

---

## Formación y campo laboral de graduadas/os en comunicación social. Una aproximación desde sus experiencias

Training and labor field of graduates in social communication. An approach  
from their experiences

María Teresa Bernardi

FADECS-UNCo

mtbernardi@hotmail.com

### RESUMEN

El artículo expone los resultados de una encuesta realizada a graduadas/os de la licenciatura y el profesorado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue (FADECS-UNCo). Es un avance de una investigación mayor cuyo objetivo es indagar sobre las trayectorias laborales de las y los egresados, en particular, aquellos que ejercen el periodismo en medios digitales de la Patagonia norte .

En esta primera aproximación pudimos obtener datos pocas veces explorados respecto de las miradas y percepciones que tienen las y los egresadas/os sobre su formación y lugares de trabajo.

A través de un cuestionario que fue respondido por 86 graduadas/os que obtuvieron sus títulos entre 2008 y 2023

### Palabras clave

Comunicación  
social; encuesta;  
Plan de estudios;  
campo laboral,  
graduadas/os.

---

accedimos a información valiosa sobre los espacios laborales donde desarrollan su profesión, las actividades específicas que realizan y sus opiniones y recomendaciones respecto del plan de estudios de las carreras que está vigente desde 2003.

## **ABSTRACT**

Debates on collective action and contemporary political subjects have generated a set of theoretical tools for the study of collective action and social movements, expanding field's theoretical-analytical horizons. In this essay we briefly review the approaches that have been employed in studying social movements, with a particular focus on labor unions. In the first section we will refer to the political process approach and its most recent innovations at the international level. Then we analyze the theoretical models used in union studies in Argentina, such as that of power resources and political exchange. Finally, we explore some theoretical contributions by Laclau (2005), from which the study of labor unions' collective action draws.

## **Keywords**

Social  
Communication;  
survey; curriculum;  
labor field,  
graduates.

El Departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación Social de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (FADECS- UNCo), de manera intermitente, ha intentado poner en discusión el plan de estudios vigente, aprobado en 2003, y que desde entonces guía la formación de profesionales tanto en la licenciatura como en el profesorado.

Poco más de veinte años es un tiempo muy largo para un campo disciplinar que va cambiando vertiginosamente y que demanda repensar tanto la actualización del perfil profesional como las articulaciones que se establecen con el contexto social, económico y cultural en el que las carreras están insertas. Un debate urgente que obliga a formular nuevamente la pregunta por el lugar de la comunicación como mediadora de esos procesos.

Los cambios en los programas de formación en Comunicación renuevan y actualizan debates de larga data tanto en nuestro país como en Latinoamérica. Una profusa producción académica, entre las cuales podemos citar las de autores como Fuentes Navarro (1983, 1995); Martín-Barbero (2011); Mellado, Simon, Barría, Enríquez (2007); Benavente y Uranga (2021) y Rojas Rojas (2021), da cuenta de las complejidades que implica abordar esta temática. Y es que hay una tensión entre la reflexión crítica del hacer comunicacional y las demandas profesionales del mercado laboral que atraviesa las discusiones sobre la formación de las y los comunicadores.

Así, como señalan Benavente y Uranga, lo que llamamos profesión se va redefiniendo permanentemente y de manera constante abre nuevas aristas.

“Y este derrotero es acompañado —en algunos casos, impulsado— por los procesos de formación que oscilan entre humanismo y tecnicismo, entre las demandas del mercado y los requerimientos de una interpretación compleja de la comunicación en relación con la sociedad y la cultura contemporánea” (Benavente y Uranga, 2021:3).

Por su parte Martín-Barbero refiere que el problema de fondo ya no es el peso que debe tener en la formación los diversos saberes y destrezas, sino “qué tipo de

reflexión teórica e investigativa pueden articularse al «hacer comunicación», sin quedar absorbidas o neutralizadas por la razón tecnológica y la «expansión» de la lógica mercantil al modelo de sociedad (Barbero, 2005:124).

Estos dilemas que marcan la reflexión sobre la currícula de las carreras de comunicación no tienen clausura. Sin embargo, son fundamentales para poder componer una mirada más amplia sobre la responsabilidad de la academia frente a la formación y las necesidades de una profesión siempre cambiante.

### **Comunicación Social en la UNCo: 50 años de historia**

La Carrera de Comunicación Social de la FADECS-UNCo cumplió 50 años en 2024. Los festejos en conmemoración generaron un espacio de reencuentro entre docentes, egresadas/os y estudiantes que, además de la recuperación de historias cargadas de emotividad, abrió un camino de reflexión en torno a la necesidad de actualizar su oferta de formación.

