionales.
- *Ulises*: consulta de notas por parte de los estudiantes de pregrado y posgrado.
- *Zeus*: módulo de asignación docente.

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*.

Todos los docentes tienen disponibles recursos informáticos para sus clases, ya que la totalidad de las aulas de la institución poseen, como mínimo, un computador con acceso a Internet y un videobeam o televisor para la presentación de sus materiales. En caso de que se requieran computadores en las aulas tradicionales o equipos adicionales en las clases que son en salas de cómputo, se dispone de las “aulas móviles” que permiten llevar en forma ágil tabletas y computadores portátiles a cualquier sitio de la Universidad.

Del mismo modo, la institución cuenta con cien computadores portátiles que están disponibles para su préstamo a los estudiantes, quienes pueden incluso sacarlos fuera de la universidad. Y en épocas de exámenes finales, las salas de cómputo y laboratorios informáticos están abiertos las 24 horas. A 2017, el número de equipos de cómputo disponibles en las aulas del campus universitario es de 1.750, lo que equivale a decir que el número de estudiantes por equipo de cómputo es de 6.3. La siguiente tabla muestra la evolución que ha tenido la Universidad en esta materia desde 2004 hasta 2017 (Tabla 61).

Año	Equipos de computo	Salas de cómputo	Equipos de salas de computo	Estudiantes por equipo	Portátiles para préstamo	Salas de Tele-presencia	Aulas móviles	Tableros digitales	Mimios
2017	5.582	51	1.750	6.3	100	9	2	10	11
2010	2.949	42	1.210	6.9	80	9	2	10	11
2004	1.405	23	351	21.03	0	0	0	0	0

Tabla 61: evolución de los recursos informáticos, 2004 a 2017

Fuente: Dirección de Informática

Al consultar la opinión de estudiantes y profesores sobre la suficiencia, la actualización y la pertinencia de los recursos informáticos y de comunicación con que cuenta el programa para el desarrollo de sus actividades académicas, la percepción de ambos fue bastante positiva (Tabla xxx). La calificación sobre 5 siempre superó la mitad de las respuestas de los estudiantes para los tres

factores (61% para la suficiencia, 56% para la actualización y 59% para la pertinencia; una valoración que en el caso de los profesores fue mayor, pues esta alcanzó el 73% para la suficiencia, el 71% para la actualización y el 67% para la pertinencia (Tabla 62).

Grado de satisfacción con los recursos informáticos y de comunicación con que cuenta el programa, en términos de:	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	Total	5	4	3	2	1	N/C	Total
Suficiencia	61%	30%	7%	1%	0%	1%	100%	73%	18%	6%	0%	0%	2%	100%
Actualización	56%	32%	8%	1%	0%	3%	100%	71%	20%	4%	0%	0%	4%	100%
Pertinencia	59%	33%	6%	1%	0%	2%	100%	67%	23%	8%	0%	0%	2%	100%

Tabla 62: Calificación de estudiantes y profesores de la suficiencia de los recursos informáticos y de comunicación

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), 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 acompañar los procesos académicos.

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

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

3.4.11. Característica 26. Recursos de apoyo docente

Dado que algunas áreas disciplinares y profesionales del Programa tienen un fuerte acompañamiento de la 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 transformar 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 y sitios web 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 Humanidades que posee el equipamiento técnico requerido para servir al programa.

La capacidad y disponibilidad de los recursos audiovisuales al servicio del pregrado es pertinente para el desarrollo normal de las asignaturas. En caso de 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.

En cuanto a laboratorios especializados, el programa cuenta con los siguientes: el MediaLab que funciona en las aulas 38-208 y 38-315, el Centro Multimedial, la emisora digital Acústica y la revista digital Bitácora. Estos laboratorios permiten el correcto desempeño de las actividades de docencia del programa y cumplen con las normas de bioseguridad y de salud ocupacional definidas por las autoridades nacionales respectivas. Entre estos laboratorios vale la pena mencionar:

La emisora digital Acústica, que cuenta con los equipos necesarios para la realización sonora y de radio, tanto en los procesos de producción como de posproducción:

- 5 computadores de escritorio marca Apple
- 2 computadores de escritorio marca Hewlett-Packard
- 1 consola de sonido Yamaha O1V 96
- 1 Ecuilizador gráfico Yamaha modelo Q2031A
- 1 grabador cassette- cd TASCAM CC-222 MKIII
- 1 grabador minidisc-cd TASCAM
- 1 equipo Ultrapatch PX 2000
- 2 altavoces Behringer Truth B2031A
- 4 micrófonos Senheiser e845s
- 4 micrófono Shure SM58
- 3 micrófonos Behringer C-1
- 1 micrófono Audio-technica ATR2100-USA
- 1 consola Xenyx802
- 1 adaptador de audífonos de 4 canales marca Proel
- 4 audífonos Behringer
- 6 audífonos Senheiser HD 180
- 1 audífono Sony MSR-ZX100
- 1 pie de micro pequeño
- 5 soportes de micrófono en cabina
- 1 disco duro Hitachi.
- 2 atriles
- 1 Televisor Sony

El Centro de experimentación MediaLab, 38-304 y 38-208, que cuenta con dos aulas para el trabajo de clase dotadas con

- Tableros interactivo
- 4 Smart TV Sony
- 28 Imac Core i7 de 21 pulgadas.
- 11 Imac Core i5
- 1 MacPro Xeon E5
- 1 MacBook Pro Core i7
- 2 impresoras 3D: Solid Doodle y Makerbot
- Kinect y Leap Motion
- *Klynt Pro*
- Adobe Suite Master Collection Cinema 4D
- Unity con plugins para proyectos en IOS y Android

- Software para videomapping (MadMapper, Modul8 e Isadora) Ableton Live.

El Centro Multimedial, que cuenta con la siguiente dotación:

- *Un estudio de televisión* de 113 metros cuadrados que permite la realización y producción de videos promocionales, videos institucionales, videoclips, documentales, comerciales y programas de televisión. Tiene un sistema insonorizado para grabación de audio profesional, y un sinfín o ciclorama de color verde que permite realizar efectos para la grabación o producción en vivo. Cuenta, además, con un master ubicado en el segundo piso con visual sobre la parrilla de luces y el set de grabación, y una cabina de audio insonorizada para la grabación de locuciones requeridas en las diferentes producciones. En este espacio se encuentran también 2 camerinos, una sala de espera y una cocineta, para la comodidad de los usuarios. La parrilla de iluminación tiene las siguientes características: acceso por el primer y segundo piso del edificio; tubos para soporte y desplazamiento de pantógrafos y luminarias; puerta acústica de acceso, puerta garaje a nivel del estudio que conserva la misma altura de la entrada principal para el ingreso de escenografías, equipos de producción, unidad móvil, o automóviles, entre otros.

- *Un sistema de televisión vía internet- Canal Envivo* que cuenta con 2 servidores de Streaming y 2 estaciones de digitalización que tienen como objetivo principal la digitalización, codificación, archivo y transmisión del canal interno de televisión, en Internet. El servicio puede ser accedido por los usuarios mediante la página web envivo.eafit.edu.co.

- *Una sala de Posproducción de audio y estaciones para edición de sonido* que posee 3 estaciones i-Mac, cada una de ellas dotada de micrófono y Mbox 2 que ofrecen un sistema de producción de audio de calidad profesional compacto y portátil (este es un sistema de producción audio/MIDI USB de nueva generación que trabaja de la mano con el software Pro Tools, en el que se incluye el Pro Tools Ignition Pack).

- *Una sala de Posproducción de audio-Estudio de sonido* que cuenta con un sistema compuesto por una estación de trabajo (dotada con el software Protools LE y una interface de grabación I/O llamada Digi 002R que cuenta con entradas y salidas analógicas, digitales y un MIDI, que soporta frecuencias de muestreo de hasta 96 kHz para grabar con alta definición) y una cabina de grabación para la realización de producciones musicales y radiales, equipada con micrófonos profesionales.

- *Una sala de edición digital de audio:* con 12 estaciones Mac G4, y una estación principal G5 para postproducción de radio, que cuentan con el software Pro Tools LE 7, el cual ofrece muchos de los mismos atributos en los que los estudios de primera línea.

- *Un inventario de equipos para préstamo a estudiantes*, tales como cámaras de video (30 cámaras), de fotografía (14 cámaras), micrófonos, trípodes, dollies, intercoms, luces, entre otros.

Los estudiantes y profesores consultados califican positivamente la calidad de los recursos de apoyo docente con que cuenta el programa (laboratorios, talleres, ayudas audiovisuales, sitios de práctica) en cuanto a la capacidad, la dotación y la disponibilidad de dichos recursos. Por ejemplo, la capacidad obtuvo una calificación entre 5 y 4 por el 87% de los estudiantes, mientras que la dotación recibió esta misma escala por el 91% de los estudiantes encuestados. Igual ocurrió con el 83% de los profesores que calificaron entre 5 y 4 la capacidad, mientras que el 85% hizo lo mismo con la dotación. En cuanto a la disponibilidad, el 79% de los estudiantes y el 78% de los profesores la calificaron entre 5 y 4 (Tabla 63), siendo esta la valoración más “baja” de las tres, y que está relacionada con el préstamo de quipos audiovisuales a los estudiantes y profesores por parte del Centro Multimedial.

Grado de satisfacción con los recursos de apoyo docente con que cuenta el programa, en términos de:	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	Total	5	4	3	2	1	N/C	Total
Capacidad	54%	33%	8%	1%	1%	3%	100%	63%	20%	8%	0%	0%	8%	100%
Dotación	60%	31%	6%	1%	0%	2%	100%	65%	20%	6%	0%	0%	8%	100%
Disponibilidad	46%	33%	13%	2%	2%	4%	100%	51%	27%	12%	0%	0%	10%	100%

Tabla 63: Calificación estudiantes y profesores de la calidad de los recursos de apoyo docente del Programa

El grupo autoevaluador considera que el programa cuenta con recursos suficientes, actualizados y adecuados de apoyo docente para el desarrollo de las actividades académicas (equipos, medios audiovisuales, software, aplicaciones 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. Así mismo, el grupo constata que todas las acciones propuestas en el Plan de Mejoramiento de la Primera Acreditación de Alta Calidad relacionadas con la creación del Laboratorio de Experimentación Hipermedia del Pregrado de Comunicación Social, denominado *Medialab*, y con la dotación de salas para este propósito se cumplieron a cabalidad.

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

Acciones de mejoramiento:

- Elaborar la propuesta de transformación del MediaLab de un Laboratorio de producción Hipermedia a un Centro de Estudios para la Innovación en Comunicación y Convergencia que trascienda las áreas de audiovisuales y cibermedios, para convertirse en un centro de estudios que articule los programas de pregrado y posgrado del Departamento de Comunicación Social.
- Desarrollar un plan de acción conjunto con la coordinación del Centro Multimedial con el fin de prestar un mejor servicio a los profesores y los estudiantes en términos de préstamo de equipos, realización de trabajos, acceso y disponibilidad de espacios.

Evaluación del factor 4. PROCESOS ACADÉMICOS

El Pregrado en Comunicación Social cuenta con un currículo flexible, integro e interdisciplinario, que tiene a disponibilidad recursos bibliográficos y de apoyo docente bien evaluados por la comunidad académica. A esta idoneidad de los procesos académicos del Programa ha contribuido la calidad y formación diversa de sus profesores, el apoyo constante de la Universidad en la dotación de equipos, aulas, laboratorios y material bibliográfico, así como las metodologías de enseñanza y aprendizaje cuyos frutos se ven en los trabajos de los estudiantes y en el reconocimiento que está teniendo el Pregrado en el contexto local, una situación que se puede cotejar en el incremento del 100% que en últimos tres años ha tenido el programa en el ingreso de los bachilleres que por primera vez ingresan a la educación superior y que han escogido el pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 4 obtiene una calificación general de **4.71**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.5. FACTOR 5: VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL

3.5.1. Característica 27. Inserción del programa en contextos académicos nacionales e internacionales

La Universidad EAFIT se ha declarado como una Institución “abierta al mundo”, expresión que indica la voluntad académica y administrativa de promover el desarrollo de relaciones académicas y científicas con instituciones nacionales e internacionales, en beneficio de la ciencia, la tecnología, la cultura y la sociedad.

En cuanto al ámbito nacional, la Universidad ha desarrollado vínculos de cooperación con diversas instituciones de educación superior del país, lo que le ha permitido llevar a cabo procesos recíprocos de intercambio estudiantil (por ejemplo, mediante el convenio *Sígueme*), así como insertarse en otras ciudades colombianas mediante la proyección de su oferta académica y sus conocimientos.

En cuanto al ámbito internacional, la Universidad concibe la internacionalización como el proceso continuo de insertarse en un mundo global, donde sus egresados, profesores y estudiantes desarrollen la comprensión, el respeto y la adaptación a las diferentes culturas, legislaciones y productos del quehacer humano” (PEI, Pág. 34). Es así como a la fecha, EAFIT cuenta con 237 convenios vigentes suscritos con cerca de 160 instituciones de educación superior en 29 países.

En este marco se inserta el programa de Comunicación Social. A 2017, este cuenta con convenios suscritos vigentes con 28 universidades en 15 países (Alemania, Australia, Canadá, Brasil, China, Corea del Sur, Ecuador, Estados Unidos, España, Japón, México, Nueva Zelanda, Perú, Reino Unido y Suiza). De estas universidades, 10 son europeas, 3 quedan en Asia, 2 en Oceanía y 13 en el continente americano. Y en Colombia, el Programa tiene convenios activos con nueve universidades para realizar procesos de movilidad estudiantil y profesoral (Tabla 64).

País	Universidad	Tipo de convenio
Alemania	Universität Mannheim	Intercambio académico
	Universität Augsburg	Intercambio académico
	European University/Munich Camp	Semestre Académico en el Exterior e Intercambio académico
Australia	Queensland University of Technology (QUT)	Intercambio académico
Brasil	Universidad Federal de Santa Catarina	Intercambio académico
	Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais	Intercambio académico
	Universidad Anhembi Morumbí	Intercambio académico
Canadá	CREPUQ ASCUN	Intercambio académico
	Concordia University	Intercambio académico
Colombia	Convenio <i>Sígueme</i> (Universidad de Antioquia, Universidad Nacional, Universidad del Rosario, Universidad de La Sabana, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de Manizales, Universidad Autónoma de Occidente, Universidad del Valle, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Industrial de Santander).	Intercambio académico
Corea del Sur	Universidad de Kyung Hee	Intercambio académico
	Korea University	Intercambio académico
Ecuador	Universidad Casa Grande	Intercambio académico
España	Universidad Ramon Llull	Intercambio académico
	Universidad de Málaga	Intercambio académico

	Universidad Camilo José Cela	Intercambio académico
	European University (Barcelona Campus)	Semestre Académico en el Exterior e Intercambio académico
Estados Unidos	University of Northern Iowa	Intercambio académico
	University of North Alabama	Intercambio académico
	University of Oklahoma	Intercambio académico
Japón	Meiji University	Intercambio académico
México	Universidad Del Vale Atemajac	Intercambio académico
	Universidad de Colima	Intercambio académico
Nueva Zelanda	Victoria University of Wellington	Intercambio académico
Perú	Universidad de Piura	Intercambio académico
	Pontificia Universidad Católica de Perú	Intercambio académico
Reino Unido	Bath Spa University	Intercambio académico
Suiza	European University (Geneva Campus)	Semestre Académico en el Exterior e Intercambio académico
	European University (Montreux Campus)	Semestre Académico en el Exterior e Intercambio académico

Tabla 64: Convenios de cooperación con universidades del país y del exterior

Fuente: Oficina de Relaciones Internacionales

En los últimos cinco años, el Departamento de Comunicación Social ha realizado diversas actividades de cooperación académica con instituciones nacionales e internacionales de educación superior. Entre las nacionales, vale la pena recordar: el proyecto *Riesgos y potencialidades del uso de las Tecnologías de la Información de la Comunicación (TIC) en la vida cotidiana*, con la empresa Tigo-Una; la *Cátedra de Derechos Humanos y Comunicación* con ONU-DDHH; las tres fases del *Plan Digital Teso, I+D+i Aprendizaje*, con el municipio de Itagüí; el *Laboratorio de Memoria histórica de violencias en el marco del conflicto armado en la ciudad de Medellín* con el Centro de Memoria Histórica, la Casa de la Memoria y la Alcaldía de Medellín; los proyectos *Divertic Edulabs* y *Medellín Digital Robledo Aures*, con el Municipio de Medellín, entre otros.

