



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

TERCERA CIRCULAR

enacom2025@gmail.com



Facultad de
Ciencias Humanas
Universidad
Nacional de San Luis

FADECCOS
Federación Argentina de
Carreras de Comunicación Social



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.



ENACOM 2025

PRÓRROGA PARA LOS RESÚMENES

Fecha de recepción de resúmenes: Hasta el 25 de julio

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/fRdYSYBBelGGWGTy8>

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: 25 de julio.

EXPOCOM

Para este EXPOCOM 2025 esperamos que, de forma federal, podamos compartir el trabajo de estudiantes de las distintas universidades pertenecientes a FADECCOS. Se presentan a continuación las **categorías y modalidades de presentación**.

1. Categoría: comunicación periodística

Periódico impreso/digital: Es una publicación pensada para salir diariamente que contiene información periodística que se agrupa en secciones y aborda diferentes temáticas. Se entrega en formato PDF a través de formulario.

Revista impresa/digital: Publicación periódica semanal, quincenal o mensual que incluye información de diferentes temáticas o está especialmente orientada a un tema y target. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

Suplemento impreso/digital: Publicación de aparición regular que refiere a temáticas específicas. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

Nota de investigación impreso/digital: Se entiende como tal a una investigación en profundidad con varias fuentes sobre un tema de interés periodístico. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

Entrevista periodística: Se entiende como la versión periodística de una conversación entre un entrevistado y un entrevistador, sobre un tema de interés público, de hasta 3 páginas. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

CATEGORÍAS Y MODALIDADES

Entrevista periodística audiovisual: Es la versión audiovisual sobre la conversación de un entrevistado y un entrevistador sobre un tema de actualidad periodística. Duración máxima sugerida: 15 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Crónica periodística: Narración interpretativa y valorativa de hechos noticiosos actuales o actualizados, donde se narra algo al mismo tiempo que se juzga lo narrado, de hasta 6 páginas. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

Informe de investigación periodística: se trata de una pieza audiovisual periodística que propone, a partir de una investigación que brinda datos, testimonios y antecedentes, comprender un tema o acontecimiento de actualidad. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa periodístico de panel: Programa con varios invitados que brindan información y opinión sobre un tema determinado de interés público; puede ser en formato de mesa redonda, debate, etc. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Noticiero: Programa que brinda la síntesis de la información de los acontecimientos más sobresalientes del día, transmitida por televisión, a través de distintas noticias, informes, etc. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Informativo radial: Resumen de noticias. Duración máxima sugerida: 3 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Ensayo periodístico: Entendido como un ensayo o argumentación periodística, de hasta 5 páginas. Se entrega en formato PDF o a través de un enlace a la publicación.

Fotografía Periodística: Se trata de una fotografía de actualidad periodística destinada a ser utilizada en medios gráficos impresos y/o virtuales. Puede ser en los siguientes Subgéneros: Foto Noticia (1 foto), Foto Reportaje – Entrevista (tres fotos) y Foto Crónica (tres fotos). En formato JPEG. (100 MB).

Fotografía Documental: Fotografía como Documento Social (1 foto), es aquella que tiene una intencionalidad de constatación, denuncia, compromiso ideológico; vinculados a una realidad inmediata, sobre hechos reales, personajes reales y/o circunstancias reales. En formato JPEG. (100 MB).

2. Categoría: comunicación publicitaria

Campaña publicitaria gráfica: de entre tres y cinco piezas. En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Campaña publicitaria radiofónica: Mínimo 3 piezas. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público. La duración total de las piezas entregadas no puede superar los 6 minutos. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Pieza publicitaria radiofónica: Duración máxima sugerida: 1 minuto. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Cartel / afiche: de promoción de eventos o actividades En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Vía pública / outdoor: En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Folleto: entre dos y cuatro carillas. En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Fotografía Publicitaria: (Arte Aplicado): Se trata de una fotografía que formaría parte de un aviso publicitario en medios gráficos impresos y/o digital. En los siguientes Subgéneros: Foto Publicitaria Comercial, se entiende como tal a una imagen que conducirá al receptor al acto de comprar (1 foto) y/o Foto Publicitaria de Persuasión o cambio de conducta (no comercial), se entiende como tal a una imagen que intenta persuadir al receptor a un cambio de conducta. En formato JPEG. (100 MB).

Jingle: Se trata de una composición musical publicitaria que promueve la recordación de marca, producto o servicio. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Spot publicitario (o de propaganda audiovisual): Es la pieza que publicita un producto o servicio de índole comercial o como bien y/ o servicio público destacando sus cualidades con fines específicos, por ejemplo, campaña publicitaria, campaña de bien público, campaña de propaganda política. Duración máxima sugerida: 45 segundos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Campaña publicitaria (o de propaganda para televisión) para medios audiovisuales: Serie de varios spots publicitarios que forman parte de una misma campaña. Hasta 5 piezas. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público. Duración máxima del total de las piezas: 5 minutos.