La historia comienza en noviembre de 1974 con la creación de la Tecnicatura en Medios de Comunicación Social, con orientación en Periodismo, Televisión y Radio, cuyos cursos iniciaron al año siguiente, en 1975. Ese plan fundacional ya contemplaba la continuidad en una Licenciatura en Comunicación Social. Con el correr de los años le siguieron otros<sup>1</sup> que modificaron y adaptaron la propuesta de la carrera. En 1995 se creó Profesorado en Comunicación Social y en 2003 tuvo lugar la última modificación del plan de estudios, vigente hasta la actualidad. Este último contempla una malla curricular compartida entre el profesorado y la licenciatura, con materias y seminarios específicos para cada carrera. La licenciatura, además, ofrece tres menciones: Periodismo, Gestión y Producción y Locución que desde segundo año perfilan la formación de las y los comunicadores.

---

<sup>1</sup> Según indica Bergonzi (2010: 24) “Los planes de estudio de la carrera de Comunicación, desde su nacimiento, son los siguientes: Plan Fundacional 008/1974; 032/1977 presentado en 1975; 095/1985; 726/ 1989; 791/1993 343/1995 (Creación del Profesorado en Comunicación Social); 173/2003 Vigente”.

Desde 1974 hasta hoy, el crecimiento y transformación de las carreras es evidente, tanto en la actualización de los contenidos de las asignaturas, acordes a los cambios culturales, sociales y tecnológicos, como en investigación y extensión<sup>2</sup>. Actualmente Comunicación Social cuenta con dos carreras de posgrado: la Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas y la Maestría en Comunicación y Cultura y dos institutos que articulan la investigación con la extensión: el Laboratorio Transmedia de la Patagonia y el Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales.

### La encuesta, un primer acercamiento

En el marco de un proyecto de investigación en el que, entre otros temas, abordamos las trayectorias y percepciones de las y los periodistas que trabajan en medios regionales nos propusimos un primer acercamiento al campo laboral de egresados/as en Comunicación a través de una encuesta. Esto nos permitió indagar el estado de la profesión en general para luego profundizar un poco más sobre el periodismo en particular. Esta primera etapa tuvo como propósito aportar un punto de partida para comenzar a pensar la actualización del plan de las carreras.

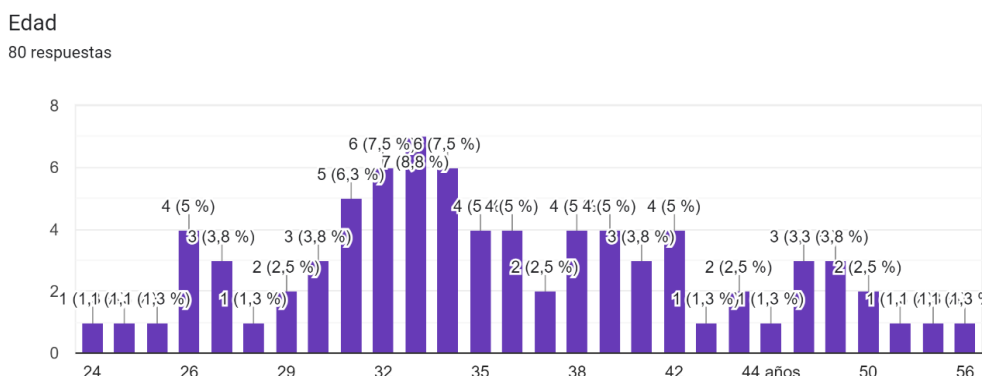
En la búsqueda de antecedentes que nos permitieran conocer el estado del arte sobre la relación entre la formación y el campo profesional y laboral de las y los graduados de las carreras, encontramos muy poco. Apenas algunos trabajos que rondan la temática sin adentrarse concretamente en la articulación de la formación y el trabajo. Consideramos, entonces, que los resultados de esta indagación podrían contribuir a una planificación de estudios sistemáticos sobre esta cuestión.

---

<sup>2</sup> Una serie de artículos que dan cuenta de la producción en investigación y transferencia que se realiza desde las carreras de Comunicación Social de la FaDeCs- UNCo se compilan en: Schleifer, P.; Loaiza, M.; Bernardi, M; & Bergero, F. (Eds.). (2022). *Investigar en Comunicación Experiencias desde la FADECS/UNComa*. Publifadecs. General Roca. Recuperado el 24 de julio de 2025 de: <https://rdi.uncoma.edu.ar/bitstream/handle/uncomaid/16706/INVESTIGACION%20EN%20COMUNICACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La encuesta fue enviada a través de un formulario de google a los correos personales y/o contactos a través de redes sociales de 150 egresadas/os, que obtuvieron sus títulos entre 2008 y 2023, durante la semana del 18 al 25 de abril de 2024. Al momento del cierre, el 8 de julio de 2024, obtuvimos 86 respuestas.