A nivel internacional, la inserción del Departamento de Comunicación Social se ha enfocado, además de los aspectos anteriores, a gestionar su visibilidad mediante la realización de eventos académicos, entre los cuales se pueden mencionar:

- El Festival Internacional de Series Web de Medellín (FISMED), un evento de realización bial iniciado en 2016, y en cuya primera versión se recibieron 989 productos de 89 países; se nominaron 25 series web y se premiaron 10. Y en el marco del cual se realizaron 4 conferencias magistrales, 13 workshops y 1 conversatorio con la participación de 18 invitados (6 de ellos internacionales) que tuvieron a cargo dichos eventos. FISMED recibió 457 personas no solo de Colombia sino de otros países suramericanos, quienes pudieron participar de los distintos eventos de manera gratuita. En las alianzas para su realización se contó con el apoyo de la Secretaría de Cultura de Medellín, la Comisión Fílmica de Medellín, el Canal Telemedellín, la Caja de compensación familiar COMFAMA, la Corporación Cinefilia y Caracol Next.
- La Conferencia Mundial Transmedia a realizarse en Medellín en octubre de 2017, con la participación de cinco universidades asociadas (Universidad EAFIT, Colombia; Bath- Spa University y Bournemouth University, Reino Unido; Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España; y la Universidad Anhembi Morumbi, Brasil) que aparecen como instituciones convocantes de un evento que a la fecha ya cuenta con 58 ponencias aprobadas enviadas de 17 países.

- Los convenios con las Universidades de Bath Spa, de Inglaterra, y la Universidad Anhembi Morumbi, de Brasil, los cuales tienen como propósito el intercambio profesoral mediado por la realización de pasantías de corta duración y el desarrollo conjunto de actividades de docencia, investigación, asesoría, extensión y programas de maestría y doctorado, pregrado y posgrado. Una de estas actividades es precisamente la publicación del libro "Arqueología transmedia en América Latina: mestizajes, identidades y convergencias", editado conjuntamente por la Universidad EAFIT y Bath Spa University, y que en el momento de escritura de este informe se encuentra en proceso de edición.

Así, el impacto social producto de la inserción de nuestro Programa en los contextos académicos nacionales e internacionales se puede evidenciar en dos niveles. En primer lugar, en la relación comunicación y educación, pues gracias al intercambio con otras instituciones ha sido posible adelantar proyectos de alto impacto social como los reseñados anteriormente, así como gestionar eventos de carácter internacional acordes con los propósitos de formación del programa.

Por otro lado, el impacto también se evidencia en el abordaje de la relación comunicación, política y cultura, pues gracias al intercambio con diversas instituciones del país ha sido posible establecer proyectos de largo aliento como la Cátedra Antonio Nariño de Libertad de Expresión, la Cátedra de Comunicación, Política y Derechos Humanos FLIP-EAFIT, además de participar en el proyecto de memoria histórica Medellín, ¡Basta Ya! y en la Cátedra Derechos Humanos y Comunicación en asocio con ONU-DDHH.

De otro lado, entre 2015 y 2016 un equipo de profesores del Departamento de Comunicación Social hizo una revisión de los programas de Comunicación Social en Colombia, Latinoamérica y otras partes del mundo con el ánimo de analizar sus proyectos académicos, metodológicos y sus apuestas curriculares. Este ejercicio se realizó para generar una línea de base que permitiera al Departamento de Comunicación Social de la Universidad EAFIT cotejar la propuesta de reforma curricular del pregrado de cara a las necesidades emergentes de este campo intelectual y profesional.

Al consultar la opinión de los estudiantes y profesores sobre el nivel de satisfacción con la forma en que el programa promueve su interacción con ambientes nacionales e internacionales, el 82% de los estudiantes y el 70% de los profesores valoran de manera positiva dicha promoción otorgándole un puntaje entre 5 y 4. El 14% de los estudiantes y el 12% de los profesores la valoran aceptable, al otorgarle un puntaje de 3 (Tabla 65).

Grado de satisfacción con la forma en que el programa promueve la interacción de estudiantes y profesores en ambientes nacionales e internacionales	Estudiantes	Profesores
5	47%	45%
4	35%	25%
3	14%	12%
2	1%	0%
1	1%	2%
N/C	2%	16%
Total	100%	100%

Tabla 65: Calificación de estudiantes y profesores sobre la interacción del programa en ambientes nacionales e internacionales

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 definidas en materia de referentes académicos

externos, nacionales e internacionales, lo que se ha materializado en la firma de un buen 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, aunque se esperaría que la participación a nivel internacional fuera más prolífica y recíproca, esto es, que profesores del Departamento de Comunicación Social accedan a este tipo de intercambios.

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

3.5.2. Característica 28. Relaciones externas de profesores y estudiantes

El intercambio académico de estudiantes del programa con otras instituciones de índole nacional e internacional ha sido una constante en la Universidad EAFIT. Gracias a la gestión de la Oficina de Relaciones Internacionales hoy el Programa cuenta con convenios marco de cooperación con las principales universidades del país, así como con 28 universidades en 14 países diferentes los cuales están orientados al intercambio académico de profesores y estudiantes.

En los últimos cinco años, 35 estudiantes extranjeros han cursado asignaturas de intercambio académico en nuestro programa, provenientes de 11 universidades y 9 países: cuatro europeos, dos americanos, dos asiáticos y uno de Oceanía, en un promedio de siete estudiantes por año (Tabla 66).

Movilidad internacional entrante								
Universidad de origen	País	2012	2013	2014	2015	2016	2017-1	Total
Coastal Carolina University	EE.UU				1			1
Concordia University	Canadá					1		1
Copenhagen Business School	Dinamarca		1					1
Esc Rennes School of Business	Francia						1	1
Hankuk University	Corea					1		1
Kyung Hee University	Corea	3	4	3	2	3	2	17
Macquaire University	Australia						1	1
Tokio University of Foreign Studies	Japón					1	1	2
Universidad de Málaga	España		2	4			2	8
Universität Potsdam	Alemania					1		1
University of Augsburg	Alemania				1			1
Total		3	7	7	4	7	7	35

Tabla 66: Movilidad internacional entrante, 2012-2017

Fuente: Oficina de Relaciones Internacionales

Y a nivel nacional, la movilidad entrante ha sido de 41 estudiantes que han llegado entre 2012 y 2016 a cursar un semestre de intercambio en el Pregrado. De estos, el mayor número –17 estudiantes– ha sido de la Universidad de Antioquia, seguidos de la Universidad del Norte (6 estudiantes) y de la Universidad Pontificia Bolivariana (4 estudiantes).

En cuanto a la movilidad saliente, entre 2012 y 2017-1, un total de 45 estudiantes del Pregrado han salido del país a cursar un semestre de intercambio. La mayoría –35 estudiantes– lo han hecho en dos universidades de España: La Universidad camilo José Cela y la Universidad de Málaga. Una cifra que se contrasta con la movilidad nacional saliente que es escasa, ya que entre 2014 y 2015 solo tres estudiantes fueron a otras universidades de la ciudad o el país a cursar un semestre de intercambio: dos en la Pontificia Universidad Javeriana y uno en la U. de A. (Tabla 67).

Movilidad internacional saliente								
Universidad de origen	País	2012	2013	2014	2015	2016	2017-1	Total
European University	Alemania						1	1
ISM	EE.UU						1	1
Universidad Ramón Llull	España					1		1
Macquarie University	Australia					1		1
Tecnológico de Monterrey	México				1			1
Universidad Camilo José Cela	España	3	4	7	5	6	1	26
Universidad Casa Grande	Ecuador					1		1
Universidad Central de Chile	Chile		1		1	2		4
Universidad de Málaga	España		4	3	2			9
Total		3	9	10	9	11	3	45

Tabla 67: Movilidad internacional saliente, 2012-2017

Fuente: Oficina de Relaciones Internacionales

Así mismo, un total de 87 estudiantes han ingresado al programa por la modalidad de transferencia externa. Estos vinieron de cursar estudios en otras universidades de la ciudad, o del país lo que conllevó la homologación de algunas de las materias cursadas. Una cifra que equivale al 13.7% de la población actual del pregrado. Un poco más de la mitad de estos estudiantes, 55 de ellos, llegaron de transferencia externa en los dos últimos años (desde el primer semestre de 2015).

Además, entre 2012 y el primer semestre de 2017, el programa de Comunicación Social recibió la visita de 60 invitados, entre académicos, periodistas, realizadores y productores nacionales y extranjeros (colegas principalmente de Argentina, Brasil, España, Estados Unidos e Inglaterra), que impartieron conferencias en el pregrado, la Especialización en Comunicación Política y la Maestría en Comunicación Transmedia, o estuvieron impartiendo cursos breves en los programas de pregrado y posgrado, o haciendo parte de actividades relacionadas con procesos de investigación llevados a cabo por profesores del grupo de investigación en Comunicación y Estudios Culturales. De la lista de invitados, 30 fueron periodistas, 19 fueron académicos y 11 realizadores, productores o consultores de medios (Tabla 68).

Nombre	Entidad de origen	País	Actividad	año
Wade Davis	Explorador National Geographic. Profesor University of British Columbia	Canadá	Conferencia: Los guardianes de la sabiduría ancestral, su importancia en el mundo contemporáneo.	2017
Víctor Gaviria	Director de cine	Colombia	Conversatorio: El detrás de cámaras de la película "La mujer del animal".	
Cristián Cartagena, Carlos Pareja y Carlos García	Telemedellín Minuto 30 Caracol Televisión	Colombia	Panel: Telemedellín 20 años: la televisión multiplataforma en la era digital.	
Nathalie Iriarte, Priscilla Hernández, Daniela Aguilar, Ronna Rísquez, Luis Botello y Carlos Huertas	Periodistas de medios digitales de América Latina	Bolivia México Ecuador Venezuela Panamá Colombia	Panel: Riesgos para la democracia en América Latina, retos para el periodismo	
Jonathan Bock y Sebastián Salamanca	Fundación para la Libertad de Prensa	Colombia	Conferencia: Los mapas y las cifras del periodismo colombiano. Presentación de los resultados de la IV Encuesta nacional a periodistas sobre libertad de expresión y acceso a la	

			información.	
Juan Camilo Maldonado, Aquiles Baeza	Periodista y gestor editorial Actualidad Panamericana	Colombia	Panel: "Fake news" y acceso a la información en tiempos de posverdad y posconflicto	
Ana Cristina Restrepo, Juan E. Lewin, Luisa Isaza, Carlos Cortés	Blu Radio La Silla Vacía FLIP Consultor en regulación de internet y medios	Colombia	Panel: "Libertad de expresión en la red ¿desregulación o control?"	
Yolanda Barrasa	Microteatro	España	Conferencia: La arquitectura del guión transmedia y Taller de guión para series web.	2016
Selim Gungor	VICE Media	Alemania	Conferencia y taller: Estrategias de contenidos audiovisuales para audiencias juveniles.	
Sebastián Semproni y Florencia Corona		Argentina	Conferencia y taller: De la expectativa a la realidad: diseño y coordinación para proyectos de animación y post-producción.	
Yan Camilo Vergara	Videobase	Colombia	Conferencia: Tendencias digitales en el mercadeo y la publicidad.	
Claudia Morales	La Luciérnaga de Caracol	Colombia	Conferencia: El periodismo incómodo al poder y las redes sociales.	
Alfonso Buitrago	Periodista independiente	Colombia	Conferencia: Las guerras del 9. Albeiro Lopera: un fotógrafo punk que registró las grandes tragedias del país.	
Pedro Vaca	Fundación para la Libertad de Prensa	Colombia	Panel: La libertad de prensa en Colombia.	
Carlos Cortés	Consultor regulación de internet y medios	Colombia	Panel: Política y legislación de medios de comunicación	
Denis Renó Porto	Universidade Estadual do Sao Paulo	Brasil	Conferencia y taller: Cambios y tendencias del periodismo en el mundo transmedia.	
Matew Freemann	Bath Spa University	Inglaterra	Conferencia: Magos, junglas y hombres de acero. La historia de la industria de las narrativas del entretenimiento transmedia.	
Arnau Gifreu Castells	Universidad de Vic	España	Taller: Documental interactivo y desarrollo web.	
Isidro Moreno	Universidad Complutense de Madrid	España	Conferencia: Narración hipermedia: los relatos del siglo XX y taller práctico de guionización hipermedia hipermedia y transmedia.	
Bill Gentile	American University	Estados Unidos	Conferencia: Videoperiodismo de mochila.	
Carlos Tognato	Universidad Nacional	Colombia	Panel: Decir adiós a la guerra. Retos y responsabilidades de la academia en el posconflicto.	
Jesús Abad Colorado	Reportero independiente	Colombia	Conferencia: Mirar de la vida profunda. Fotografía, memoria y conflicto en Colombia.	
Omar Rincón	Universidad de Los Andes	Colombia	Conferencia: narrar para reconocerse.	

Jesús Martín-Barbero	Independiente	Colombia	Conferencia: Ecologías mediáticas emergentes.	2014
Vicente Gosciola	Universidad Anembi-Morumbí	Brasil	Conferencia: Periodismo Transmedia. Profesor invitado al Pregrado en Comunicación Social.	
Salvador Alsius	Universidad Pompeu Fabra	España	Conferencia: Nuevos problemas éticos suscitados por el trabajo periodístico.	
Carlos Scolari	Universidad Pompeu Fabra	Argentina -España	Conferencia: Narrativas transmedia en la nueva ecología de medios.	
Luis Barbosa	Canal RCN	Colombia	Taller de presentación de televisión	
Álvaro Sierra	Revista Semana	Colombia	Conferencia: Las negociaciones en La Habana: los retos de la cobertura periodística.	
Carme Ferré	Universidad de Barcelona	Colombia	Panel: Infoentretenimiento, el formato imparable en la era del espectáculo.	
Olga Lozano y Mauricio Builes	La Silla Vacía y CNMH	Colombia	Panel: Proyecto Rosa y Las rutas del conflicto.	
Néstor Oliveros	Los puros criollos, Señal Colombia	Colombia	Conversatorio: Narrativas audiovisuales y nuevas apuestas.	2013
Adriana Amado y Luciana Panke	Universidad de La Matanza y Universidade Federal do Paraná	Argentina y Brasil	Conferencia: Modelos de comunicación de las gobernantes latinoamericanas. Los casos de Dilma Rousseff y Cristina Fernández	
Alejandro Piscitelli	Independiente	Argentina	Conferencia: La política como interfaz.	
Pascual Gaviria y Héctor Rincón	La Luciérnaga de Caracol	Colombia	Conversatorio: El humor en el periodismo colombiano.	
Juan José Hoyos y Alberto Donadío	Independientes	Colombia	Conversatorio: El periodismo de investigación en Colombia.	2012
Luis Carlos Vélez, Ignacio Gómez y Rafael Poveda	Noticias Caracol, Noticias Uno y Cable Noticias	Colombia	Conversatorio: Los restos de los informativos en Colombia.	
Omar Rincón	Universidad de Los Andes	Colombia	Conferencia: No son los contenidos. Son los formatos la innovación comunicativa.	
Nilda Jacks	Universidades Federal Rio Grande do Soul	Brasil	Panel: De las audiencias contemplativas a los productores conectados.	
John Dinges	Columbia University	Estados Unidos	Conferencia: La libertad de expresión en América Latina.	
Alejandro Formanchuk	Formanchuk & Asociados	España	Conferencia: Educación 2.0	
Maryluz Vallejo y Jorge Cardona	Pontificia Universidad Javeriana y El Espectador	Colombia	Conversatorio: Guillermo Cano.	2012
Carlos García	Caracol T.V.	Colombia	Conferencia: Las redes sociales en la transformación del consumo de medios.	

Tabla 68: Invitados a eventos académicos del Programa, 2012-2017

Fuente: Programa de Comunicación Social

En este mismo período de tiempo, profesores del Departamento de Comunicación Social han interactuado mediante ponencias, invitaciones, realización de eventos o convenios de cooperación con comunidades académicas de varios países, lo cual se ha traducido en el enriquecimiento conceptual, metodológico y normativo de nuestros tres programas académicos (Pregrado,

Especialización y Maestría), y entre las cuales vale la pena mencionar: Universidad de la Matanza (Argentina), Universidad Federal do Paraná (Brasil), Universidad Pompeu Fabra (España), Universidad Anembi-Morumbí (Brasil), Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), Universidad Estadual de Sao Paulo (Brasil), American University (Estados Unidos), Universidad Bath-SPA (Inglaterra), Universidad de Vic (España), Universidad Complutense de Madrid (España), Universidad de Buenos Aires (Argentina), Universidad de Los Andes (Colombia), Universidad ICESI (Colombia) y Universidad del Norte (Colombia).

A la fecha tres profesores del Departamento de Comunicación Social se encuentran realizando sus estudios de doctorado: dos de ellos en el doctorado en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional, sede Medellín, y el tercero en el doctorado en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas, en Manizales.

De otro lado, el Departamento de Comunicación Social está afiliado institucionalmente a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Felafacs, y la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social. Por su parte, profesores del departamento están vinculados de manera individual a las siguientes redes nacionales e internacionales (Tabla 69).

