



# XXII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación (ENACOM)

Tiempo de comunicación.

Diálogos sobre pasado y presente en un mundo acelerado

SAN LUIS, 5, 6 Y 7 DE NOVIEMBRE DE 2025

**SEGUNDA CIRCULAR**

[enacom2025@gmail.com](mailto:enacom2025@gmail.com)



Facultad de  
Ciencias Humanas  
Universidad  
Nacional de San Luis





# ENACOM 2025

## OBJETIVOS DEL ENCUENTRO

- Poner en valor, jerarquizar y visibilizar los aportes propios de los estudios de Comunicación y su incidencia en el campo de las Ciencias Sociales y las Humanidades.
- Sostener y fortalecer los vínculos entre docentes - investigadores, comunicadores, extensionistas y estudiantes de instituciones de nivel superior dedicadas al estudio de la Comunicación.
- Generar espacios de intercambio para avanzar, como Federación, en la construcción de una agenda de trabajo común que nos permita pensar e imaginar maneras de asumir este tiempo y los años por venir, siempre en discusión con toda forma que restrinja o limite el potencial dialógico de la comunicación.

## EJES TEMÁTICOS

Para este ENACOM 2025 nos hemos propuesto pensar los ejes de trabajo de nuestro campo de estudios a partir de áreas generales con el propósito de evitar la fragmentación y las jerarquizaciones temáticas, a la vez que identificar problemáticas y tópicos transversales que eludan la dispersión y posibiliten intercambios y discusiones situadas. Entre estos últimos, identificamos perspectivas en derechos humanos, género, diversidades, pero también tendencias y tensiones concomitantes con las transformaciones técnicas epocales, tales como la IA. Así, Tiempo de comunicación propone diálogos en campos complejos de nuestros estudios.

### **I- Comunicación/cultura**

El campo de comunicación y cultura abre un espacio de indagación heterogéneo que tensiona los diferentes órdenes de lo comunicacional donde se ve imbricada la cultura, y que involucra no sólo procesos de significación simbólica, sino también, materiales. Estos comprenden diversas instancias vinculadas a la producción, circulación, recepción, y uso-consumo de bienes culturales. Desde esta perspectiva, el eje reúne trabajos que abordan temáticas tales como: prácticas culturales asociadas a grupalidades (migrantes, jóvenes, diversidades de género, entre otras); políticas de comunicación y cultura; sociabilidades y vida cotidiana; culturas populares y masivas; procesos identitarios; expresividades y sensibilidad en entornos socio-urbanos, barriales y digitales; construcción y estudios de audiencias en distintos soportes; mediaciones y mediatizaciones; consumos culturales, etc.

# EJES TEMÁTICOS

## **II- Comunicación popular, alternativa y comunitaria**

En este eje se esperan trabajos que analicen prácticas alternativas, populares o contrahegemónicas, basadas en la construcción colectiva, que tomen en consideración el diálogo y recuperen las problemáticas y estrategias comunicacionales que acontezcan en los territorios y en las comunidades.

Asimismo, se valorarán aportes relativos a la comunicación vinculada con organizaciones sociales y comunitarias, sobre todo de los sectores populares, los movimientos sociales, los medios alternativos, comunitarios y populares, o de pueblos originarios, -entre otros actores relevantes-, prácticas socioculturales y comunitarias, que supongan la construcción de una comunicación horizontal y participativa.

## **III-Teorías, epistemologías y metodologías de la comunicación**

Este eje temático está orientado a trabajos cuyo interés principal esté dedicado a la reflexión, el análisis y/o la discusión del estatuto epistemológico de la comunicación (disciplina, transdisciplina, interdisciplina, postdisciplina, entre otras); a los debates y planteos en torno a la definición de objetos y problemas comunicacionales y al estudio de los enfoques y las tradiciones teóricas tanto clásicas cuanto contemporáneas. Así como a ponencias destinadas al desarrollo de propuestas metodológicas que sirvan de referencia para la investigación y la construcción de reflexiones conceptuales de y sobre el campo de estudios de la comunicación.

#### **IV- Comunicación, ciudadanía, políticas y espacio público**

Las configuraciones comunicacionales vinculadas a la ciudadanía y al espacio público cobran relevancia para problematizar una dimensión política de los procesos sociales contemporáneos. En este eje se reciben trabajos de investigación, análisis de experiencias y reflexiones teóricas que aporten al debate en relación a temas tales como: acciones colectivas y movimientos sociales; comunicación gubernamental; procesos de participación en instancias de articulación, confrontación y/o debate con el Estado, Mercado y/o diversas esferas de los gobiernos (participación vecinal, audiencias públicas, etc.); los usos del espacio público; políticas públicas relacionadas al turismo, lo urbano, lo digital, entre otras; activismos y participación ciudadana en cuestiones de derechos humanos, género, territorio, ambiente, etc. De esta manera, este espacio busca construir un diálogo que permita abonar a la línea de estudios vinculados a la ciudadanía, las políticas y al espacio público desde el campo de la Comunicación.