El rango etario de quienes respondieron la encuesta es amplio: de 24 a 56 años. Y si bien muchas respuestas pertenecen a quienes están entre los 26 y 42 años, la mayor cantidad se concentra entre los 31 a 34 años.

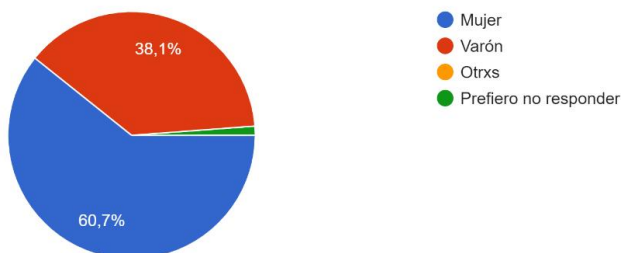
**Gráfico 1. Rango etario**

Un dato sobre la composición de la muestra evidencia lo que ya vienen señalando algunos/as autores/as sobre la feminización de la matrícula en las Ciencias Sociales (Abarzúa y Piovani, 2023) y de las carreras de Comunicación, en particular (Rovetto, 2012): el 60,7% de las respuestas corresponde a mujeres.

**Gráfico 2 Identidad de género**

Identidad de Género

84 respuestas

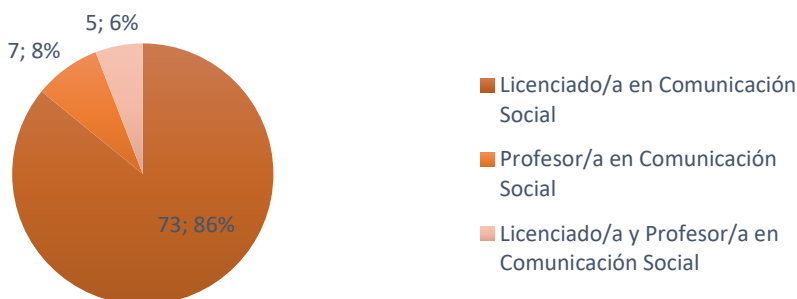


La mayoría cursó la licenciatura (86%), que siempre tiene una matrícula mayor a la del profesorado (8%) y en cinco casos (6%) mencionaron la doble titulación: profesorado y licenciatura.

**Gráfico 3 Título obtenido**

Título obtenido

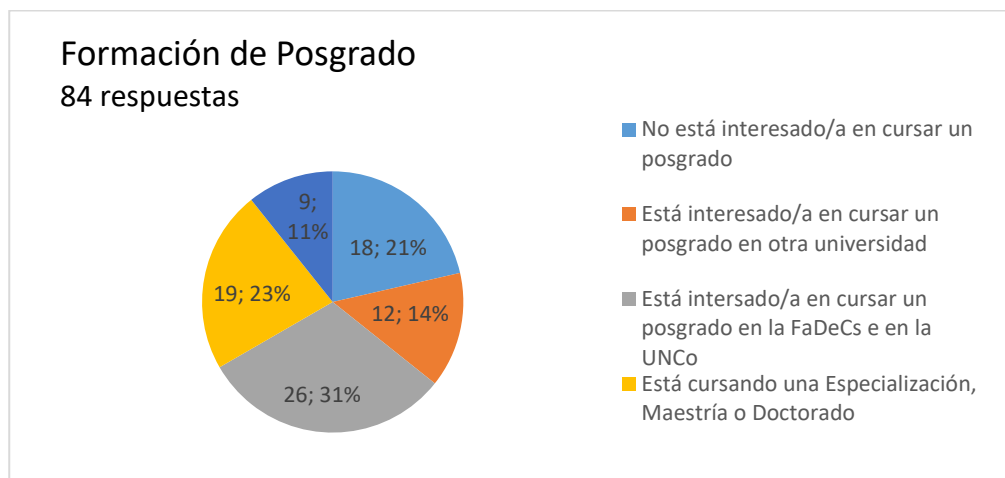
85 respuestas



Entre las primeras preguntas incluimos, además, una consulta específica sobre la formación de posgrado. Las respuestas indican que nueve de 84 personas que

respondieron (11%) tienen un título de posgrado mientras que 19 están cursando (23%). Por otro lado, hay 26 (31%) que manifiesta su interés en alguna de las ofertas de la FADECS o de otras carreras de la Universidad del Comahue.