Profesor	Redes
Juan Gonzalo Betancur	Red de Periodistas Multimedia Círculo de Periodistas de Antioquia RedDOLAC, Red de Docentes de América Latina y del Caribe
Jorge Iván Bonilla	ALAIC, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ACICOM, Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación
Carlos Mario Correa	Círculo de Periodistas de Antioquia
Daniel Hermelin Bravo	Red Iberoamericana para la Capacitación y el Monitoreo del Periodismo Científico ACICOM, Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación
Diego Fernando Montoya	ACICOM, Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación
Camilo Tamayo Gómez	ISA, International Sociological Association BSA, British Sociological Association ISTR, The International Society for Third-Sector Research (ISTR)
Ana Cristina Vélez López	ALAIC, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
María Isabel Villa Montoya	IAMCR, The International Association for Media and Communication Research ECREA, European Communication Research and Education Association Asociación Española de Investigación de la Comunicación Societat Catalana de la Comunicació

Tabla 69: Profesores del programa que pertenecen a redes académicas
Fuente: Programa de Comunicación Social

El grupo autoevaluador considera que el pregrado de Comunicación Social ha establecido mecanismos institucionales y convenios pertinentes que favorecen la inserción de los estudiantes y profesores del programa en programas académicos (en el caso de los estudiantes) y en redes de investigación de carácter nacional e internacional (en el caso de los profesores). Aunque la visibilidad y la inserción del pregrado y sus profesores ha mejorado con respecto a años anteriores, el grupo considera que para un programa de la calidad y el crecimiento como este la participación de los profesores en asuntos de participación en eventos nacionales e internacionales (participación en eventos, vinculación a redes, posibilidad de intercambios) sigue siendo baja, ya sea por desinterés de los profesores, o por falta de un apoyo efectivo por parte de la Universidad. Así mismo, el grupo considera que la participación de los estudiantes del programa en eventos académicos de carácter nacional sigue siendo escasa, tal vez por la falta de difusión de estos eventos por parte del Pregrado.

El grupo asigna una nota de **4.0** a esta característica. Se cumple en alto grado.

Acciones de mejoramiento:

- Elaborar un plan de acción con el fin de que los profesores del Departamento de Comunicación Social se vinculen a redes académicas de investigación, presenten ponencias en eventos nacionales e internacionales y accedan a convenios de movilidad como parte de sus planes de trabajo.
- Difundir de manera permanente los eventos de comunicación y periodismo a nivel local, nacional e internacional (congresos, seminarios, festivales, entre otros) que puedan ser de interés a los estudiantes del Pregrado.

Evaluación del factor 5. VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL

De la mano de la Universidad, el Departamento de Comunicación Social ha llevado a cabo acciones en pro de la visibilidad nacional e internacional del Programa y de su proyección social. Prueba de esto son los convenios de intercambio con diversas universidades en Colombia y el exterior, la cantidad de eventos realizados que pasan la media centena y el ingreso al Programa de estudiantes nacionales y extranjeros. Sin embargo, se debe mejorar la inserción de los profesores del Departamento de Comunicación Social a redes y eventos de índoles nacional e internacional y su presencia en estos a través de ponencias y participaciones efectivas.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 5 obtiene una calificación general de **4.29**, que equivale a afirmar que se cumple en alto grado.

3.6. FACTOR 6. INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL

3.6.1. Característica 29. Formación para la investigación, la innovación y la creación artística y cultural

Para la Universidad EAFIT la investigación se considera un aspecto central en el desarrollo de la misión institucional que está orientada a aportar al progreso social, económico, científico y cultural del país (PEI, 2008). En ella, se contempla como aspecto fundamental el desarrollo de “(...) la capacidad intelectual de sus alumnos y profesores en todos los programas académicos, con la investigación como soporte básico” (PEI, 2008, p. 6); un propósito que se expresa en la definición de un conjunto de políticas que regulan, incentivan y financian las actividades de los grupos, líneas y semilleros de investigación y, por tanto, las dinámicas en las que se involucran los estudiantes como beneficiarios directos de estas actividades.

El pregrado en Comunicación Social actúa acorde con tales propósitos. A lo largo del programa se proponen varios escenarios para el desarrollo de competencias, procesos y actividades vinculadas a la investigación, la innovación y la creación cultural a través de una vinculación directa con el contexto, con organizaciones estatales, empresas y organizaciones de la sociedad civil permitiendo a los estudiantes aproximarse a las condiciones que enfrentarán, una vez egresados, en sus entornos laborales.

En lo que concierne a los espacios curriculares, los estudiantes cuentan con varios seminarios de investigación, el primero –*Seminario I*– ubicado en el séptimo semestre, y otros dos en los énfasis, uno compartido por periodismo y cibermedios, denominado *Seminario II*, y otro para el énfasis de comunicación política denominado *Investigación en comunicación*. Si bien, los estudiantes para alcanzar su graduación no deben realizar un trabajo de grado, un asunto que hace parte de la política

institucional de la Universidad EAFIT en relación con sus pregrados, hay que resaltar que gracias a las metodologías de aprendizaje basado en proyectos que se desarrollan en las áreas de periodismo digital, audiovisual y cibermedios.

Además de las actividades desarrolladas en cada uno de los cursos que integran el currículo, los estudiantes tienen la posibilidad de formar parte de los *Semilleros de Investigación* que es un programa de investigación de la Universidad EAFIT que tiene como fin básico que los estudiantes involucrados adquirieran competencias investigativas 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, a través del Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales cuenta con los siguientes semilleros (Tabla 70):

- Semillero de Investigación en Narrativas Transmedia (CÓDIGO SI 03021)
- Semillero de Investigación en Narrativas Periodísticas (CÓDIGO SI 03016)
- Semillero de Investigación en Narrativas Audiovisuales (CÓDIGO SI 03016) (en pausa)
- Semillero de Investigación y Creación Sonora (CÓDIGO SI 03029)
- Semillero de Investigación en Análisis de Medios (CÓDIGO SI 03017)

Adicionalmente, los estudiantes del pregrado participan en el Semillero de Análisis del Lenguaje, adscrito al Grupo de Investigación del Departamento de Humanidades.

Semillero	Depto. Académico	Grupo de investigación	Año de creación	Estudi. 2014	Estudi. 2015	Estudi. 2016	Estudi. 2017
Narrativas Periodísticas	Comunicación Social	Com. y Estudios Culturales	2012	8	9	13	16
Narrativas Transmedia	Comunicación Social	Com. y Estudios Culturales	2012	---	18	13	12
Narrativas Audiovisuales	Comunicación Social	Com. y Estudios Culturales	2012	15	14	-----	-----
Creación Sonora	Comunicación Social	Com. y Estudios Culturales	2016	---	-----	15	16
Análisis de Medios	Comunicación Social	Com. y Estudios Culturales	2007	2	3	5	5
Análisis del Lenguaje	Humanidades	Filosofía, Hermenéutica y Lenguaje	2012	7	25	7	9
Total				32	69	53	58

Tabla 70: Participación de estudiantes en los semilleros de investigación del Programa

Fuente: Programa de Comunicación Social

De igual manera, el pregrado en Comunicación Social ha generado una dinámica de investigación-acción vinculada a la alfabetización mediática y transmedia, a la apropiación social de tecnologías de información y comunicación y a la formación en la producción de narrativas sociales y de memoria, proyectos que se han desarrollado en asocio con instituciones públicas y privadas y con las poblaciones impactadas en contextos diversos del área metropolitana del Valle de Aburrá; esta dinámica ha permitido la vinculación de estudiantes en condición de auxiliares de investigación y

monitores para el desarrollo de actividades de transferencia de conocimiento, formación y sistematización de experiencias y en la capacitación en la producción de narrativas periodísticas y audiovisuales.

Entre 2012 y 2017 un total de 133 estudiantes del pregrado, bien sea en calidad de monitores o auxiliares de investigación, han participado en diez proyectos de investigación y proyección social a cargo de los profesores del Departamento de Comunicación Social, los cuales han tenido un impacto educativo, social y comunicativo tanto en instituciones educativas, barrios o localidades de Medellín, como de otros municipios del área metropolitana e, incluso, de Antioquia (Tabla 71).

Año	Proyecto	Núm. Estudiantes	Impacto
2012	Edulab Aures, Convenio con Medellín Digital	18	150 estudiantes de la Institución Educativa Robledo Aures fueron formados en competencias tecnológicas y narrativas para la creación de contenidos digitales.
2012	Apropiación creativa de las XO, Convenio con el municipio de Itagüí	13	200 estudiantes y 80 docentes formados de manera directa competencias tecnológicas y narrativas para la creación de contenidos a través de computadores XO.
2012	Encuentro Internacional de Educación, Convenio con Fundación Telefónica	11	900 profesores participaron en el evento presencial y los foros virtuales asociados a experiencias significativas, innovación educativa e incorporación de tecnologías de información y comunicación en la educación.
2013	Proyecto Divertic/Edulabs Medellín, Convenio con Medellín Digital	28	1.250 niños y jóvenes de 50 Instituciones Educativas formados en los ámbitos de la robótica, la programación y la producción de contenidos digitales para diversos medios.
2013	Plan Digital TESO, Convenio con el municipio de Itagüí, Fase I	16	1.395 estudiantes y 126 docentes de 24 Instituciones educativas de primaria y secundaria del municipio formados en competencias mediáticas y tecnológicas, transmedia educativa y producción de contenidos digitales.
2014	Plan Digital TESO, Convenio con el municipio de Itagüí, Fase II	14	
2015	Plan Digital TESO, Convenio con el municipio de Itagüí, Fase III	10	
2014 - 2015	Alejandría, memoria y esperanza: reconstrucción de la historia del conflicto armado en el municipio antioqueño de Alejandría desde las víctimas.	17	325 pobladores del municipio de Alejandría, Antioquia, pertenecientes a la Asociación de Víctimas de Alejandría y a la Asociación de Mujeres Víctimas Cabeza de Familia de Alejandría, algunas de las cuales se formaron en la producción y uso de técnicas de periodismo y de narración audiovisual para la reconstrucción de la memoria.
2015	Laboratorio de Comunicación, Memoria y Territorio, en el marco del proyecto Medellín ¡Basta Ya!	4	38 pobladores del barrio La Loma del corregimiento de San Cristóbal se beneficiaron de 17 talleres y 4 módulos de trabajo orientados a la producción y difusión de materiales relacionados con la memoria, la exploración fotográfica, la exploración audiovisual, cartografías web e integración transmedia.
2016 - 2017	Riesgos y oportunidades en el uso de las TIC en la vida cotidiana, consultoría para la empresa TIGO-UNE	2	La población impactada es nacional, y va dirigida a todos los públicos (niños, adultos y adultos mayores) a través de una consultoría de responsabilidad empresarial que contiene componentes cuantitativos y cualitativos.

Tabla 71: Participación de estudiantes en proyectos de investigación e impacto de los mismos

Fuente: Programa de Comunicación Social

El grupo auto-evaluador considera que el programa de Comunicación Social promueve la formación de un espíritu investigativo en sus estudiantes que no solo concierne a modalidades de investigación básica, sino que está relacionado con procesos de investigación e intervención social en los que también convergen estrategias de producción y creación hipermedia, periodística y digital en el trabajo con comunidades.

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

3.6.2. Característica 30. Compromiso con la investigación y la creación artística y cultural

La Universidad EAFIT se ha definido como una *Universidad de docencia con investigación*. Por tal motivo, considera la investigación como una fuente de mejoramiento de sus programas académicos y de su personal docente y discente. En la Guía de Procedimientos de Investigación (Anexo 19) 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 de investigación, programas y proyectos y la dotación de la infraestructura requerida.

En dicha Guía se reglamentan los procedimientos referentes al desarrollo de proyectos de investigación internos y externos. Y en ella también se hace explícita 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-centralizado por lo que no se manejan recursos particulares para las Escuelas o Departamentos académicos.

Siguiendo los lineamientos de la Universidad, el Departamento de Comunicación Social organiza las actividades de los docentes en las cuatro funciones esenciales: docencia en pregrado, posgrado; investigación, extensión y asesoría; administración académica; y programas de formación y capacitación. A este respecto, entre 2012-1 y 2017-1 los profesores del Departamento de Comunicación Social destinaron a la docencia el 55.3% de sus funciones esenciales; el 15.3% a la investigación; el 14.2% a la administración académica; el 8.3% a otras actividades, entre ellas, la proyección social y los sabáticos; y el 7.5% a la formación y capacitación (Tabla 72).

Tipo de actividad	%
Docencia	55.3%
Investigación	15.3%
Administración académica	14.2%
Formación y capacitación	7.5%
Otros (proyección social + sabáticos)	8.3%

Tabla 72: Distribución de las actividades de los docentes del Departamento de Comunicación Social
Fuente: Departamento de Planeación (Porcentaje obtenido del Gráfico 1)

Aunque la docencia ocupa un lugar importante en las actividades de los profesores del Departamento, en los últimos dos años ha habido un aumento en el porcentaje de las horas destinadas a la administración docente (21% en 2016-1 y 25% en 2017-1) debido a la creación del Departamento de Comunicación Social (Véase Gráfico 1, característica 10). Por su parte, la ejecución de proyectos de investigación y la realización de actividades destinadas a fortalecer los procedimientos de investigación –atención a convocatorias, actualización de las plataformas de CVLAC y GRUPLAC, asesorías de tesis de maestría, semilleros de investigación, producción académica,

difusión de resultados de investigación– se ha mantenido en un promedio similar, una cifra que habría que complementar con el 7.5% del porcentaje de horas destinado a la formación y capacitación de profesores como quiera que en los últimos cinco años tres profesores del Departamento de Comunicación Social se encuentran realizando sus estudios de doctorado.

En cuanto a la participación en los programas nacionales de investigación en ciencia y tecnología, el Departamento de Comunicación Social cuenta con un grupo de investigación denominado *Comunicación y Estudios Culturales*, compuesto por 10 profesores y conformado como tal a partir de julio de 2012, ya que antes de esta fecha sus miembros hacían parte de otros grupos de investigación de la Escuela de Humanidades, pero gracias a una reestructuración interna de los equipos de profesores según sus campos disciplinares se conformaron nuevos grupos como el aquí mencionado.

En la última medición de Colciencias (2016), el grupo quedó clasificado en categoría B, mientras sus integrantes fueron categorizados de la siguiente manera: dos investigadores *asociados*; cinco investigadores *junior*; y tres investigadores sin clasificación.

De las tres líneas de investigación del grupo *Comunicación y Estudios Culturales*, todas tienen relación con los procesos de formación desarrollados en el pregrado, así como en la Maestría en Comunicación Transmedia y la Especialización en Comunicación Política. La siguiente tabla (Tabla 73) muestra las líneas de investigación, el número de proyectos realizados y los diferentes tipos de productos elaborados por el grupo entre 2012 y 2017 (Tabla 73).

Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales						
Clasificación Colciencias	B					
Líneas de Investigación	Periodismo y narrativas					
	Comunicación, cultura y poder					
	Estudios ciberulturales y cibermediales					
# de proyectos	25					
# de productos	Artículos de revista	Libros	Capítulos de libro	Estrategias de fomento y apropiación de la CTI	Direcciones de tesis	
					Maestría	Doctorado
	20	6	28	11	21	2

Tabla 73: Líneas y proyectos del grupo de investigación Comunicación y Estudios Culturales 2013-2017
Fuente: GroupLac Colciencias⁹

Como se observa, en el período 2012-2017, los profesores del Departamento de Comunicación Social vinculados al grupo de investigación en *Comunicación y Estudios Culturales* llevaron a cabo 25 proyectos de investigación; publicaron 20 artículos completos en revistas con indicadores de existencia ISSN –12 en revistas nacionales y 8 en revistas internacionales–; 6 libros; 28 capítulos de libro en publicaciones con indicadores de existencia ISBN; 11 estrategias de fomento y apropiación de la CTI con sus respectivos certificados; 23 direcciones de tesis de grado: 21 de maestría y 2 de doctorado (Anexo 20). El Gráfico 3 muestra el resumen estadístico de dicha producción en cuanto a artículos de revista, libros y capítulos de libro.

⁹ Para conocer la producción completa del grupo, puede consultarse:
http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000183369

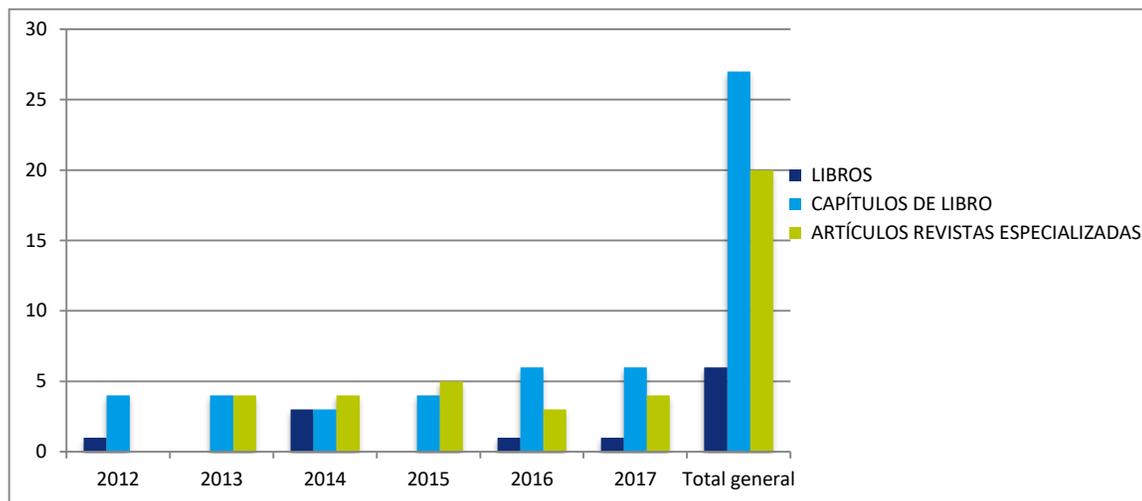


Gráfico 3: Producción intelectual de los docentes del Departamento de Comunicación Social, 2012-2017

Fuente: Gruplac del grupo, Colciencias

El grupo autoevaluador considera que el Programa cuenta con un núcleo de profesores cualificado que dedica tiempo a la investigación relacionada con el campo de la comunicación, sigue estándares universales de producción académica y articula dicha producción con la docencia y la extensión social, de cuya relación no solo resultan productos de investigación, sino trabajos de creación periodística, hipermedial y cultural, dada la naturaleza del pregrado. Se resalta la reconfiguración de los grupos de investigación de la Escuela de Humanidades, lo que dio lugar a la conformación del grupo en Comunicación y Estudios Culturales, una apuesta que ha sido muy bien acogida por los profesores del Departamento de Comunicación Social. Así mismo, se destaca el hecho que tres profesores hayan iniciado su proceso de formación doctoral cumpliendo así las metas del Plan de Mejoramiento de la primera Acreditación de Alta Calidad del programa.