#### **V- Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura**

Se esperan trabajos que estudien prácticas y lógicas políticas, económicas y sociales concretas que están en la base de las formas del desarrollo del capitalismo contemporáneo.

En este marco, las problemáticas asociadas a la Sociedad del Conocimiento, el intercambio de productos simbólicos, la plataformización, los algoritmos, los procesos de convergencia, las dialécticas de acceso y control, los marcos regulatorios, las cadenas de valor, las industrias culturales y las políticas de comunicación y cultura, los bienes y servicios en su doble condición (material y simbólico), y las formas que estas asumen en el enclave geopolítico, admiten un abordaje a la sociedad actual que ponen en el centro una nueva forma de reproducción del capital.

Se considerarán también trabajos que aborden modelos de negocio y estrategias publicitarias.

## **VI-Campo laboral-profesional: formación, perfiles y problemáticas**

El eje busca favorecer discusiones en torno al campo de la comunicación desde la dimensión del trabajo. A partir de aquí se propone revisar abordajes teórico-metodológicos sobre el campo profesional en un sentido amplio, con acento en las dinámicas productivas, los perfiles laborales, los desafíos y las demandas que emergen dentro de un escenario de cambios técnicos, sociales, culturales y políticos promovidos por tendencias como la automatización y la digitalización del trabajo.

Se espera poder recibir ponencias en torno al estudio de la formación para el campo laboral, las ocupaciones y profesiones vinculadas con la comunicación y el periodismo, las rutinas productivas en medios de comunicación, los modos asociativos y la sindicalización, así como en la línea de políticas públicas sobre la temática específica. Con este marco, también se buscan habilitar problemáticas estructurales asociadas con las desigualdades de género, de clase y de otro tipo.

## **VII-Discursos, lenguajes y representaciones sociales**

Este eje convoca la exploración de diversos objetos desde disciplinas nodales en el campo de la comunicación como la lingüística, la semiótica, la psicología social, el análisis de discurso. El campo del análisis de discurso, definido por la interdisciplinariedad, habilita los cruces y préstamos con otras ciencias sociales. De este modo, pueden confluir en este eje ponencias que indaguen la relación/interacción entre discurso, poder y sociedad; la configuración de objetos, sujetos e identidades a través del discurso; la relación entre representaciones sociales, percepciones, identidades y acción social. Asimismo, se incluyen aquellos trabajos que se preocupen por temáticas tales como la influencia del lenguaje en la construcción/reproducción de la/s identidad/es y el poder; los usos del lenguaje en los procesos de comunicación (medios masivos, redes sociales, comunicación interpersonal, prácticas culturales, etc.); y la producción de sentidos mediante discursos, narrativas, metáforas conceptuales, experiencias estéticas mediatizadas,

etc.

## **VIII-Comunicación y educación**

La comunicación está presente en todo proceso educativo. En ese sentido, invitamos a pensar la articulación entre ambos campos en sus distintas dimensiones y perspectivas.

En este eje esperamos trabajos referidos a investigaciones y/o experiencias, en los distintos niveles y modalidades del sistema educativo e iniciativas ligadas a la educación no formal, en temáticas como: políticas, medios, tecnologías digitales e IA, comunicación interpersonal en prácticas educativas, alfabetizaciones, recursos educativos en diferentes lenguajes, géneros y formatos, comunicación como objeto de enseñanza, subjetividades, entre otros.

## **IX-Prácticas y producciones periodísticas: medios de comunicación y nuevos formatos**

Este eje temático está orientado a trabajos cuyo interés principal esté dedicado a problematizar y reflexionar en torno a las multiplicidades de prácticas y producciones del campo disciplinar del periodismo, así como las dinámicas en medios de comunicación y los nuevos formatos emergentes. En el marco de esta propuesta, los trabajos pueden versar en torno a: criterios de noticiabilidad y construcción de agenda mediática en el contexto actual; nuevas rutinas productivas y su transformación en las prácticas comunicativas: personalización de la experiencia de usuario, producción de contenido de usuario/a y participación de audiencias; transmedia y narrativas multiplataforma; de los medios de comunicación social a las redes sociales; periodismo e Inteligencia Artificial Generativa; periodismo digital, streaming y plataformas digitales; streaming y experiencias de usuario/a e interfaces en las tecnologías de la comunicación; periodismo digital y narrativas medioambientales; periodismo narrativo; medios y periodismo feminista: experiencias y derechos y periodismo y realidad aumentada.