3. Categoría: comunicación institucional

Desarrollo de identidad corporativa: Máximo tres láminas, en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Boletín o newsletter: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Logo: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Packaging: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Audiovisual institucional: Se trata de un informe centrado en la actuación, conformación o áreas de desarrollo de un organismo o institución con el objetivo de desarrollar la imagen institucional, organizacional o corporativa. En ese sentido, no podrá incluir contenidos de tipo publicitario ni de propaganda para diferenciarse de la categoría anterior. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Proyecto de asesoría en comunicación: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, en formato JPG.

Estrategias de comunicación Institucional: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas en formato JPG.

4. Categoría: comunicación sonora

Entrevista sonora: Producto basado en la conversación mantenida entre un periodista y una o un conjunto de personas en la que se aborda uno o varios temas considerados de interés público. Duración máxima sugerida: 10 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa musical: Duración máxima sugerida: 30 minutos Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Magazine: Programa generalista que aborda diferentes temáticas. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Radioteatro: Obra dramática adaptada al formato radiofónico. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa infantil: Audición con contenidos orientados a un público infantil. Duración máxima sugerida: 20 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa cultural: Audición con contenidos que aborden problemáticas o un tema cultural como eje orientador de la emisión. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa de bien público: Audición que aborde problemática de interés público o social. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Documental radiofónico: Audición radiofónica que se funda en fuentes documentales y que se propone un conocimiento profundo y contextualizado sobre una temática o problema particular. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

5. Categoría: comunicación audiovisual

Documental sobre un personaje: Se trata de una narración focalizada en una persona, que deberá considerar las bases de la realización documental concebida como un modo discursivo que tiene un referente, situación o contexto real, no ficcional. Deberá estar basado en una investigación periodística o académica previa que haya dado lugar a su guión y a la posterior organización del relato. Duración máxima sugerida: 30 minutos. deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Documental sobre una temática: Se trata de una narración focalizada en un tema, no necesariamente de actualidad, que deberá considerar las bases de la realización documental concebida como un modo discursivo que tiene un referente, situación o contexto real, no ficcional. Deberá estar basado en una investigación periodística o académica previa que haya dado lugar a su guión y a la posterior organización del relato. Duración máxima sugerida: 30 minutos. deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Corto de ficción: se trata de una pieza audiovisual de hasta 30 minutos a partir de una idea original o adaptada, que recurra a los códigos propios de la producción de ficción: guión, actores, puesta en escena. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Docudrama: se trata de una pieza audiovisual de hasta 30 minutos a partir de un hecho real, que combina la investigación periodística con el uso de códigos propios de la producción de ficción: guion, actores, puesta en escena. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Video experimental: se trata de una pieza audiovisual alejada de las narrativas convencionales, en la cual prima la búsqueda plástica y poética, y que utiliza las posibilidades creativas de la imagen y de la banda sonora para generar sensaciones en el público. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Magazine: Programa televisivo que combina noticias, entrevistas, informes, notas de investigación y/o debates, que abordan uno o varios temas informativos desde una perspectiva analítica. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Videominuto: se trata de una narración de ficción de hasta un minuto de duración, a partir de una idea original o adaptada, que recurra a los códigos propios de la producción de ficción: guion, actores, puesta en escena. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

6. Categoría: comunicación interactiva

Sitio web periodístico: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con contenido periodístico, articuladas a partir de una página de inicio o índice que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web institucional: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información institucional, articuladas a partir de una página de inicio o índice que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web corporativo: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información corporativa, articuladas a partir de una página de inicio o índice que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web de bien público o social: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información de bien público, articuladas a partir de una página de inicio o índice que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Blog periodístico: Es una publicación online con contenidos periodísticos en la cual los contenidos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Blog institucional: Es una publicación online con contenidos institucionales en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Blog corporativo: Es una publicación online con contenidos corporativos en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Producciones periodísticas multimedia: Son trabajos unitarios sobre una temática específica. Puede incluir reportaje, investigación periodística, entrevista o cobertura de algún hecho de actualidad, realizados para la Web. Debe enviarse el enlace al sitio web donde estén publicadas.