El grupo autoevaluador señala, sin embargo, que el grupo de investigación debe mejorar su categoría B en el sistema de clasificación de grupos de Colciencias, insertarse en el doctorado en Humanidades que ofrece la Escuela de Humanidades con una línea de investigación en comunicación y generar una mayor interlocución interna por parte de sus integrantes.

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

Acciones de mejoramiento:

- Mejorar la clasificación en el sistema de Colciencias del grupo de investigación en Comunicación y Estudios Culturales (hoy en categoría B) mediante acciones tales como: mejores resultados de investigación tipo *Top*; mejor clasificación de sus integrantes; inserción del grupo en programas de doctorado; más producción de artículos de revista en revistas indexadas, entre otras.

Evaluación del factor 6. INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL

El Programa de Comunicación Social de la Universidad EAFIT tiene el doble compromiso de fomentar la investigación académica y la creación cultural, bien sea de la mano del periodismo, la producción audiovisual y la innovación hipermedial. En los últimos años, estas dimensiones –la investigación, la creación y la innovación– han estado presentes en los procesos de enseñanza y aprendizaje del Programa, aunque es necesario vigorizarlos, fortaleciendo la formación de sus profesores, fomentando el trabajo conjunto entre ellos, haciendo más visible su producción y estableciendo una relación equitativa entre la investigación “clásica” y la creación, ya que la naturaleza del Programa así lo exige.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 6 obtiene una calificación general de **4.45**, que equivale a afirmar que se cumple en alto grado.

3.7. FACTOR 7. BIENESTAR INSTITUCIONAL

3.7.1. Característica 31. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario

El Bienestar Universitario en EAFIT busca 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 lograr esto, se propende por la conciencia del mutuo cuidado con base en los valores institucionales, y en actitudes que inviten a que la vida sea un vivir bien y las acciones una oportunidad para el recto actuar, en el contexto de un ambiente solidario y respetuoso de la singularidad (Anexo 21).

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 (Tabla 74).

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 prejubilados
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.) Deducciones 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 curriculares, dificultades económicas, becas hijos y cónyuge de empleados)

Tabla 74: 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 varias décadas ha construido 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. Se trata de un Programa de Becas del cual hacen parte una variedad de apoyos, tales como:

- Becas por dificultades económicas.
- Beca Fundación Educación Suiza.
- Beca con aportes de Empleados.
- Beca Fondo EPM-Universidad EAFIT.
- Beca Fondo social ANDI-Universidad EAFIT.
- Beca Fondo Pérez de Soto.
- Beca Corporación Amigos EAFIT.

- Becas por estímulo académico.
- Beca concurso de matemáticas y física para bachilleres.
- Beca Honor Pregrado.
- Beca Honor Posgrado.
- Beca Municipio de Medellín.
- Beca Municipio de Sabaneta.
- Becas por reconocimientos y estímulos extra-curriculares.
- Beca Reconocimiento al liderazgo en actividades estudiantiles extracurriculares.
- Beca a la Excelencia en actividades estudiantiles extracurriculares.
- Beca reconocimiento a la expresión artística.
- Becas a estudiantes deportistas.
- Beca Ser Pilo Paga.

A este respecto, es preciso anotar que en 2017-1, el 17% de la población eafitense contaba con algún tipo de beca, que equivale a unos 2.094 estudiantes. De este número de becados, 100 eran estudiantes de Comunicación Social, lo que corresponde al 16% de la población total del programa (que a 2017-1 era de 626 estudiantes).

Desde 2012 a la fecha, el número de estudiantes con algún tipo de beca en nuestro Pregrado ha sido de 712 estudiantes. En ese año, concretamente en el 2012-2, el número de becados era de 61 estudiantes, una cifra se ha incrementado en los últimos años, así: en 2014-1 el número de estudiantes con algún tipo de beca fue de 48; en 2015-1 esta cifra aumento a 70; en 2016-1 a 96, estableciéndose en 100 becados en 2017-1, gracias en parte al programa de becas del gobierno *Ser Pilo Paga* que inició en 2015. La Tabla 75 muestra la evolución del programa de becas para los estudiantes de Comunicación Social entre 2014 y 2017:

Tipo de beca	2014-1	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2	2017-1
Becas Gobierno Nacional, Ser Pilo Paga	----	----	15	15	38	40	51
Beca Fondo EPM-EAFIT	19	22	21	23	23	19	15
Beca Fondo F.S. Pérez de Soto	1	2	3	4	4	3	4
Beca Rectoría EAFIT	4	7	9	9	6	10	6
Fondo Social Andi-EAFIT	8	8	6	6	6	5	3
Beca a estudiantes deportistas	2	4	4	3	4	8	5
Beca Municipio de Medellín-EAFIT	5	5	1	3	3	3	6
Beca Municipio de Sabaneta	3	4	4	3	3	3	3
Beca reconocimiento al liderazgo	2	0	0	1	4	3	1
Beca Fundación Fraternidad	0	0	0	0	1	1	1
Beca Coltejer-EAFIT	1	1	1	1	1	1	1
Beca Fundación Suiza	1	1	1	0	0	0	0
EAFIT - Aportes empleados	0	1	1	1	1	1	3
Beca Manos Visibles-EAFIT	1	1	1	1	1	1	0
Beca reconocimiento artístico	0	2	0	1	1	0	0
Honor pregrado	1	1	1	1	1	1	1
Total becas asignadas	48	59	70	72	96	99	100

Tabla 75: Estudiantes de Comunicación Social con algún tipo de beca, 2014-2017

Fuente: Dirección de Desarrollo Humano

En la encuesta realizada para conocer la opinión de los estudiantes sobre la calidad de los servicios y actividades que ofrece Bienestar Universitario dirigidos al bienestar de la comunidad universitaria, se encontró que el 94% de los estudiantes califican estos servicios como excelentes y buenos, otorgándoles una calificación entre 5 y 4 (Tabla 76).

Calidad de los servicios y actividades dirigidos a su bienestar	Estudiantes
5	68%
4	26%
3	4%
2	1%
1	0%
N/C	2%
Total	100%

Tabla 76: Calificación de los estudiantes de la calidad de los servicios de bienestar universitario

Por su parte, a los profesores se les preguntó por la calidad de los servicios ofrecidos por Bienestar Universitario en ámbitos como los programas de salud y de beneficios y compensación y en actividades como las culturales y deportivas. El 90% de los profesores calificó con 5 (excelentes) las actividades culturales; el 86% consideró excelentes los programas de beneficios y compensación y el 85% los de salud. El 75% calificó excelentes las actividades deportivas.

En cuanto a programas y estrategias de seguimiento integral a la comunidad universitaria, a finales de 2010 la Universidad EAFIT creó *Atreverse a Pensar*, inicialmente una estrategia de integridad académica que surgió a raíz de la preocupación de representantes estudiantiles, directivas y docentes de la Universidad en torno al incremento en las prácticas deshonestas en las diferentes comunidades académicas en el país y en el mundo, y que partió de la tesis de que dichas prácticas son una manifestación de un problema sociocultural y de un sistema de valores y creencias de los colombianos, y no obedece solo a una conducta específica.

En 2012, el Consejo Superior de la Universidad estableció *Atreverse a Pensar* como un programa institucional permanente de integridad académica "orientado a la prevención y erradicación de cualquier forma de fraude académico o administrativo, y a garantizar el pleno respeto de los derechos de autor por parte de estudiantes y profesores, en todas las actividades académicas". Es así como desde su surgimiento, el programa ha contado con una línea de base dirigida a motivar la reflexión de los estudiantes en torno a la deshonestidad y el no cumplimiento de la norma. Para esto ha llevado a llevado a cabo las siguientes fases de desarrollo que han contado con diferentes estrategias de difusión, discusión y sensibilización:

- Fase I: El culto a la viveza.
- Fase II: Ética y academia.
- Fase III: Cultura ciudadana.
- Fase IV: Ser mejor.
- Fase V: Integridad Académica.
- Fase VI: Atreverse a Pensar.

En febrero de 2017, como resultado de los logros obtenidos por el programa *Atreverse a Pensar*, se creó el Centro de Integridad Académica que surge como un punto de encuentro y mediación para administrativos, docentes y estudiantes con el fin de reflexionar sobre fenómenos académicos y culturales, y propiciar actitudes críticas y reflexivas.

Por último, hay que anotar que desde los valores institucionales de la Universidad EAFIT (excelencia, tolerancia, integridad, audacia y responsabilidad) existen alrededor de 16 asignaturas que forman a los estudiantes de la Universidad EAFIT, entre ellos a los de Comunicación Social, en el ámbito de las competencias ciudadanas. Estas son:

- Constitución y Sociedad.
- Cátedra de Paz.
- Colombia, Política y Desarrollo.

- Contexto Político.
- Colombia en el Ámbito Internacional.
- Ideas Políticas en Colombia.
- Geografía Política Colombiana.
- Hombre y Medioambiente.
- Ecología.
- Desarrollo Sostenible.
- Cultura Ambiental.
- Iniciativa y cultura empresarial.

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.

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

3.7.2 Característica 32. Permanencia y retención 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 generales para la Universidad y particulares para cada programa académico; entre estos últimos vale la pena mencionar el documento “Informe de deserción para el programa de Comunicación Social, 2007-2015”, elaborado por el departamento de Planeación de la Universidad (véase el anexo 17).

Según el mencionado informe, para el periodo 2015-2 la tasa de retención del pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT alcanzó el 97.26%, una cifra que superó casi en siete puntos porcentuales el promedio de la tasa de retención para los programas de pregrado similares en el país, que es de 90.50% (Tabla 77).

	Comunicación Social-País	Comunicación Social-EAFIT
Tasa de retención 2015-2	90.50%	97.26%

Tabla 77: Tasa de retención respecto al consolidado nacional, departamental e institucional
Fuente: Departamento de Planeación

Por período, la tasa de retención para el programa de Comunicación Social ha sido por lo general superior al promedio nacional, destacándose algunos años (2008-2 y 2009-1) en los cuales la tasa de retención superó los 15 puntos porcentuales al promedio nacional, y otros en los cuales ha existido prácticamente una igualdad en los porcentajes de retención tanto del programa como del consolidado nacional (por ejemplo, los períodos 2012-1 y 2014-2), tal y como se puede observar en el siguiente gráfico (Gráfico 4).



Gráfico 4: Tasa de retención por periodo respecto a programas similares en el país
Fuente: Departamento de Planeación

En cuanto a la deserción por cohorte¹⁰, las cifras que arroja el citado informe, que además las compara con las proporcionadas por el Sistema para la Prevención y Análisis de la Deserción en las Instituciones de Educación Superior, SPADIES, permiten afirmar que la deserción estudiantil por cohorte del pregrado en Comunicación Social es en promedio del 32.2%. Esta cifra es inferior al promedio de deserción por cohorte en la Universidad EAFIT, que es del 35.34%; y mucho menor al promedio nacional de deserción por cohorte para programas similares de Comunicación Social, que es del 45.39%. Y es también inferior a los promedios históricos del programa, pues para 2010-1, la tasa de deserción por cohorte era de 35% (Gráfico 5).

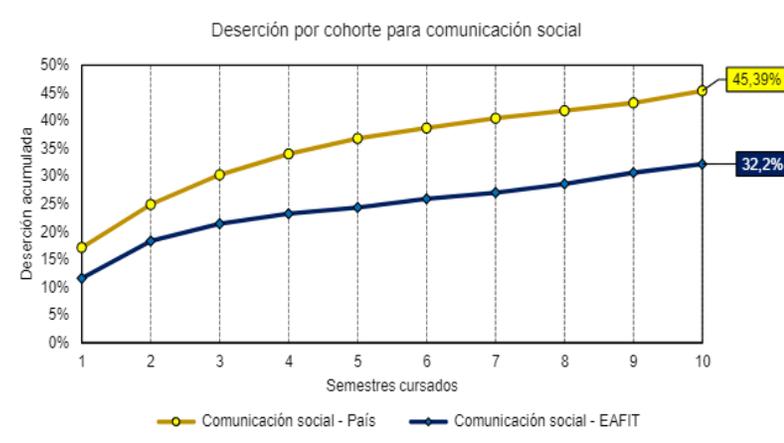


Gráfico 5: Tasa de deserción por cohorte respecto a programas similares en el país
Fuente: Departamento de Planeación

Con respecto a la deserción por periodo en los últimos cinco años, los datos arrojan que desde 2013-2 la tasa promedio de deserción ha estado por debajo de los dos dígitos (a excepción del período 2014-2 que fue de 10.70%) (Tabla 78).

¹⁰ 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.

Programa	2012-1	2012-2	2013-1	2013-2	2014-1	2014-2	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2
Com. Social	16.89%	11.64%	10.38%	7.11%	9.43%	10.70%	5.05%	2.74%	4.94%	7.92%

Tabla 78: Tasa de deserción por período del pregrado en Comunicación Social, 2012-2016
Fuente: Departamento de Planeación

Al comparar la deserción promedio por período del pregrado en Comunicación Social de EAFIT respecto a programas similares en el país a través de un ejercicio que consiste en establecer sub-períodos de seis semestres, se confirma dicha disminución: para el sub-período 2007-1 a 2009-2 la deserción promedio alcanzaba el 17.56%, mientras que para el sub-período 2013-1 a 2015-2 esta cifra es de 7.57%, ambas siempre por debajo del promedio nacional (Gráfico 6).



Gráfico 6: Tasa de deserción promedio por subperíodos
Fuente: Departamento de Planeación

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 en matemática y en el perfeccionamiento de la lectura y escritura (CeLee); 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 recordar el Programa de Becas de la Universidad EAFIT ya descrito anteriormente, que durante tres décadas 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.

El siguiente gráfico (Gráfico 7) ilustra la cantidad de estudiantes del programa que ingresan en cada período, respecto a la cantidad de apoyos financieros que reciben a lo largo de su estancia en la institución. Es de aclarar que el gráfico muestra a los estudiantes “primíparos” de cada cohorte y los discrimina según el número de apoyos financieros que recibieron a lo largo de su carrera dentro de la Universidad EAFIT, por tanto, es esperable notar que las cohortes más recientes no tienen estudiantes con más de cuatro apoyos financieros pues llevan menos de cuatro períodos estudiantiles. Como se observa, hay períodos en los que el 50% de los estudiantes que ingresaron en dicho periodo recibieron al menos un apoyo financiero, mientras que la cifra de cuatro o más apoyos recibidos está por lo general arriba del 20% de los estudiantes. Solamente en 2009-2 el total de

apoyos financieros fueron recibidos por menos del 25% de los estudiantes que ingresaron en tal período.

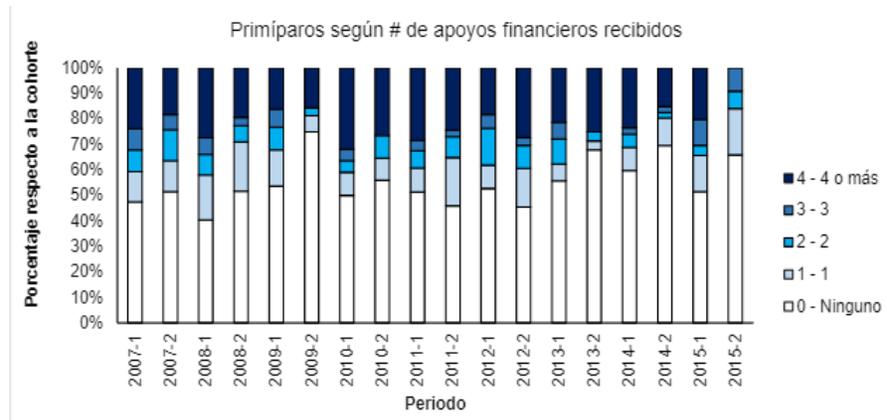


Gráfico 7: Tasa de primíparos según apoyos recibidos
Fuente: Departamento de Planeación

El grupo autoevaluador considera que hay suficientes evidencias que permiten afirmar que la Universidad EAFIT tiene registros sobre la deserción estudiantil y se preocupa por el tema. La Universidad no solo 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 y los estudios internos de la Universidad, los estudiantes del programa de Comunicación Social finalizan sus estudios en el tiempo previsto, presentándose algunos retrasos por el requisito del bilingüismo.