**Gráfico 4. Formación de posgrado**



### Datos sobre la situación laboral de comunicadores

Un tema de interés fue conocer un poco más cómo es el empleo de las y los egresados de las carreras de Comunicación Social de la FADECS. Particularmente en qué lugares desempeñan su trabajo, si es o no un empleo estable, qué tareas realizan y con qué salarios. Las respuestas obtenidas señalan que la gran mayoría (95%) tiene empleo (Gráfico 5), que en 45 casos indican como un empleo estable, en relación de dependencia (Gráfico 6), y en el Estado, apenas por encima del sector privado (Gráfico 7). Además, un 59% tiene ingresos que corresponden a más de tres salarios mínimos (tomado al valor de marzo de 2024 un salario mínimo equivalía a 202.800 pesos) (Gráfico 8).



**Gráfico 5. Situación Laboral**

### Situación Laboral

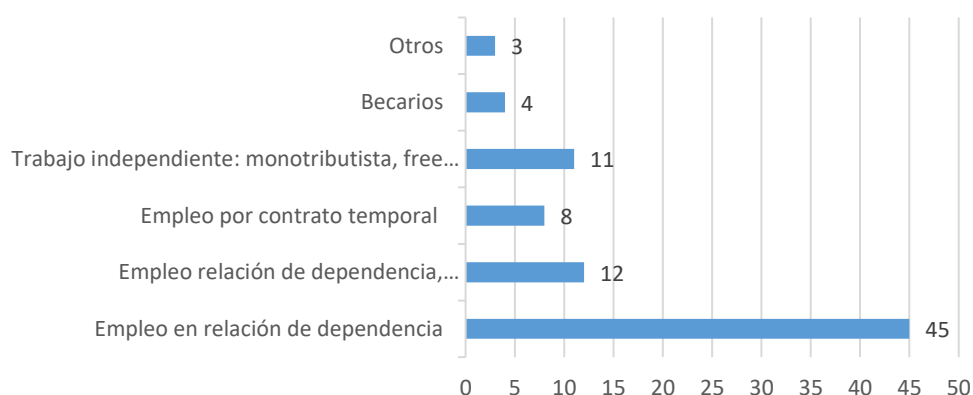
85 respuestas



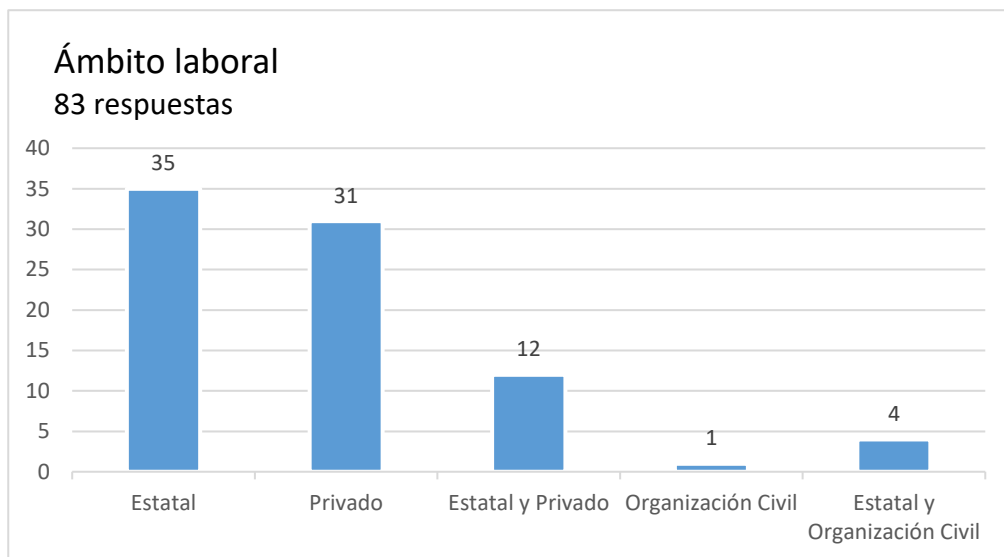
**Gráfico 6. Relación Laboral**

### Relación Laboral

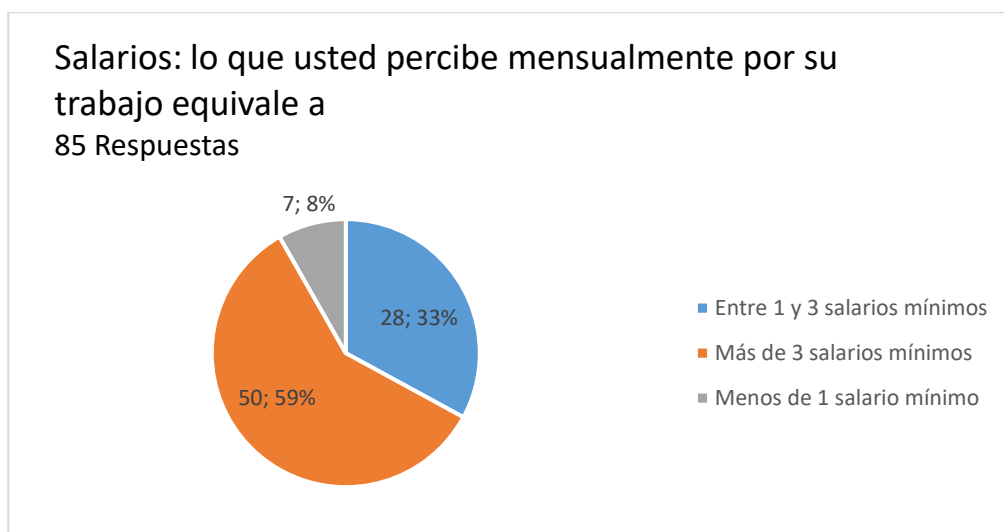
83 respuestas



**Gráfico 7. Ámbito Laboral**



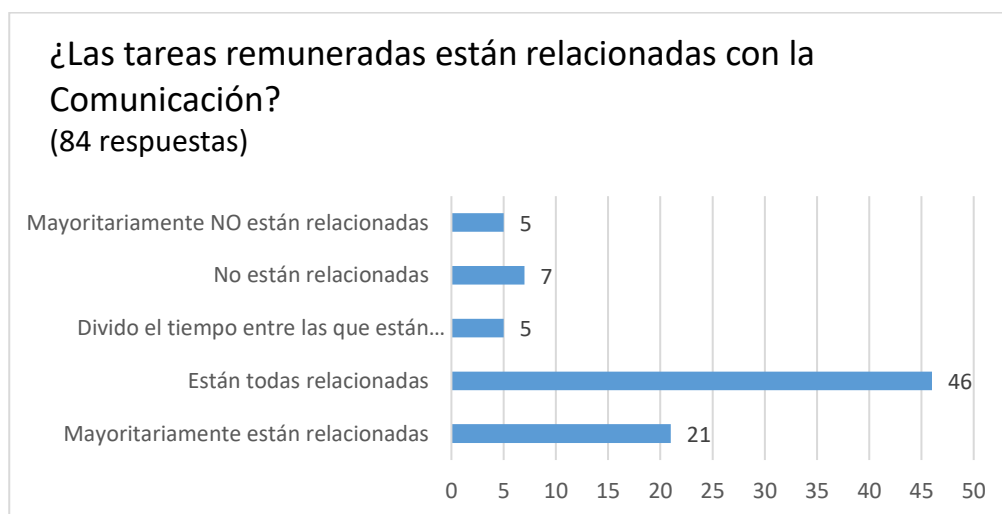