Producción web de comunicación institucional: trabajo unitario multimedial para la Web sobre una institución sin fines de lucro. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Producción web publicitaria o corporativa: trabajo multimedial para la Web sobre una empresa, marca o microemprendimiento. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Producción web de comunicación de bien público: trabajo multimedial para la Web sobre temáticas o políticas de bien público. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Red social periodística: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social con fines periodísticos. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Red Social institucional: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una institución sin fines de lucro. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Red social publicitaria o corporativa: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una empresa o microemprendimiento. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Producciones para redes sociales: publicación, post, reel, etc. en Facebook, Instagram, Twitter, Tik tok y/u otra red social. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Comunicación transmedia de ficción: contempla el desarrollo de proyecto de comunicación transmedia de ficción, que incluya piezas en distintos soportes (texto, gráfica, fotografía, video, audio) y que contemple estrategias de participación de las audiencias. Debe enviarse el enlace al sitio web del proyecto.

Comunicación transmedia de no ficción: contempla el desarrollo de proyecto de comunicación transmedia de no ficción (periodístico, documental, de bien público) que incluya piezas en distintos soportes (texto, gráfica, fotografía, video, audio) y que contemple estrategias de participación de las audiencias. Debe enviarse el enlace al sitio web del proyecto.

Serie web periodística o divulgativa: se trata de una serie de al menos tres capítulos sobre un tema de interés periodístico o social, alojada en un sitio web y/o transmitida a través de una plataforma web (YouTube, por ejemplo) o red social. Se deberá proveer el enlace a la plataforma de difusión.

Serie web de ficción: se trata de una serie de al menos tres capítulos, a partir de una idea original o adaptada, alojada en un sitio web y/o transmitida a través de una plataforma web (YouTube, por ejemplo) o red social. Se deberá proveer el enlace a la plataforma de difusión.

7. Comunicación streaming

Streaming de contenido audiovisual: Producto audiovisual diseñado para ser retransmitido en internet. Se constituye por contenidos de audio y video integrados, como series, películas, etc. Se deberá proveer el enlace a la plataforma en que se encuentra alojada la producción. El producto presentado no debe exceder los 20 minutos, y puede ser un recorte de una producción más extensa.

Streaming de video (videocast): Producto audiovisual que es elaborado por la recepción de un flujo continuo de imágenes en movimiento, como transmisiones en vivo (TV o radio con video) o grabaciones documentales. Se deberá proveer el enlace a la plataforma en que se encuentra alojada la producción. El producto presentado no debe exceder los 20 minutos, y puede ser un recorte de una producción más extensa.

Streaming de audio (podcast): Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

Streaming programa periodístico de panel: Programa con varios invitados que brindan información y opinión sobre un tema determinado de interés público; puede ser en formato de mesa redonda, debate, etc. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Streaming Magazine: Programa televisivo que combina noticias, entrevistas, informes, notas de investigación y/o debates, que abordan uno o varios temas informativos desde una perspectiva analítica. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Podcast de entrevista: Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

Podcast de interés general: Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

Podcast de docudrama: Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

Podcast de ficción: Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

Podcast documental: Producto audiofónico diseñado para un consumo on-demand por lo que la temática es atemporal. Se constituye de una serie de emisiones temáticas, de las cuáles para la presentación en el concurso deben seleccionar un solo capítulo cuya duración no debe exceder los 20 minutos.

BASES PARA TRABAJOS

- Cada unidad académica podrá enviar, a través de su responsable de carrera, un solo trabajo por modalidad.
- La inscripción de los trabajos se realiza completando la ficha de inscripción que se les remitirá a cada responsable de carrera. No se admitirán inscripciones individuales.
- La fecha de inscripción y envío de trabajos para todas las categorías y modalidades tendrá como fecha límite el lunes 15 de septiembre, sin posibilidad de prórroga.



ENACOM 2025

PAUTAS DE PRESENTACIÓN

En todos los casos, para poder garantizar que el trabajo se visualice en las mismas condiciones que los realizadores lo presentaron se sugiere que sean subidos a un repositorio digital (Google Drive, Dropbox, Onedrive, Terabox, Mega, Youtube, Vimeo, Soundcloud, Ivoox, Spotify, etc) y compartidos a través de un enlace. En estos casos es importante antes del envío chequear que los archivos estén disponibles para cualquier persona que tenga acceso al enlace.

- Las piezas gráficas deberán ser enviadas en formato PDF o JPG.
- Las revistas deberán enviarse en formato PDF
- Para las piezas audiovisuales deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.
- Para las piezas sonoras y radiofónicas, deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (SoundCloud, Ivoox, Spotify, Google Drive, etc.) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Formulario de inscripción: <https://forms.gle/fo3zE3Cv2eiPXG1n9>

San Luis te espera

Contacto:

enacom2025@gmail.com



Enacom - Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación



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

[ENACOM2025](#)



Facultad de
Ciencias Humanas
Universidad
Nacional de San Luis