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

Evaluación del factor 7. BIENESTAR INSTITUCIONAL

En la Universidad EAFIT las políticas de Bienestar son propicias para el mantenimiento de un clima institucional que favorece el crecimiento personal y el de la comunidad académica. Los estudiantes y profesores valoran positivamente no solo la existencia de tales políticas, sino su diversidad: salud, deportes, recreación, compensación, desarrollo artístico y estudiantil, apoyo psicosocial, entre otras. Así mismo, la Universidad se preocupa por la deserción estudiantil, fenómeno frente al cual hace un monitoreo constante y ofrece alternativas a través de sus programas de Bienestar que contemplan, entre otras alternativas, la existencia becas, de consultorios de apoyo psico-social y de desarrollo estudiantil.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 7 obtiene una calificación general de **4.93**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.8. FACTOR 8: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

3.8.1. Característica 33. Organización, administración y gestión del programa

Para la coordinación de las acciones académicas y de soporte administrativo de la Universidad EAFIT 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, cada uno de los cuales tiene funciones definidas (Tabla 79).

Organismo rector	Descripción
Consejo Superior	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.
Consejo Directivo	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.
Consejo Académico	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 profesorales y los representantes estudiantiles. El Consejo Académico cuenta con el apoyo de los comités de Escalafón, de Investigaciones, de Admisiones y Registro, y Disciplinarios.
Consejo de Escuela	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.
Comités de carrera	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.
Comité de escalafón	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.
Comité de investigaciones	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 79: Organismos rectores de la Universidad

Fuente: Carta Organizacional, Universidad EAFIT

El programa de Comunicación Social de la Universidad EAFIT pertenece al Departamento de Comunicación Social y a la Escuela de Humanidades. El actual Decano de la Escuela es el PhD Jorge Alberto Giraldo Ramírez. El Jefe del programa es el Magíster en Estudios Humanísticos Juan Gonzalo Betancur, quien dedica 3/4 tiempo (36 horas/semana) a la Administración del mismo, y el Jefe del Departamento de Comunicación Social es el Magíster en Comunicación y Creación Cultural, Diego Fernando Montoya. La Asistente administrativa del departamento es la profesional Jessika Juliana García Mesa.

Todos los profesores de planta del Departamento de Comunicación Social están adscritos a la Escuela de Humanidades, la cual cuenta con otros departamentos académicos que apoyan al pregrado con sus profesores. A la fecha el departamento en particular cuenta con 13 profesores de planta, 12 de ellos tiempo completo y uno medio tiempo. De los profesores de tiempo completo, el 23% (tres de ellos) tienen formación de doctorado, en áreas afines a la comunicación, el periodismo y los nuevos medios. El otro 77% de los docentes (diez profesores) de Comunicación social cuenta con estudios de maestría. Del total de los profesores con título de maestría, seis están directamente vinculados con el campo de la comunicación en distintas áreas y los otros cuatro en áreas afines a las humanidades, las ciencias sociales y la comunicación política.

Así mismo, 11 profesores Tiempo Completo de otros departamentos adscritos a la Escuela de Humanidades prestan su servicio al programa, de los cuales el 73% tiene formación doctoral y el restante 27% de maestría.

En lo que respecta a profesores de cátedra, en 2017-1 el pregrado en Comunicación Social contaba con 47 docentes de este tipo, de los cuales el 4% tiene formación doctoral, el 83% formación de maestría y el 9% formación como especialistas y el 4% restante tiene título de pregrado.

Sobre la existencia de certificaciones que avalen la calidad de los procesos del programa hay que afirmar que en 2012 el pregrado en Comunicación Social recibió su primera Acreditación de Alta Calidad, otorgada por seis años (2012-2018) por el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución No. 9155.

Además, el programa cuenta con un Plan Operativo de ejecución anual que presenta las metas a desarrollar en el corto plazo en materia de docencia, investigación y proyección social. Así mismo, como parte integrante de la Escuela de Humanidades, el Pregrado y el Departamento de Comunicación Social participan en la realización de los objetivos y compromisos propuestos para el Plan Estratégico de Desarrollo de la Universidad, en acciones a mediano y largo plazo.

En cuanto a la apreciación de los profesores que realizan labores administrativas sobre los criterios institucionales para la asignación de responsabilidades, la claridad de las funciones encomendadas y la articulación de sus tareas con los necesidades y objetivos del programa, se consultó la opinión del Jefe del Pregrado y del Jefe del Departamento de Comunicación Social.

Juan Gonzalo Betancur, actual jefe del pregrado afirma que cuando fue designado en dicho cargo, *“la Universidad me entregó un documento de nueve páginas en el que está definido y perfilado este rol. Dicho documento fue elaborado por el Departamento de Desarrollo de Empleados y tiene como fecha de actualización diciembre de 2014. Ahí se describe cómo un jefe de pregrado contribuye al logro de los objetivos de la institución. De manera explícita señala que tiene la función de “planear, dirigir y controlar las estrategias y acciones requeridas para alcanzar la excelencia académica en el programa de formación a su cargo, de acuerdo con el pensamiento institucional, las políticas y planes de desarrollo, las orientaciones particulares de la Escuela y del Departamento, con el propósito de alcanzar los compromisos de mediano y largo plazo de la Escuela y la Universidad”.*

En mi caso concreto, agrega Betancur, para el desarrollo de las tareas hubo capacitación y acompañamiento especialmente por parte de Admisiones y Registro de la Universidad, dependencia con la que hay una relación directa en todo momento, así como con Costos y Presupuestos. Con las otras dependencias de la institución con las que se tiene algún tipo de relación la situación no fue tan fuerte en materia de información, en realidad fue muy superficial. Ese es un aspecto en el que la Universidad debe mejorar, aunque también hay que reconocer que en todo momento he contado con el apoyo de todos los empleados administrativos cuando los he requerido. Y si bien las funciones están claramente definidas, percibo que el jefe de pregrado tiene demasiadas tareas y responsabilidades, y que un alto número de ellas son de tipo operativo que bien podría realizar un coordinador académico. Si así fuera, el jefe de pregrado podría enfocarse más en los asuntos de fondo de la dirección y planeación académica, como es el corazón de la función encomendada, y no tanto a resolver situaciones menores que desvían mucho la atención respecto de lo estratégico y lo que en realidad es importante”.

Por su parte, del Jefe del Departamento Magíster Diego Fernando Montoya afirma que *“las funciones están claras desde la Dirección de Docencia, en tanto existe un documento que permite conocer el rol a desempeñar, en este caso, el de la jefatura de departamento. Sin embargo, es importante anotar, que en lo que refiere a inducción para el cargo, esta no se definió de una manera clara en diversos aspectos que hay que enfrentar y para los cuales no se dispone de conocimiento previo, como el manejo de algunas aplicaciones, desarrollo de presupuesto y otras actividades propias del cargo”.*

Y señala, *“con relación a las necesidades y objetivos del programa, considero que las tareas propias de la jefatura del departamento son fundamentales para el desarrollo del programa, porque permiten mirar de manera estratégica, la relación del programa con los otros programas de postgrado del departamento y con algunos de la misma escuela, así mismo aspectos como la proyección social, la investigación, el relacionamiento con otras instituciones son clave para el programa a partir del trabajo que se puede hacer desde el departamento”.*

Al consultar la opinión de los estudiantes sobre si los procedimientos empleados para atender los problemas, sugerencias y retos son oportunos y responden a las necesidades y exigencias del programa, el 79% de los estudiantes calificaron de manera positiva esta pregunta al otorgarle un puntaje entre 5 y 4 (Tabla 80).

Estudiantes	
Satisfacción con los procedimientos para atender los problemas, sugerencias y retos son oportunos y responden a las necesidades y exigencias del programa	
5	43%
4	36%
3	13%
2	1%
1	1%
N/C	6%
Total	100%

Tabla 80: Calificación de los estudiantes de los procedimientos empleados por el Programa para resolver problemas sugerencias y retos

El grupo autoevaluador considera que el programa de Comunicación Social cuenta con una organización, administración y de gestión con funciones definidas que han favorecido el desarrollo del programa, sobre todo a partir de la constitución del Departamento de Comunicación Social, lo cual ha dotado de una mayor autonomía académica y administrativa al programa para la toma de decisiones. 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 que ayudan a la buena gestión del programa para el cumplimiento de sus objetivos.

Se destaca que las acciones propuestas en el Plan de Mejoramiento de la Acreditación de Alta Calidad llevado a cabo en 2012 se cumplieron a cabalidad con la creación del Departamento de Comunicación Social.

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

Acciones de mejoramiento:

- Presentar una propuesta ante la Decanatura de la Escuela de Humanidades que contenga criterios internos para limitar la permanencia en los cargos administrativos del Programa y para redefinir algunas funciones de los Jefes de Departamento y de Carrera.

3.8.2. 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. 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.

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 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. Y 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.¹¹

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 sobre asuntos de interés para los estudiantes y docentes, manteniendo de esta forma una interacción con los usuarios que siguen ambas cuentas.

Al consultar la opinión de estudiantes y profesores sobre su grado de satisfacción con los sistemas de información con que cuenta el programa (sitio web, redes sociales, medios digitales, etc.), la percepción de ambos fue bastante positiva. El 91% de los estudiantes y de los profesores valoraron la calidad de los sistemas de información disponibles para la comunidad universitaria entre 5 y 4. Por su parte, el 88% de los estudiantes calificó la efectividad de los mecanismos de comunicación disponibles para la comunidad universitaria entre 5 y 4, mientras que el 91% de los profesores le otorgó este mismo rango de calificación (Tabla 81).

Grado de satisfacción con los sistemas de información con que cuenta el programa en los siguientes aspectos	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	T o t a l	5	4	3	2	1	N/C	T o t a l
La calidad los sistemas de información disponibles (Eafit Interactiva, Ulises, correos institucionales, etc.).	61%	30%	7%	1%	0%	1%	100%	73%	18%	6%	0%	0%	2%	100%
La efectividad de los mecanismos de comunicación disponibles (página web, medios digitales, redes sociales, etc.).	56%	32%	8%	1%	0%	3%	100%	71%	20%	4%	0%	0%	4%	100%

Tabla 81: Calificación de los estudiantes de los sistemas de información con que cuenta el Programa

El grupo autoevaluador considera que la Universidad cuenta con un adecuado sistema de información que permite la administración académica del programa y de sus procesos curriculares. Se resalta la existencia de aplicaciones informáticas que soportan la gestión del desarrollo humano y

¹¹ Par más información puede consultarse en: <http://www.eafit.edu.co/comunicacionsocial>

las que facilitan la interacción con los estudiantes. Del mismo modo, se destaca la existencia de medios de información y comunicación propios del Pregrado que no solo apuntan hacia los procesos de enseñanza-aprendizaje, sino a mantener informada a la comunidad académica del mismo.

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

Acciones de mejoramiento:

- Definir una estrategia conjunta para el sistema de medios de información del pregrado que permita una mejor producción, difusión y acceso de la comunidad universitaria y del público externo a las noticias, eventos, series web y realizaciones del Programa.

3.8.3. 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 Comunicación Social, tiene como principal función la administración del currículo. 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 desarrollen cumpliendo los objetivos generales del mismo y tiene a su cargo la coordinación del Comité de Carrera.

Para orientar la gestión del programa, el Jefe de Carrera cuenta con los diversos reglamentos institucionales, en especial el Reglamento Académico y se vale de los sistemas de información y comunicación anteriormente descritos.

Al consultar la opinión de estudiantes y profesores sobre el liderazgo ejercido por los directivos del programa (Jefe de Carrera, Jefe de Departamento y Decano) para atender los problemas y retos del programa, el 91% de los estudiantes y el 92% de los profesores calificaron este liderazgo de manera positiva, otorgándoles un puntaje entre 5 y 4 (Tabla 82).

Liderazgo ejercido por los directivos del programa (Jefe de Carrera, Jefe de Departamento y Decano) para el desarrollo del mismo	Estudiantes	Profesores
5	58%	74%
4	33%	18%
3	5%	2%
2	0%	2%
1	0%	0%
N/C	3%	4%
Total	100%	100%

Tabla 82: Calificación de estudiantes y profesores del liderazgo de los directivos del Programa

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. Los jefes de Carrera y de Departamento gozan de credibilidad entre sus pares y propician un excelente clima organizacional al interior del Programa. Se resalta 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.

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

Evaluación del factor 8. ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

El programa de Comunicación Social cuenta con una organización administrativa que ha favorecido el desarrollo del programa, sobre todo a partir de la constitución del Departamento de Comunicación Social, el cual ha beneficiado la autonomía académica y administrativa en la toma de decisiones del Pregrado. Se resalta la existencia de aplicaciones informáticas que soportan la gestión del desarrollo humano y las que facilitan la interacción con los estudiantes, así como la existencia de medios de información y comunicación propios del Pregrado (sitio web, medios digitales, redes sociales) que contribuyen a los procesos de gestión académica y administrativa. Los jefes de Carrera y de Departamento gozan de credibilidad y propician un excelente clima organizacional. La Universidad debe, en todo caso, establecer límites a tiempos de permanencia de los profesores en los cargos administrativos como un criterio de equilibrio, claridad y gobernanza.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 8 obtiene una calificación general de **4.57**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.9. FACTOR 9: IMPACTO DE LOS EGRESADOS EN EL MEDIO

3.9.1. Característica 36. Seguimiento de los egresados

Por política institucional, en la Universidad EAFIT existe una unidad administrativa dedicada a recolectar y suministrar la información sobre los egresados de los programas académicos. Esta unidad, llamada el Centro de Egresados, es la encargada de hacer el seguimiento a los mismos, y como tal está concebida 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”¹².

Para efectos de conocer la situación laboral de los egresados del programa de Comunicación Social y sus percepciones sobre la carrera y la Universidad, el Centro de Egresados realizó una encuesta a las cohortes graduadas de los últimos cinco años (2012-2016) que fue respondida por un total de 135 graduados de una población de 296, superando así la muestra representativa necesaria (que era de 99 graduados) y arrojando resultados con un porcentaje de error del 8% (véase el anexo 4).

Según estos resultados, el 66% de los egresados del programa graduados entre 2012 y 2016 afirma ser empleados, el 16% dice ser trabajador independiente, el 7% respondió que es un emprendedor o nuevo empresario, el 2% está realizando sus estudios de posgrado, mientras que el 8% se encuentra desempleado. En otras palabras, el 89% de los egresados están desarrollando actividades productivas; el 2% están adelantando actividades de formación académica, mientras el 8% está sin trabajo (Tabla 83).

¹² Ver <http://www.eafit.edu.co/egresados/Paginas/canal-de-egresados.aspx>

Situación laboral	Total
Empleado	66%
Trabajador independiente	16%
Desempleado	8%
Emprendedor	7%
Estudiante	2%
Total	100%

Tabla 83: Situación laboral de los egresados del Programa
Fuente: Centro de Egresados

Así mismo, a los egresados se les consultó acerca del sector económico en el cual están desarrollando sus actividades laborales. Se destaca la participación de los egresados en el sector educativo (el 23% laboran en dicho sector), seguido del sector servicios (18%), luego de los sectores de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, Gobierno y Comercio (con un 11% cada uno), después de los sectores cultural (9%) y agropecuario (8%), y más atrás de los sectores transporte (3%), financiero (3%), de la construcción (2%) y de la industria (2%). Por su parte, el 54% tiene contrato a término fijo, el 29% a término indefinido y el 17% tiene contrato por prestación de servicios (Tabla 84).

Sector económico	Porcentaje
Educativo	23%
Servicios (prensa, radio, t.v., empresas de comunicación)	18%
TIC	11%
Gobierno	11%
Comercio	11%
Cultura	9%
Agropecuaria	8%
Financiero	3%
Transporte	3%
Construcción	2%
Industrial	2%
Total	100%

Tabla 84: Sector de la actividad económica de los egresados del Programa
Fuente: Centro de Egresados

A los egresados también se les preguntó si los conocimientos obtenidos en su formación en la Universidad les han sido útiles para llevar a cabo sus actividades laborales. A este respecto, el 92% consideró que estos conocimientos han sido útiles, mientras que el 8% opinó que no. Así mismo, se les indagó por su grado de identificación con el pregrado y con la Universidad. El 69% asignó una calificación de 5 puntos y el 23% calificó su nivel de identificación con 4 puntos, en una escala ascendente de 1 a 5. Apenas un 6% la consideró “aceptable” al otorgarle una calificación de 3 puntos (Gráfico 8).

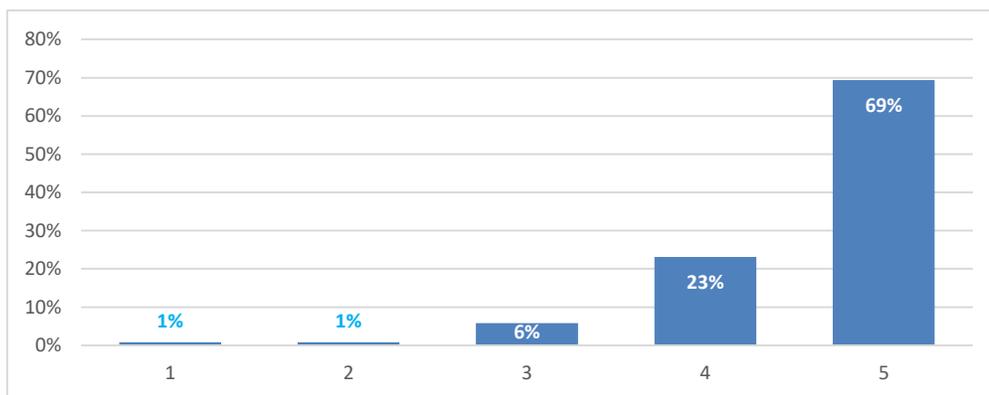


Gráfico 8: Grado de identificación de los egresados del Programa con la Universidad
Fuente: Centro de Egresados

Del mismo modo, a los egresados se les preguntó si recomendarían el programa de Comunicación Social que ellos cursaron a otras personas. El 96% considera que el pregrado es apropiado en la medida en que manifiestan que lo recomendarían a otras personas.