**Gráfico 8. Salarios**



Respecto de las áreas donde las y los graduados trabajan, sus respuestas indican que en la mayoría de los casos están vinculadas con su formación de grado (Gráfico 9). Si las desagregamos según las tareas específicas que realizan (Gráfico 10) observamos que el mayor porcentaje se desempeña en tres áreas: docencia (47%), Comunicación Digital, Gestión de Redes (Community Manager) (38,6%) y Comunicación Institucional (36,1%). Le siguen en orden decreciente quienes se dedican al Periodismo (24,1%), Publicidad, Marketing y Diseño Gráfico (19,3%) y Producción Audiovisual y/o Multimedia (TV, Radio, Digital) (15,7%).

Algunas de las respuestas en las que amplían sobre el trabajo indican que se dedican a la investigación en cinco casos y el resto se reparte en actividades variadas, algunas con muy poca relación con la comunicación, por ejemplo: Bibliotecaria, Hotelería, Administración, Abogacía, Gestión Educativa, entre otros.

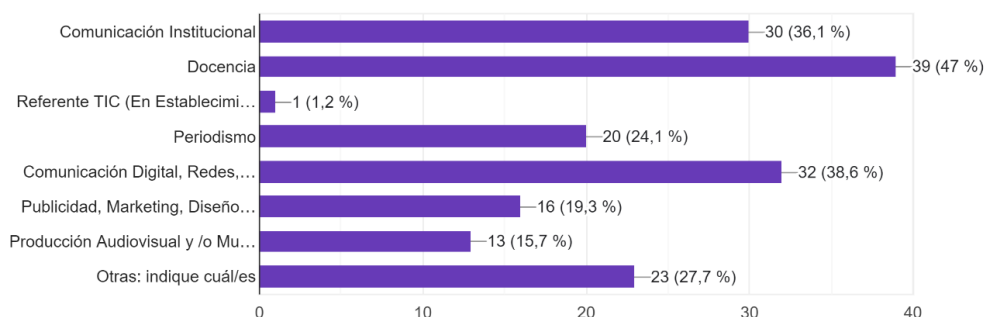
**Gráfico 9. Tareas relacionadas con la comunicación**