## **X-Industrias culturales, arte y estética**

Este eje temático remite a una zona de cruces teórico, metodológico y disciplinar entre la producción cultural industrial, el arte, la estética y la comunicación. El mismo está relacionado, por una parte, con una forma de producción, distribución y fruición de los productos culturales asociada indisolublemente a la irrupción y presencia de los medios masivos de comunicación dentro de las sociedades capitalistas complejas. Por otra parte, admite análisis, reflexiones y estudios que problematizan las intersecciones y desvíos en procesos, producciones y prácticas artísticas y/o creativas diversas. Abarca producciones literarias, visuales, audiovisuales, multimediales, acciones callejeras, performances, instalaciones, libro de artista, entre otras. La dimensión estética está presente y cobra sentido en los anudamientos entre obra y procesos de producción, circulación y reconocimiento donde se inscribe.

## **XI-Historia y memorias de la comunicación**

Nuestro campo, que cuenta ya con más de un siglo de historia, ha estado marcado por distintas tradiciones, actores sociales, debates y tensiones. En este eje temático se busca reunir trabajos que aporten a la construcción de unas memorias del campo de la comunicación. Pretende englobar investigaciones cuyo foco esté puesto en trayectorias individuales o colectivas de intelectuales o agentes sociales que hicieron época en el campo; en debates que marcaron momentos cruciales en él; en los procesos de conformación del campo; en lo relacionado a las tradiciones y sesgos teóricos preponderantes. Se consideran también análisis de los procesos socio-históricos, culturales y tecnológicos que habilitaron diferentes etapas de la construcción, consolidación y posterior desarrollo de los estudios en comunicación.

# RESÚMENES

**Fecha de recepción de resúmenes:** Hasta el 20 de junio

**Normas para la presentación de resúmenes:** Título, eje temático y tres palabras claves. Nombre y apellido del autor o autores (hasta tres personas), filiación institucional y correo electrónico.

Los resúmenes deberán responder al eje en el que se inscribe/n y explicitar la temática y el propósito de la ponencia. Respetar un mínimo de 200 palabras y un máximo de 400 palabras. La tipografía deberá ser de cuerpo 12, tipo de letra Times New Roman, con interlineado de 1,5, alineación justificada.

El archivo adjunto debe nombrarse de la siguiente manera: EJE Número\_ APELLIDO NOMBRE (Solo primer autor/a).

A modo de Ej.: Eje8\_ LUCERO ANA

Los resúmenes se cargan en el siguiente [formulario](https://forms.gle/fRdYSYBBBeLGGWGTY8)  
<https://forms.gle/fRdYSYBBBeLGGWGTY8>

No se aceptarán más de dos trabajos por persona.

El ENACOM es un evento presencial, pero prevé la posibilidad de presentaciones virtuales en casos excepcionales. El Comité organizador evaluará las solicitudes en función de la disponibilidad. En casos que lo requiera, consignar a continuación. Plazo para formular la solicitud: 20 de junio.

# ARANCELES

## EXPOSITORES

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de universidades pertenecientes a FADECCOS, **pago anticipado entre el 1 de mayo y el 15 de septiembre: \$20.000**

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades que no pertenecen a FADECCOS, **pago anticipado entre el 1 de mayo y el 15 de septiembre: \$25.000**

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades pertenecientes a FADECCOS, **pago anticipado entre el 20 de setiembre y el 1 de noviembre de 2025: 30.000\$**

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades que no pertenecen a FADECCOS, **pago anticipado entre el 20 de setiembre y el 1 de noviembre de 2025: 35.000\$**

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades pertenecientes a FADECCOS: **pago entre el 1 y el 7 de noviembre de 2025: 40.000\$**

Expositores/as/docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades que no pertenecen a FADECCOS, **pago entre el 1 y el 7 de noviembre de 2025: 45.000\$**

## ASISTENTES (con certificación)

Asistentes docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades pertenecientes a FADECCOS: \$12.000

Otros: Asistente docentes, Investigadores/as, graduados/as y extensionistas de Universidades no perteneciente a FADECCOS: \$17.000

## ESTUDIANTES

Estudiante universitario/a expositor/a perteneciente a FADECCOS: \$12.000

Estudiante universitario/a expositor/a no perteneciente a FADECCOS: \$17.000

Estudiante asistente (sin certificación): sin arancel



ENACOM 2025

## INSCRIPCIONES Y PAGO

En el siguiente enlace se reciben las inscripciones y comprobantes de pago. En este formulario se podrá solicitar la facturación, para ello debe cargar los datos necesarios:

- Información para la confección de Factura: Razón social y CUIT (en caso de Proyectos u otro) o Apellido/s, Nombre/s y DNI (en caso de particular).
- Dirección
- Referencia de pago (aparece en el comprobante)

San Luis te espera

Contacto:

[enacom2025@gmail.com](mailto:enacom2025@gmail.com)



Enacom - Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación



[@enacom.fadeccos](https://www.instagram.com/enacom.fadeccos)

[ENACOM2025](#)