En las entrevistas realizadas a los empleadores se pudo observar que para estos la formación académica de los egresados de Comunicación Social de EAFIT como su desempeño están relacionados, y al respecto de ambos factores estas fueron algunas de sus respuestas:

- Son profesionales enfocados en resultados, orientados a ellos y lo hacen muy bien.
- Siempre están tratando de investigar, evolucionar, son propositivos
- Son líderes y se destacan por ello.
- Emprendedores.
- Encajan y se adaptan perfectamente a la cultura organizacional son flexibles en la adaptación.
- Tienen excelente formación en narrativas audiovisuales, textuales, de todo tipo.
- Apasionados por el conocimiento.
- Con buena relación empresa /Universidad lo que les permite mantenerse muy actualizados e informados de los que ocurre y lo que ofrece EAFIT.
- De excelente calidad humana.
- Valoro con una alta nota el trabajo que se hace desde la Facultad para brindarles a los estudiantes las herramientas técnicas y profesionales para enfrentar una labor tan compleja como es la del periodismo.
- Desde los seguimientos de los eafitenses que han pasado por esta sala de redacción doy fe de su responsabilidad frente al trabajo, su buen desempeño y excelente capacitación.

Y en general, estos tienen las siguientes consideraciones respecto a 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.
- **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).

Por último, entre las estrategias que a lo largo de estos años el pregrado y la Universidad han implementado para facilitar el paso de los estudiantes al mundo laboral es preciso mencionar que estas son de dos tipos. Por un lado, están las desarrolladas por el sistema de prácticas de la

Universidad EAFIT a través de su Departamento de Prácticas Profesionales, DEPP. Como se mencionó en la característica 6, el DEPP es la unidad encargada de administrar 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.	Comeva 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 Eléctrica 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 85: Inserción laboral de los estudiantes a través del sistema de prácticas profesionales
Fuente: DEPP

Por otro lado, están las realizadas por el Pregrado mismo en los procesos de enseñanza-aprendizaje. A este respecto, el Pregrado ha traducido las políticas generales de la Universidad en un conjunto de actuaciones 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. Por ejemplo, entre 2012 y 2017-1 se llevaron a cabo 60 actividades de tipo académico con invitados nacionales e internacionales.
- 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 de procesos de creación de sus profesores.
- La definición de metodologías para la enseñanza de la comunicación digital, tales como el trabajo colaborativo, el prototipado, la creación en red, entre otros.
- La creación de medios de comunicación propios.
- 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 esta ya tiene en el medio.

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 hace 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.

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

Acciones de mejoramiento

- Trabajar conjuntamente con el Centro de Egresados de la Universidad en la actualización periódica de las bases de datos y en el seguimiento de los egresados del Pregrado.

3.9.2. Característica 37. Impacto de los egresados en el medio social y académico

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 que ha sustentado la reforma curricular del programa los nuevos roles profesionales a los que se avoca un comunicador social exigen la oportunidad de brindar nuevas herramientas teóricas y metodológicas para que este desarrolle 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 de los medios de comunicación tradicionales, en el desempeño de la comunicación política, y a partir del nuevo énfasis que surge de la reforma curricular –el mercadeo digital– de la inserción de estos en ámbitos del mercadeo mediado por tecnologías.

A este respecto, la encuesta a los egresados indagó por el tipo de funciones realizadas en la actividad laboral desempeñada y por el rango de la remuneración económica recibida por la labor ejercida. En cuanto a lo primero, el 34% de los egresados ocupa el cargo de analista, el 19% lleva a cabo funciones de coordinación, el 11% son asistentes, el 7% son ejecutivos, mientras que el 5% se desempeña, o bien como auxiliares, o como directores. Un 14% afirma ocupar otro rango laboral (periodistas, redactores, productores o realizadores, entre otros) (Gráfico 9).

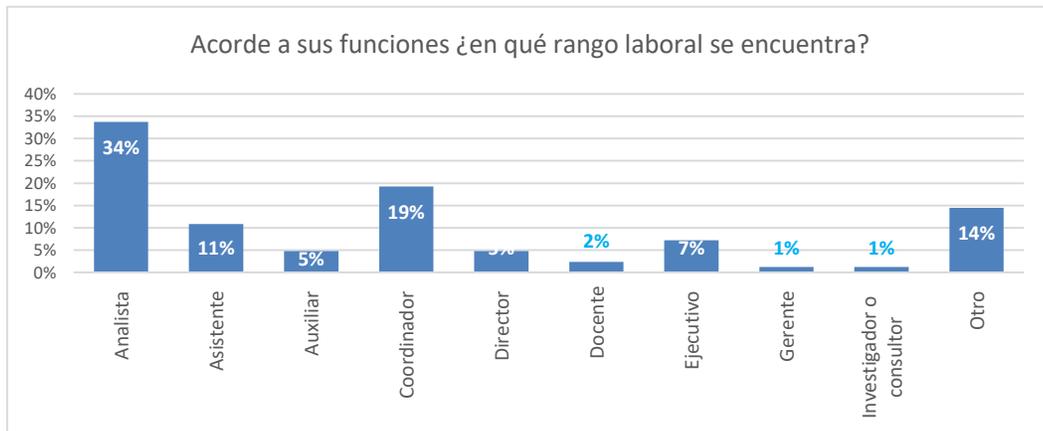


Gráfico 9: Rango laboral de los egresados del Programa
Fuente: Centro de Egresados

En cuanto al rango laboral, el 39% los egresados encuestados que están empleados tienen un rango de ingresos comprendido entre un millón y dos millones de pesos; el 30% tiene rango salarial que está entre los dos y los tres millones pesos; mientras que el 27% de estos dicen recibir un rango de salarios superior a los tres millones de pesos. En otras palabras, un 43% de los egresados recibe un salario de hasta dos millones de pesos, mientras que un 57% obtiene un salario por encima de los dos millones de pesos. En términos de promedio, el salario de un egresado estaría en la cifra de los \$3.900.00 pesos (Gráfico 10).

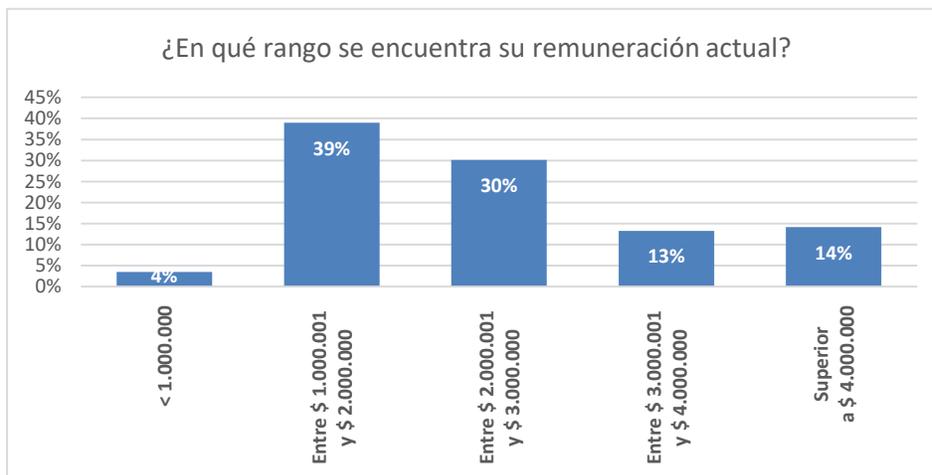


Gráfico 10: Rango de ingreso de los egresados del Programa
Fuente: Centro de Egresados

De estas cifras, hay que anotar que, aunque el 43% de las mujeres obtienen salarios inferiores a los dos millones de pesos frente a un 41% de los hombres, el 17 de las mujeres se ubican en los rangos salariales más altos frente a un 7% de los hombres por lo que en términos de salario promedio el de las mujeres es levemente superior al de los hombres.

De otro lado, a los egresados consultados en la encuesta se les indagó por otros aspectos relacionados con su participación en comunidades académicas y profesionales y con las distinciones y reconocimientos recibidas en su vida profesional. A este respecto, el 85% de los egresados encuestados dice no pertenecer a ninguna comunidad de índole académica, científica, profesional o artística; el 74% afirma no haber recibido ningún reconocimiento en su vida profesional por su desempeño u ocupación; y el 76% manifiesta que no ha realizado publicaciones académicas (artículos de revista, libros o capítulos de libro).

Dentro del grupo del 26% que manifiesta haber recibido algún tipo de reconocimiento en su vida profesional, el 48% lo ha recibido por méritos académicos, el 32% por méritos artísticos, mientras que el 19% manifiesta haber recibido algún reconocimiento por méritos profesionales. Entre los egresados que han recibido reconocimientos figuran, por ejemplo, Agustín Patiño Orozco, Catalina Arroyave, Valeria Zapata, Mónica Quintero, entre otros, quienes sobresalen por sus trabajos en los campos del periodismo y la creación audiovisual, como quiera que han obtenido becas de creación y premios por su trabajo (Tabla 86).

Reconocimiento	Total
Académico	48%
Artístico	32%
Profesional	19%
Científico	1%
Total	100%

Tabla 86: Egresados que han recibido algún reconocimiento en su vida laboral
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 el ámbito nacional. Se destaca que siendo este un programa joven –el Pregrado tiene 13 años de fundado– ya ha logrado posicionarse en el medio académico local y regional y sus egresados ya comienzan a ser reconocidos en el campo laboral.

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

Evaluación del factor 9. IMPACTO DE LOS EGRESADOS EN EL MEDIO

Los egresados del Pregrado en Comunicación Social han logrado posicionarse en el medio laboral de la ciudad y la región, y paulatinamente en el ámbito nacional. Lo anterior es reforzado por los índices de desempeño de los egresados y por las excelentes calificaciones emitidas por los empleadores de los practicantes que suelen, a su vez, ser los jefes de los egresados del Programa. Se resalta que los énfasis profesionales novedosos del Pregrado han sido positivamente aceptados en el medio; también llama la atención el número de empresas del sector público y privado 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 entorno de la comunicación organizacional, así este enfoque no sea parte del núcleo de nuestro Programa.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 9 obtiene una calificación general de **4.61**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.10. FACTOR 10: RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS

3.10.1. Característica 38. 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.

La extensión del campus principal es de 119.465 metros cuadrados que albergan 295 aulas de clase; 8 auditorios; una biblioteca; 135 áreas de espera o descanso; 151 laboratorios; 459 oficinas académicas; 135 oficinas administrativa, un dotado Centro de Idiomas y una recién inaugurada plazoleta de comidas, entre otras dotaciones para la realización de diversas actividades académicas, educativas, recreativas y culturales.

La Universidad ha sido pionera en la implementación de herramientas informáticas para la educación, por eso sus 295 aulas están dotadas con equipos de última tecnología. Cada salón de estudio está abastecido con un computador y un *video beam* o televisor.

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. 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 el mejoramiento de la accesibilidad para personas con limitaciones físicas, el Plan Maestro de la Universidad ha llevado a cabo distintas reformas como la instalación de ascensores en los bloques 33, 34 y 35; y la construcción de rampas en las vías peatonales del campus. Y para el cuidado del medio ambiente EAFIT ha desarrollado las siguientes normas propias:

- Normatividad Pmirs-Plan de Manejo Integral de Residuos Sólidos.
- Residuos especiales.
- Residuos peligrosos.
- Programa de salud ocupacional.

La disponibilidad de la infraestructura física disponible para uso de los estudiantes está determinada de la siguiente manera:

- Escuela de Ingeniería: 55 laboratorios-taller que ocupan un área de 4.133 m² y disponen de 354 puestos de trabajo.
- Escuela de Ciencias: 21 laboratorios-taller que ocupan un área de 1.338 m² y disponen de 164 puestos de trabajo.
- Escuela de Administración: 8 laboratorios-taller (salón de sesiones de grupo o Cámara de Gesell, salas de entrevistas en profundidad, aula de innovación y creatividad, Laboratorio de Geomercadeo, Laboratorio de Investigación de Mercados).
- Escuela de Economía y Finanzas: Laboratorio Financiero con 36 computadores, 8 pantallas pasivas, 12 terminales Bloomberg, 36 terminales pasivas del mercado de acciones y de derivados colombiano, y 20 terminales pasivas del mercado de bonos colombiano.

- Escuela de Derecho: Consultorio Jurídico.
- Escuela de Humanidades: el Centro Multimedial, la Emisora Acústica, los dos Laboratorios de Creación hipermedia, el Laboratorio Visual /*eyetracking*, el Laboratorio Afectivo y el Laboratorio de Neurociencias del Consumo, estos últimos al servicio del programa de Psicología.

Al consultar la opinión de los profesores y los estudiantes sobre su grado de satisfacción con respecto a la infraestructura física de la universidad en términos de su capacidad, suficiencia, iluminación, ventilación, seguridad e higiene se obtuvo una respuesta bastante positiva en ambos sectores de la comunidad académica.

En los estudiantes, los aspectos mejor calificados fueron en su orden: la iluminación (el 98% la valoró entre 5 y 4), la suficiencia (el 95% la valoró entre 5 y 4), la higiene (el 92% la valoró entre 5 y 4), la capacidad (el 90% la valoró entre 5 y 4), la seguridad (el 89% la valoró entre 5 y 4) y la ventilación (el 86 % la valoró entre 5 y 4).

Para los profesores, los aspectos mejor calificados fueron en su orden: la higiene (el 100% la valoró entre 5 y 4), la seguridad (el 100% la valoró entre 5 y 4), la luminosidad (el 96% la valoró entre 5 y 4), la suficiencia (el 94% la valoró entre 5 y 4), mientras que la capacidad y la ventilación recibieron el 88% y el 82% de las respuestas en este rango (Tabla 87).

Califique los siguientes aspectos de las instalaciones físicas de la Universidad	Estudiantes							Profesores						
	5	4	3	2	1	N/C	Total	5	4	3	2	1	N/C	Total
Capacidad	61%	29%	7%	1%	0%	2%	100%	65%	23%	6%	2%	0%	4%	100%
Suficiencia	69%	26%	3%	1%	0%	2%	100%	71%	23%	6%	0%	0%	0%	100%
Luminosidad	79%	19%	1%	0%	0%	1%	100%	84%	12%	4%	0%	0%	0%	100%
Ventilación	58%	28%	9%	3%	1%	1%	100%	57%	25%	10%	6%	2%	0%	100%
Seguridad	69%	20%	7%	2%	2%	0%	100%	84%	16%	0%	0%	0%	0%	100%
Higiene	71%	21%	6%	1%	0%	1%	100%	86%	14%	0%	0%	0%	0%	100%

Tabla 87: Calificación de estudiantes y profesores de los recursos físicos de la Universidad

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 esta 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 y por el buen concepto de administrativos, profesores y estudiantes.

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

Acciones de mejoramiento:

- Revisar, junto con la Admisiones y Registro, el sistema de administración de aulas y laboratorios con que cuenta el Pregrado con el fin de responder a las demandas de crecimiento de la población estudiantil.
- Hacer las solicitudes correspondientes para la reposición de equipos y la actualización de hardware y software en las aulas de laboratorio del Pregrado en Comunicación Social.

3.10.2. Característica 39. Presupuesto del programa

La asignación presupuestal para los programas de la Escuela de Humanidades se hace en conjunto con los departamentos académicos. 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.

El Pregrado en Comunicación Social cuenta con un centro de costos que es administrado por el Jefe de Carrera bajo la coordinación de la jefatura del Departamento de Comunicación Social y bajo la supervisión de la Dirección Administrativa y Financiera de la Universidad, que es la unidad encargada de velar por la solidez financiera y la equidad en la asignación de los recursos económicos en la Institución.

En términos generales, los ingresos del Pregrado se obtienen 100% por matrículas de los estudiantes. Por su parte, el margen neto de ganancias del Programa ha aumentado en los últimos años de operación: al año 2015 este tuvo un incremento del 10.3% y para el 2016 el margen neto fue del 28.6% (Tabla 88).