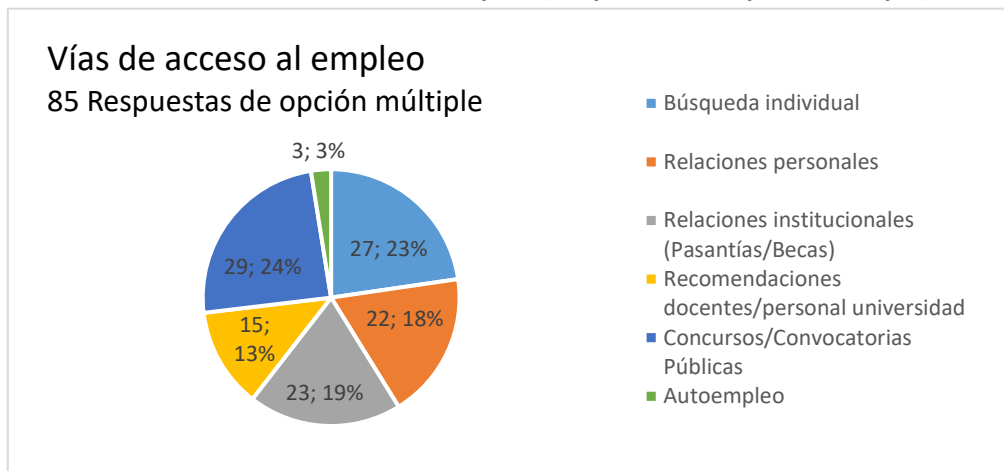
**Gráfico 10. Tareas realizadas en su empleo actual (Respuestas de opción múltiple)**

Indique las tareas desempeñadas en el/los empleos actuales: (si tiene varios empleos señale todas las opciones que correspondan)