CONCEPTO	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016	
	Valor	% / Ing	Valor	% / Ing	Valor	% / Ing	Valor	% / Ing	Valor	% / Ing
INGRESOS NETOS MATRICULAS	3,659,408,958	81.7%	4,004,127,622	97.3%	4,405,869,458	100.0%	5,448,596,656	100.0%	6,704,547,784	100.0%
OTROS INGRESOS POR INVESTIGACION*	42,285,819	0.9%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
APORTES DE LA UNIVERSIDAD	780,000,000	17.4%	110,000,000	2.7%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
TOTAL INGRESOS	4,481,694,776	100%	4,114,127,622	100%	4,405,869,458	100%	5,448,596,656	100%	6,704,547,784	100%
COSTOS DIRECTOS DEL PROGRAMA	478,070,423	10.7%	607,581,441	14.8%	615,284,710	14.0%	619,393,952	11.4%	810,455,114	12.1%
COSTOS DIRECTOS POR DEPTO ACADEMICO	1,913,761,964	42.7%	1,745,973,173	42.4%	1,862,693,044	42.3%	1,730,139,804	31.8%	1,289,863,812	19.2%
COSTOS DIRECTOS POR SERVICIOS ACADEM. DE OTROS DEPTOS ACADEMICOS	166,734,720	3.7%	131,046,045	3.2%	167,462,285	3.8%	217,709,723	4.0%	356,061,378	5.3%
COSTOS DIRECTOS POR DECANATURA	221,203,329	4.9%	223,299,145	5.4%	189,190,930	4.3%	195,997,992	3.6%	229,606,903	3.4%
COSTOS DIRECTOS POR INVESTIGACION*	128,825,445	2.9%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
TOTAL COSTOS DIRECTOS	2,908,595,881	64.9%	2,707,899,805	65.8%	2,834,630,968	64.3%	2,763,241,470	50.7%	2,685,987,207	40.1%
MARGEN DIRECTO	1,573,098,895	35.1%	1,406,227,817	34.2%	1,571,238,490	35.7%	2,685,355,186	49.3%	4,018,560,577	59.9%
GASTOS INDIRECTOS DE FUNCIONAMIENTO Y ADMINISTRATIVOS- APOYO ASIGNADOS	1,807,680,013	40.3%	1,609,413,625	39.1%	1,715,802,813	38.9%	2,344,018,957	43.0%	2,489,963,916	37.1%
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES ASIGNADOS	241,404,019	5.4%	204,168,820	5.0%	175,316,822	4.0%	218,593,068	4.0%	389,737,332	5.8%
MARGEN NETO	6,822,902	0.2%	983,012	0.0%	30,752,498	0.7%	559,929,297	10.3%	1,918,333,994	28.6%

*La Investigación a partir del 2013 pasa a ser un objeto de costo y deja de ser componente del costo en los programas.

Tabla 88: Composición del presupuesto de ingresos y gastos del Programa, 2012-2016

Fuente: Departamento de Costos y Presupuesto

Por su parte, en la Universidad EAFIT el presupuesto de inversiones es administrado por centros de apoyo de la Institución desde los cuales se provee el servicio de manera general: software, hardware, mobiliario, construcciones y edificaciones, equipos, entre otros. El encargado directo del seguimiento y la verificación de dichas inversiones son los jefes de departamento, apoyados por el Departamento de Presupuestos a través del Sistema de Información presupuestal, SIPRES. En 2012 el presupuesto de inversión del Programa fue de \$457.087.162 millones de pesos, cifra que ha aumentado significativamente en los últimos tres años, pasando a \$2.276.491.333 millones de pesos ejecutados en 2016 (Tabla 89).

INDICADOR	2012 EJEC	2013 EJEC	2014 EJEC	2015 EJEC	2016 EJEC	PPTO. 2017
INGRESOS TOTALES	184,821,362,126	210,544,265,485	237,628,275,671	253,332,385,893	287,342,799,000	309,209,702,552
PPTO DE INVERSIONES	13,035,244,736	12,413,261,010	10,117,053,448	42,154,482,446	55,510,139,942	51,163,064,532
BASE ESTUDIANTIL PREGRADO	9,072	9,244	9,547	10,098	10,715	11,200
BASE ESTUDIANTIL POSGRADO	2,764	2,865	3,220	3,258	3,221	3,216
BASE ESTUDIANTIL TOTAL	11,835	12,109	12,767	13,356	13,936	14,416
INVERSION POR ESTUDIANTE	1,101,415	1,025,169	792,469	3,156,339	3,983,362	3,549,170
BASE ESTUDIANTIL DEL PROGRAMA	415	424	450	506	572	624
PPTO DE INVERSION PARA EL PROGRAMA	457,087,162	434,159,148	356,610,978	1,597,107,418	2,276,491,333	2,212,907,685
% de los Ingresos para Inversion del programa	0.25%	0.21%	0.15%	0.63%	0.79%	0.72%

Los ingresos e Inversiones de 2012 - 2013 -2014 - 2015 - 2016 corresponde a lo causado para cada vigencia, para el último periodo no se tiene el ejecutado por inversiones, y por lo tanto el valor corresponde al presupuesto.

Tabla 89: Distribución del presupuesto del Programa, 2012-2017

Fuente: Departamento de Costos y Presupuesto

De otro lado, entre 2012 y 2017 el Departamento de Comunicación Social e integrantes del grupo de investigación en Comunicación y Estudios Culturales han participado de manera directa en convenios estratégicos interinstitucionales que le han permitido una constante sinergia de trabajo con entidades de orden municipal, departamental y nacional de carácter público y privado. Y aunque el derrame de los ingresos no se ha revertido directamente en el programa, pues estos convenios han sido suscritos bajo la modalidad de consultoría, una figura que en la Universidad EAFIT solo puede ser coordinada por el Centro para la Innovación, la Consultoría y el Empresarismo, los beneficios han sido positivos como quiera que se trata de la participación del Departamento de Comunicación Social en la generación de recursos externos para la Institución.

Entre estos proyectos vale la pena mencionar: el proyecto Divertic-Edulabs con la Fundación EPM por valor de \$345.184.416; el Primer Festival de Series Web de Medellín, en alianza con la Secretaria de Cultura Ciudadana de Medellín en 2016 que aportó \$22.000.000; y el proyecto de consultoría sobre riesgos y oportunidades de las TIC en la vida cotidiana en asocio con la empresa Tigo-Une (Colombia Móvil) por valor de \$734.925.125. El siguiente cuadro muestra el monto de proyectos financiados por estas instituciones (Tabla 90):

Entidad	Convenio	Aporte	Año
Fundación EPM	Divertic	\$345.184.416	2013
Secretaria de Cultura Ciudadana	Festival Internacional de Series Web, FISMED	\$22.000.000	2016
Colombia Móvil	Riesgos y oportunidades de las TIC en la vida cotidiana	\$110.025.505	2017
Une	Riesgos y oportunidades de las TIC en la vida cotidiana	\$539.974.495	2017
Une	Riesgos y oportunidades de las TIC en la vida cotidiana	\$84.925.125	2017

Tabla 90: Monto de los convenios por labores de consultoría y alianzas

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 91). 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 91: Calificación de directivos y profesores de 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. Existen políticas presupuestales y de información para la elaboración del presupuesto fundadas en la planeación financiera, el costeo fundado 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.

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

Acciones de mejoramiento:

- Solicitar ante la Decanatura de la Escuela de Humanidades y las direcciones de Investigación y Financiera de la Universidad la disponibilidad de los recursos necesarios para atender las acciones de mejoramiento de los factores 5 y 6, relacionadas con la producción y visibilidad del grupo de investigación, la inserción en redes académicas y la participación en eventos de carácter nacional e internacional de los profesores del Departamento de Comunicación Social.

3.10.3. Característica 40. 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.

Por su parte, las necesidades físicas y la implementación de planes de mejoramiento se desarrollan a través de la jefatura de planta física, así como de las unidades encargadas de costos y presupuestos y se implementan desde el comité de recursos financieros. La Universidad EAFIT cuenta con un proceso de gestión financiera definido que incluye: la gestión de costos y presupuestos, la gestión contable y tributaria, la gestión de tesorería y cartera, y las conciliaciones bancarias.

La transparencia en el manejo de los recursos financieros de la Universidad se puede validar en las actas del Comité de Recursos Financieros, en los informes de revisoría fiscal, en el fondo patrimonial para el fortalecimiento institucional, en el fondo de estabilización, en los informes financieros, en los informes de gestión financiera, en las calificaciones financieras de *Fitch Ratings* 2013 a 2016, en el plan de inversiones y en las auditorías internas.

El 72% de los directivos considera que hay equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros, al valorar este ítem con un puntaje entre 5 y 4. Esta cifra baja al 43% cuando se les pregunta a los profesores que califican dicha equidad entre 5 y 4. Hay que anotar que el 53% de los profesores no tienen información al respecto (Tabla 92).

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 92: Calificación de directivos y profesores de la equidad en la asignación de los recursos físicos y financieros al Programa

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. 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 acordes con sus posibilidades y necesidades.

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

Evaluación del factor 10. RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS

El pregrado de Comunicación Social tiene a cargo un centro de costos y, en consecuencia, administra recursos financieros de la Universidad EAFIT, bajo la supervisión de la Dirección Administrativa y Financiera de la Universidad. Los planes de mejoramiento del programa (ascensos en el escalafón docente, financiación de estudios de doctorado de los profesores, dotación de equipos, aulas laboratorio, adquisición hardware y software para la producción de contenidos, compra de materiales bibliográficos, entre otros) se cumple satisfactoriamente según los planes operativos realizados anualmente. Estos planes han sido consistentes en relación al crecimiento del Pregrado.

De acuerdo con el promedio de las puntuaciones otorgadas a las características que lo integran, el Factor 10 obtiene una calificación general de **4.90**, que equivale a afirmar que se cumple plenamente.

3.11. SÍNTESIS DE LA AUTOEVALUACIÓN

F1: Misión, PEI y PEP		Calificación Característica	Ponderación Característica	Contribución por Car. Evaluación Global	Calificación Factor
C.1	Misión, visión y proyecto institucional	4,80	2,0%	0,10	4,70
C.2	Proyecto educativo	4,50	2,0%	0,09	
C.3	Relevancia académica y pertinencia social	4,80	2,0%	0,10	
F2: Estudiantes		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.4	Mecanismos de ingreso	4,60	3,8%	0,17	4,68
C.5	Estudiantes admitidos y capacidad institucional	4,40	6,3%	0,28	
C.6	Participación en programas de formación integral	5,00	5,1%	0,25	
C.7	Reglamentos estudiantil y académico	4,80	3,8%	0,18	
F3: profesores		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.8	Selección, vinculación y permanencia	4,90	1,8%	0,09	4,69
C.9	Estatuto profesoral	4,50	3,1%	0,14	
C.10	Número, dedicación, nivel de formación y experi.	4,20	3,1%	0,13	
C.11	Desarrollo profesoral	4,80	2,5%	0,12	
C.12	Estímulos a la docencia, creación, investigación, extensión social y a la cooperación internacional	4,80	2,5%	0,12	
C.13	Producción, pertinencia, utilización e impacto de material docente	4,90	1,8%	0,09	
C.14	Remuneración por méritos	5,00	2,5%	0,12	
C.15	Evaluación de profesores	4,70	1,8%	0,09	
F4: Procesos académicos		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.16	Integralidad del currículo	4,70	1,9%	0,09	4,71
C.17	Flexibilidad del currículo	4,80	1,5%	0,07	
C.18	Interdisciplinariedad	4,80	1,5%	0,07	
C.19	Estrategias de enseñanza y aprendizaje	4,60	1,9%	0,09	
C.20	Sistema de evaluación de estudiantes	4,80	1,9%	0,09	
C.21	Trabajos de estudiantes	4,70	1,9%	0,09	
C.22	Evaluación y autorregulación del programa	4,70	1,5%	0,07	
C.23	Extensión o proyección social	4,80	1,5%	0,07	
C.24	Recursos bibliográficos	4,60	1,9%	0,09	
C.25	Recursos informáticos y de comunicación	5,00	1,9%	0,09	
C.26	Recursos de apoyo docente	4,40	1,9%	0,08	
F5: Visibilidad Nacional e Internacional		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.27	Inserción en contextos nacionales e internacionales	4,50	3,4%	0,15	4,29
C.28	Relaciones externas de profesores y estudiantes	4,00	2,6%	0,10	
F6: Investigación, innovación,		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.29	Formación para la investigación, la innovación y la creación artística y cultural	4,70	6,5%	0,31	4,45
C.30	Compromiso con la investigación y la creación artística y cultural	4,20	6,5%	0,27	
F7: bienestar Institucional		Calificación	Ponderación		

		Característica	Característica		
C.31	Políticas, programas y servicios de bienestar U.	5,00	2,7%	0,13	4,93
C.32	Permanencia y retención estudiantil	4,80	1,3%	0,06	
F8: Organización, administración y gestión		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.33	Organización, administración y gestión del prog.	4,20	1,3%	0,06	4,57
C.34	Sistemas de com. e información	4,60	1,3%	0,06	
C.35	Dirección del programa	4,90	1,3%	0,07	
F9: Impacto de los egresados en el medio		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.36	Seguimiento de los egresados	4,50	1,7%	0,08	4,61
C.37	Impacto de los egresados en el medio social y académico	4,70	2,3%	0,11	
F10: Recursos Físicos y Financieros		Calificación Característica	Ponderación Característica		
C.38	Recursos físicos	5,00	2,0%	0,10	4,90
C.39	Presupuesto del programa	4,80	2,0%	0,10	
C.40	Administración de recursos	4,90	2,0%	0,10	
EVALUACIÓN GLOBAL DEL PRORAMA				4,65	

4. CONCLUSIONES

Luego de realizadas las sesiones de autoevaluación, y teniendo en cuenta las evidencias suministradas durante el proceso, 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. Y a la fecha, está a la espera de informe de los pares evaluadores para refrendar por otro período más dicha Acreditación.
- 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 de estudios de la Carrera es coherente con estos fines.
- Pese a lo joven del Programa –13 años– 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, según las competencias adquiridas en el Plan de Estudios y según sus intereses de actuación. Plan de Estudios que, a su vez, se complementa con la oferta de posgrados del Departamento de Comunicación Social que amplía y enriquece el propósito educativo del Programa.
- El programa tiene un Proyecto Educativo (PEP) coherente con el Proyecto Educativo Institucional (PEI) y cuenta con mecanismos para enfrentar las dinámicas del entorno e incorporar en el Plan de Estudios el resultado de estas experiencias. Prueba de esto es la propuesta de reforma curricular que se encuentra en evaluación por parte del MEN que pretende responder a los cambios vividos por el ecosistema comunicativo local, nacional y global, con la aparición de nuevos oficios y profesiones en el área de la comunicación, la irrupción de nuevos lenguajes y narrativas y la emergencia de novedosas formas de participación de la ciudadanía en el plano comunicacional, entre otros.
- Para la organización y actualización del Plan de Estudios el Programa toma como referencia las tendencias locales y globales del campo profesional de la comunicación, el estado del arte de la disciplina y los constantes monitoreos de desempeño estudiantil suministrados por la propia Universidad (los resultados de las Pruebas Saber Pro, por ejemplo). Prueba de esto es el fortalecimiento en las capacidades críticas, argumentativas, expresivas y de redacción en nuestros estudiantes que contendrá el nuevo Plan de Estudios, el cual responde una debilidad detectada en este tipo de competencias en las nuevas generaciones de estudiantes.
- El programa es, por definición, interdisciplinario y promueve la formación de un espíritu investigativo de sus estudiantes. La constitución de los semilleros de investigación ha fortalecido la formación de este espíritu en procesos co-curriculares de acompañamiento por fuera del aula de clase.
- El programa cuenta con un número idóneo de profesores con la dedicación y el nivel de formación necesarios para su funcionamiento en temas de docencia, investigación y proyección social. Se requiere, eso sí, continuar con una política de vinculación de nuevas plazas docentes que responda al incremento de la población estudiantil del Pregrado y a las nuevas demandas generadas por los

programas de posgrado (Maestría en Comunicación Transmedia y próxima Maestría en Comunicación Política) pertenecientes al Departamento de Comunicación 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 hacen en áreas relacionadas con el programa y se destacan por su buen desempeño profesional.
- El Programa influye positivamente en el medio local y regional gracias al impacto laboral de los egresados, las prácticas profesionales de los estudiantes, las conferencias y demás eventos académicos organizados de cara a la ciudad y, por supuesto, los proyectos de extensión social que en los últimos cinco años han permitido una interacción de profesores y estudiantes del Pregrado con comunidades y problemáticas sociales (la educación, la alfabetización en medios, la capacitación en formas expresivas mediadas por tecnologías, entre otras) de la ciudad y la región.
- El hecho de que el 16% de la población estudiantil del Pregrado cuente a 2017 con algún tipo de beca para adelantar sus estudios, sea esta proporcionada por la Universidad o por los convenios establecidos por EAFIT con organizaciones del sector público y privado, es un aspecto que habla del propósito de la Institución de contribuir a la inclusión social, misma que también se puede cotejar en los demás programas de Bienestar Universitario promovidos por la Universidad.
- 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 esta recibe uso y mantenimiento adecuados. En todo caso, hay un llamado de atención para revisar la disponibilidad, el uso y construcción de nuevas aulas y laboratorios para responder al crecimiento de la población estudiantil.

5. PLAN DE MEJORAMIENTO

Factor: FACTOR 1: MISION Y PROYECTO INSTITUCIONAL.
Característica 2. Proyecto Educativo del Programa.
Nombre del proyecto: Apropiación del Proyecto Educativo del Programa.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 5%
Indicador: Elaboración de un protocolo de inducción y aplicación del mismo.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de Carrera.
Meta: Lograr que los profesores y estudiantes tengan un mayor conocimiento y apropiación del Proyecto Educativo del programa.
Descripción: Se elaborará un protocolo de inducción que facilite la apropiación del Proyecto Educativo del Programa (PEP) por parte de la comunidad académica del Pregrado, con énfasis en los estudiantes y profesores que ingresan por primera vez al mismo.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 1: MISION Y PROYECTO INSTITUCIONAL
Característica 2. Proyecto Educativo del programa.
Nombre del proyecto: Actualización del Proyecto Educativo del Programa.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2019.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Actualización del documento del PEP.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Actualizar el Proyecto Educativo del Programa.
Descripción: Se actualizará el documento del Proyecto Educativo del Programa (PEP) a la luz de los cambios suscitados en la reforma curricular del Pregrado que está en curso de aprobación.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 2: ESTUDIANTES.
Característica 4. Mecanismos de selección e ingreso.
Nombre del proyecto: Puntajes de selección e ingreso de estudiantes.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Actas de las reuniones periódicas y documentos con los resultados de la evaluación.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur

Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Incrementar los puntajes de ingreso de nuevos estudiantes al programa.
Descripción: Se realizarán reuniones periódicas de análisis y evaluación de los mecanismos de selección e ingreso de los estudiantes con el fin de revisar que los puntajes de ingreso estén acordes con el crecimiento y con la calidad del Programa.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 3: PROFESORES
Característica 8. Selección, vinculación y permanencia de profesores.
Nombre del proyecto: Vinculación de nuevos profesores.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 7%
Indicador: Número de profesores de tiempo completo vinculados en los próximos cuatro años contra el número de profesores solicitados.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe de Departamento de Comunicación Social.
Meta: Fortalecer la planta de profesores del Departamento de Comunicación Social.
Descripción: Se elaborará un plan de acción que se presentará ante la decanatura de la Escuela de Humanidades con el fin de que en los próximos ocho años al menos cuatro profesores de tiempo completo con fortalezas en la investigación y en las áreas de las teorías de la comunicación, el periodismo y la comunicación transmedia para responder a los cambios surgidos en estas áreas, propiciados por la reforma curricular del Pregrado y por las demandas de los posgrados adscritos al Departamento de Comunicación Social.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

Factor: FACTOR 3: PROFESORES
Característica 9. Estatuto profesoral.
Nombre del proyecto: Clasificación de los profesores de Carrera Académica.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 2%
Indicador: Número de profesores del Departamento de Comunicación Social vinculados a la Carrera Académica clasificados de manera ágil en el sistema.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe del Departamento de Comunicación Social.
Meta: Lograr una mayor agilidad en los procesos de clasificación de los profesores en el sistema de Carrera Académica.
Descripción: Se les solicitará a las direcciones de Docencia y de Desarrollo de Empleados la implementación de mecanismos más fluidos de gestión y divulgación para que los profesores

vinculados a Carrera Académica adscritos al Departamento de Comunicación puedan lograr de manera más expedita su clasificación y su tránsito por dicho sistema.

Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 3: PROFESORES
Característica 10. Número, dedicación y nivel de formación de los profesores.
Nombre del proyecto: Formación doctoral de los profesores.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2022.
Peso del Proyecto: 5%
Indicador: Plan de acción que indique el número de profesores propuestos para a iniciar sus estudios de doctorado y número de profesores que efectivamente lo hicieron.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe del Departamento de Comunicación Social.
Meta: Fortalecer el nivel doctoral de los profesores del Departamento de Comunicación Social.
Descripción: Se elaborará un plan de acción ante la decanatura de la Escuela de Humanidades con el fin de que en los próximos cuatro años al menos dos profesores del Departamento de Comunicación inicien sus estudios de doctorado en campos afines a la comunicación.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

Factor: Factor 4: PROCESOS ACADÉMICOS
Característica 16. Integralidad del currículo.
Nombre del proyecto: Proceso de transición del nuevo currículo de Comunicación Social.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2020.
Peso del Proyecto: 5%
Indicador: Elaboración del plan de transición y de difusión del nuevo currículo del Pregrado en Comunicación Social ante los estudiantes del Programa con el fin de que estos se acojan a él.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Lograr que los estudiantes y profesores del Programa comprendan y realicen el proceso de transición al nuevo plan de estudios de la Carrera de Comunicación Social.
Descripción: Se efectuará un plan de transición y de difusión del nuevo currículo del Pregrado en Comunicación Social, una vez haya sido aprobado por el MEN, con el fin de que sea comprendido y apropiado por los estudiantes y profesores.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: Factor 4: PROCESOS ACADÉMICOS
Característica 16. Integralidad del currículo.
Nombre del proyecto: Seguimiento al nuevo currículo de Comunicación Social.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Informes de seguimiento al nuevo plan de estudios del Programa e informes de evaluación sobre sus fortalezas y debilidades.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Asegurar la calidad del nuevo plan de estudios del programa mediante el seguimiento de su implementación.
Descripción: Se realizará un seguimiento a la implementación del nuevo currículo del Pregrado con el fin de evaluar sus resultados, primero, en un lapso de dos años y, luego, en uno de cinco años, una vez haya egresado la primera cohorte del nuevo plan de estudios.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: Factor 4: PROCESOS ACADÉMICOS
Característica 16. Integralidad del currículo.
Nombre del proyecto: Seguimiento a los resultados de las Pruebas Saber Pro.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Informes de seguimiento del comportamiento de los estudiantes del Programa en los resultados de las Pruebas Saber Pro y actualización de resultados de dichas pruebas.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Seguir mejorando en las competencias genéricas y específicas de las Pruebas Saber Pro.
Descripción: Se llevará a cabo un seguimiento permanente a los resultados por venir de las competencias genéricas y específicas de las Pruebas Saber Pro con el fin de vislumbrar si el propósito de fortalecer la competencia de lectura-escritura, así como el campo de la comunicación en las asignaturas teóricas del nuevo Plan de Estudios se corresponde con la actuación de los estudiantes en dichas Pruebas.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: Factor 4: PROCESOS ACADÉMICOS
Característica 26. Recursos de apoyo docente.
Nombre del proyecto: Centro Medialab EAFIT.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.

Peso del Proyecto: 5%
Indicador: Elaboración del documento y presentación de la propuesta.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe del Departamento de Comunicación Social.
Meta: Convertir el MediaLab en un Centro de Estudios para la Innovación en Comunicación y Convergencia
Descripción: Se elaborará la propuesta de transformación del MediaLab de un Laboratorio de producción Hipermedia a un Centro de Estudios para la Innovación en Comunicación y Convergencia que trascienda las áreas de audiovisuales y cibermedios, para convertirse en un centro de estudios que articule los programas de pregrado y posgrado del Departamento de Comunicación Social.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos, técnicos y financieros.

Factor: Factor 4: PROCESOS ACADÉMICOS
Característica 26. Recursos de apoyo docente.
Nombre del proyecto: Recursos del Centro Multimedial.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Elaboración y ejecución del plan de acción conjunto.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Mejorar el nivel de satisfacción de los estudiantes hacia el Centro Multimedial.
Descripción: Se desarrollará un plan de acción conjunto con la coordinación del Centro Multimedial con el fin de prestar un mejor servicio a los profesores y los estudiantes en términos de préstamo de equipos, realización de trabajos, acceso y disponibilidad de espacios.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y técnicos.

Factor: FACTOR 5: VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL
Característica 28. Relaciones externas de profesores y estudiantes.
Nombre del proyecto: Redes académicas de los profesores.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 7%
Indicador: Documento elaborado con la descripción de las redes académicas en el campo de la comunicación y número de profesores vinculados a estas redes.
Responsable: Jorge Iván Bonilla.
Cargo: Director del Grupo de Investigación.
Meta: Mejorar la inserción en redes académicas de los integrantes del grupo de investigación

Descripción: Se elaborará un plan de acción con el fin de que los profesores del Departamento de Comunicación Social se vinculen de manera más efectiva a redes académicas de investigación tanto nacionales como internacionales.

Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

Factor: FACTOR 5: VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL

Característica 28. Relaciones externas de profesores y estudiantes

Nombre del proyecto: Presentación de ponencias en eventos académicos

Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.

Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.

Peso del Proyecto: 7%

Indicador: Informes periódicos de los eventos nacionales e internacionales disponibles cada año en el campo de la comunicación y número de profesores del Departamento de Comunicación Social que participan anualmente en dichos eventos.

Responsable: Jorge Iván Bonilla.

Cargo: Director del Grupo de Investigación.

Meta: Mejorar la participación de los integrantes del grupo de investigación en eventos nacionales e internacionales mediante la presentación de ponencias.

Descripción: Se elaborará un plan de acción con el fin de que los profesores del Departamento de Comunicación Social presenten ponencias en eventos nacionales e internacionales.

Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

Factor: FACTOR 5: VISIBILIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL

Característica 28. Relaciones externas de profesores y estudiantes

Nombre del proyecto: Participación de estudiantes en eventos académicos

Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.

Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.

Peso del Proyecto: 3%

Indicador: Recopilación y difusión entre los estudiantes de los eventos nacionales e internacionales disponibles cada año y número de estudiantes que en ellos participan.

Responsable: Juan Gonzalo Betancur.

Cargo: Jefe de Carrera de Comunicación Social.

Meta: Lograr que los estudiantes del Programa asistan a más eventos nacionales e internacionales en temas de comunicación y periodismo.

Descripción: Difundir de manera permanente los eventos de comunicación y periodismo a nivel local, nacional e internacional (congresos, seminarios, festivales, entre otros) que puedan ser de interés a los estudiantes del Pregrado.

Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y técnicos.

Factor: Factor 6. INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL
Característica 30. Compromiso con la investigación y la creación artística y cultural.
Nombre del proyecto: Mejorar la clasificación y producción del grupo de investigación.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 9%
Indicador: Resultados de la convocatoria de grupos de Colciencias; Número de productos de los integrantes del grupo de investigación.
Responsable: Jorge Iván Bonilla.
Cargo: Director del grupo de investigación.
Meta: Mejorar la clasificación en el sistema de Colciencias del grupo de investigación en Comunicación y Estudios Culturales (hoy en categoría B).
Descripción: Se llevará a cabo un plan de acción con el fin de mejorar la clasificación en el sistema de Colciencias del grupo de investigación en Comunicación y Estudios Culturales (hoy en categoría B) mediante acciones tales como: mejores resultados de investigación tipo Top; vinculación del grupo en programas de doctorado; más producción de artículos de revista en revistas indexadas, entre otras.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

Factor: Factor 7. BIENESTAR INSTITUCIONAL
Característica 31. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario.
Nombre del proyecto: Conocimiento y apropiación por parte de los profesores de cátedra de los servicios de Bienestar Institucional.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Elaboración de un protocolo de inducción para los profesores que ingresan por primera vez al Pregrado que contenga información sobre los servicios de Bienestar Institucional.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Lograr que los profesores de cátedra conozcan y utilicen los servicios de Bienestar Institucional algunos de los servicios de Bienestar Institucional.
Descripción: Se desarrollará, junto con el Departamento de Desarrollo de Empleados, estrategias de difusión con el fin de que los profesores de cátedra conozcan y se apropien de los beneficios, facilidades y los servicios de bienestar que ofrece la Universidad.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 8: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Característica 33. Organización, administración y gestión del programa
Nombre del proyecto: Propuesta para redefinición de funciones de los jefes de Departamento y Carrera.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2019.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Elaboración y presentación del documento de la propuesta ante el Decano de la Escuela de Humanidades.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe del Departamento de Comunicación Social.
Meta: Mejorar las condiciones, funciones y tiempo de las labores de los profesores que asumen cargos administrativos.
Descripción: Se presentará una propuesta ante la Decanatura de la Escuela de Humanidades que contenga criterios internos para limitar la permanencia en los cargos administrativos del Programa y para redefinir algunas funciones de los Jefes de Departamento y de Carrera.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos.

Factor: FACTOR 8: ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Característica 34. Sistemas de comunicación e información.
Nombre del proyecto: Sistema de medios de información del Pregrado.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 5%
Indicador: Elaboración de informe sobre los cambios realizados y ejecución de las mejoras en el sistema de medios del Pregrado.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Mejorar la convergencia del sistema de medios de información del programa.
Descripción: Se trabajará en el mejoramiento del sistema de medios de información del Pregrado mediante una plataforma de convergencia digital que permita el acceso de la comunidad universitaria y al público en general a las noticias, eventos, producciones y realizaciones que llevan a cabo sus profesores y estudiantes.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos, técnicos y financieros.

Factor: FACTOR 9: IMPACTO DE LOS EGRESADOS EN EL MEDIO
Característica 36. Seguimiento de los egresados.
Nombre del proyecto: Seguimiento a los egresados.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.

Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Informes periódicos de seguimiento a los egresados.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Obtener información permanente y oportuna de los egresados del Programa
Descripción: Se trabajará conjuntamente con el Centro de Egresados de la Universidad en la actualización periódica de las bases de datos de los egresados del Pregrado.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y técnicos.

Factor: Factor 10. RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS
Característica 38. Recursos físicos.
Nombre del proyecto: Disponibilidad de aulas y laboratorios del pregrado.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Informes periódicos de seguimiento a la disponibilidad de aulas y laboratorios.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Asegurar la disponibilidad constante de aulas y laboratorios ante el crecimiento del pregrado.
Descripción: Se revisará, junto con Admisiones y Registro, el sistema de administración de aulas y laboratorios con que cuenta el Pregrado con el fin de responder a las demandas de crecimiento de la población estudiantil.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos, físicos y técnicos.

Factor: Factor 10. RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS
Característica 38. Recursos físicos.
Nombre del proyecto: Actualización de equipos y paquetes tecnológicos.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 3%
Indicador: Informes anuales sobre reposición y actualización de equipos y paquetes tecnológicos.
Responsable: Juan Gonzalo Betancur.
Cargo: Jefe de la Carrera de Comunicación Social.
Meta: Mantener la actualización permanente de los quipos y paquetes tecnológicos del Pregrado.
Descripción: Se efectuarán las solicitudes correspondientes sobre la reposición de equipos y la actualización de hardware y software para las aulas de laboratorio del Pregrado en Comunicación Social.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos técnicos y financieros.

Factor: Factor 10. RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS
Característica 39. Presupuesto del programa.
Nombre del proyecto: Disponibilidad del presupuesto para cumplir con las metas propuestas.
Fecha de inicio programada: 30 de enero de 2018.
Fecha de cierre programada: 30 de noviembre de 2026.
Peso del Proyecto: 7%
Indicador: Informes anuales sobre indicadores de visibilidad, trabajo en redes, número de ponencias e incremento de la producción intelectual del grupo de investigación y de los profesores adscritos al Departamento de Comunicación Social.
Responsable: Diego Fernando Montoya.
Cargo: Jefe del Departamento de Comunicación Social.
Meta: Lograr que las metas de los factores 5 y 6 se cumplan según la disponibilidad de los recursos.
Descripción: Se solicitará ante la Decanatura de la Escuela de Humanidades y las direcciones de Investigación y Financiera de la Universidad la disponibilidad de los recursos necesarios para atender las acciones de mejoramiento de los factores 5 y 6, relacionadas con la producción y visibilidad del grupo de investigación, la inserción en redes académicas y la participación en eventos de carácter nacional e internacional de los profesores del Departamento de Comunicación Social.
Recursos: Para el logro de esta meta se requiere contar con recursos humanos y financieros.

4. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Consejo Nacional de Acreditación, CNA (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado*. Bogotá D.C.

Universidad EAFIT (2008). *Proyecto Educativo Institucional*. Medellín, Universidad EAFIT.

LISTA DE ANEXOS

- Anexo 1:** Resolución de Acreditación de Alta Calidad del Programa de Comunicación Social.
- Anexo 2:** Encuesta a estudiantes del Programa.
- Anexo 3:** Encuesta a profesores del Programa.
- Anexo 4:** Encuesta a Egresados.
- Anexo 5:** Entrevista a directivos de la Universidad, la Escuela de Humanidades y el Programa.
- Anexo 6:** Actas del proceso de Autoevaluación, 2017.
- Anexo 7:** Proyecto Educativo Institucional.
- Anexo 8:** Acta de creación del Programa en Comunicación Social.
- Anexo 9:** Proyecto Educativo del Programa.
- Anexo 10:** Apreciaciones de los empleadores sobre los practicantes del programa.
- Anexo 11:** Reglamento Académico de Pregrados.
- Anexo 12:** Estatuto de Profesores (Escalafón Docente).
- Anexo 13:** Estatuto de Profesores (Carrera Académica).
- Anexo 14:** Estatuto de Desarrollo Profesional.
- Anexo 15:** Asignación Salarial, 2017.
- Anexo 16:** Informe de Prácticas Profesionales de Comunicación Social.
- Anexo 17:** Informe de deserción del Programa de Comunicación Social, 2007-2015.
- Anexo 18:** Informe de los servicios y recursos de información de la Biblioteca.
- Anexo 19:** Guía de Procedimientos de Investigación de la Universidad EAFIT.
- Anexo 20:** Producción de los integrantes del grupo de investigación, 2012-2017.
- Anexo 21:** Políticas de Bienestar Universitario.