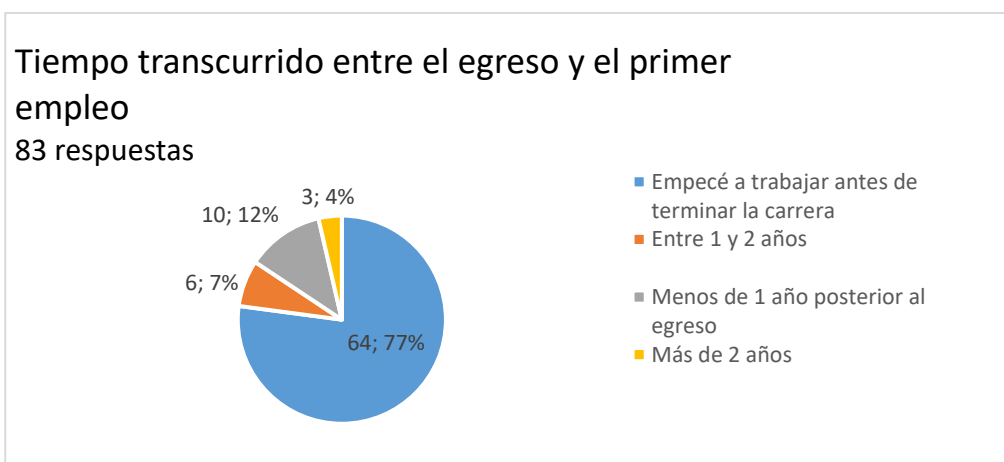
83 respuestas

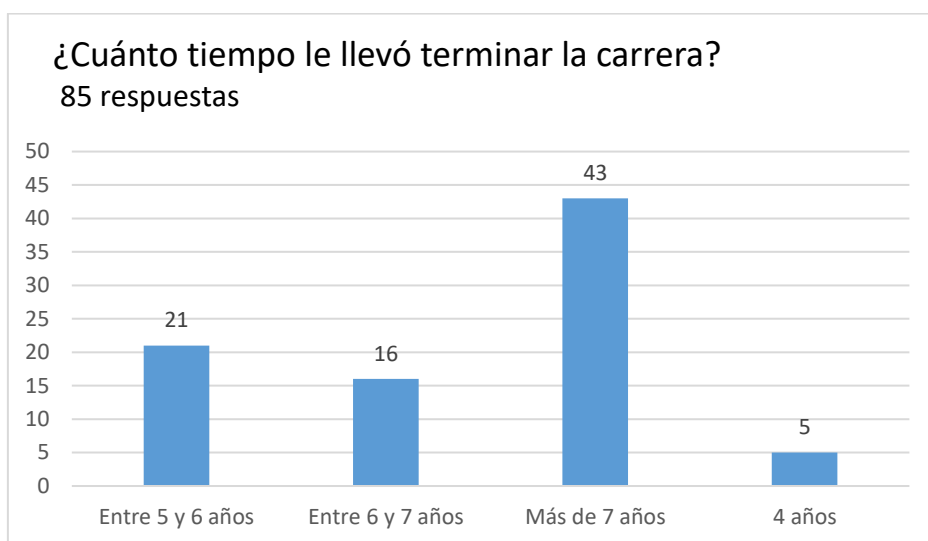


Consultamos también cuáles fueron las vías de acceso al empleo (Gráfico 11) para indagar la participación de la carrera en ese proceso. Si bien un 27% refiere que obtuvo su primer trabajo en comunicación a través de una búsqueda individual y en un 29% por concursos o convocatorias públicas, hay un 19% que ingresó a partir de relaciones institucionales, pasantías y becas. Si sumamos a este último dato la recomendación docente/personal de la universidad vemos que en un 32% el ingreso al empleo se relaciona directamente con la carrera.

**Gráfico 11. Vías de acceso al empleo (Respuestas de opción múltiple)**

Y respecto del tiempo transcurrido entre el egreso y la primera inserción en el mundo laboral, el 77% indicó que comenzó a trabajar antes de finalizar sus estudios (Gráfico 12). Esa respuesta se vincula con la siguiente pregunta que refiere el tiempo que les llevó terminar su formación de grado. En ese caso 43 personas indicaron que demoraron más de siete años y 21 entre cinco y siete años (Gráfico 13).

**Gráfico 12. Tiempo transcurrido entre el egreso y el primer empleo**

**Gráfico 13. Tiempo transcurrido entre el ingreso y egreso**

### Trayectoria educativa

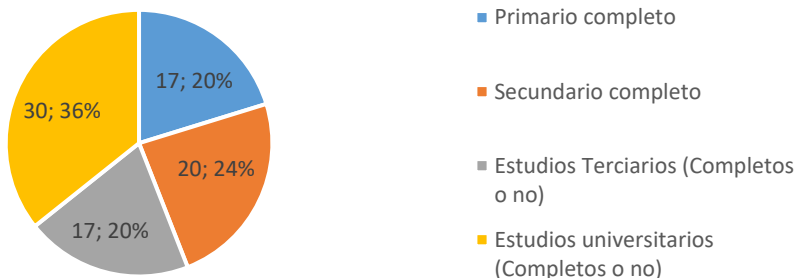
Las preguntas que siguen exploran la trayectoria educativa de las y los egresados y también el nivel de estudios alcanzado por sus padres (Gráfico 14).

Según sus respuestas, el 56% (20% + 36%) provienen de familias que alcanzaron de manera completa o incompleta estudios de nivel terciario y/o universitarios. Y, respecto de la consulta por su propia trayectoria tanto en el nivel primario y medio (Gráfico 15), la mayoría, el 63%, respondió que asistió a la escuela pública, un 23,5% realizó trayectos en instituciones públicas y privadas y un 12,9% cursó estudios solamente en instituciones privadas.

**Gráfico 14. Trayectoria educativa familiar**

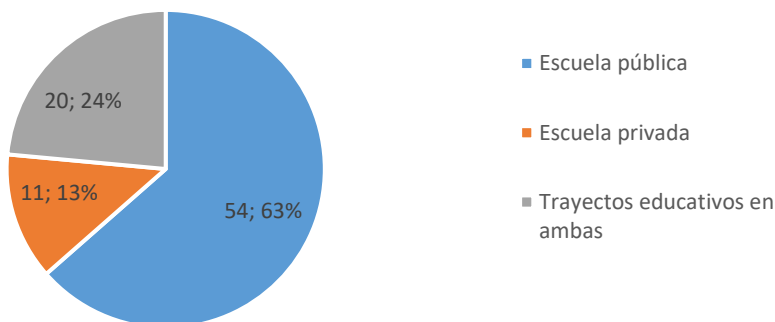
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado por su familia? (padre o madre, es indistinto)

84 respuestas

**Gráfico 15. Trayectoria educativa. Pública/Privada**

Para su formación usted asistió a:

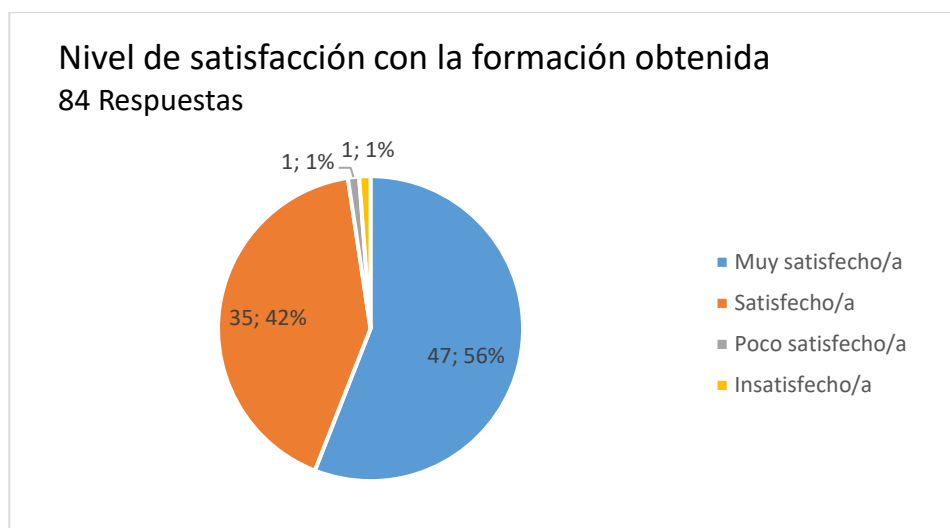
85 respuestas



En cuanto a la formación de grado y las motivaciones que llevaron a graduados/as a elegir carreras de Comunicación Social de la FADECS- UNCo hay respuestas variadas. Sin embargo, la mayoría coincide en que una oferta pública de cercanía geográfica junto con un plan de estudios que coincidía con sus intereses contribuyó a su decisión. También, hay quienes indican una afinidad con el periodismo, los medios de comunicación y el campo de la comunicación interpersonal como elementos de peso en la definición para inscribirse a las carreras.

Sobre el nivel de satisfacción respecto de la formación obtenida es bastante alto ya que alcanza un 98% si sumamos las respuestas de “muy satisfecho” (56%) y “satisfecho” (42%).

**Gráfico 16. Nivel de satisfacción respecto de la formación de grado**



### Opiniones sobre el Plan de Estudios

Las siguientes preguntas apuntan a conocer la opinión de las y los graduados sobre aspectos específicos del plan de estudios.

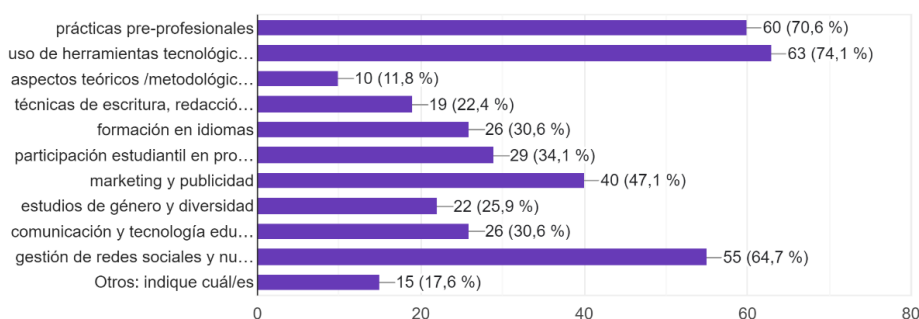


Consultamos específicamente, a partir de sus experiencias, sobre los aspectos que en las carreras deberían fortalecerse (Gráfico 17). Ofrecimos un menú de opciones entre las que podían escoger más de una respuesta. Hubo cuatro de ellas que fueron varias veces seleccionadas: el 74,1% respondió por el uso de herramientas tecnológicas, comunicación audiovisual y multimedia; un 70,6% eligió las prácticas preprofesionales; un 64,7% seleccionó gestión de redes sociales y nuevos formatos de publicación e interacción y un 47,1% mencionó marketing y publicidad.

### **Gráfico 17. Opiniones sobre aspectos a fortalecer en la carrera (Respuestas de opción múltiple)**

Según su experiencia ¿Qué aspectos de la carrera deberían fortalecerse?

85 respuestas



Dejamos, además, una opción para que pudieran expresarse con más detalle. Allí hicieron sus aportes sobre el plan de estudios en tres aspectos fundamentales:

-Diversificar las orientaciones: consideran que se deberían ofrecer más opciones que contemplen la gestión de proyectos comunicacionales, la planificación de estrategias comunicacionales multimediales, la comunicación política, empresarial y en energía.

-Actualizar contenidos: más práctica audiovisual, herramientas multimedia y diseño de aplicaciones. Profundizar en la construcción cooperativa de medios

sustentables. Trabajar en una agenda informativa local y regional. Incorporar temáticas de género y derechos humanos tanto en las áreas periodísticas como en las institucionales y más énfasis en el rol de las y los comunicadores sociales.

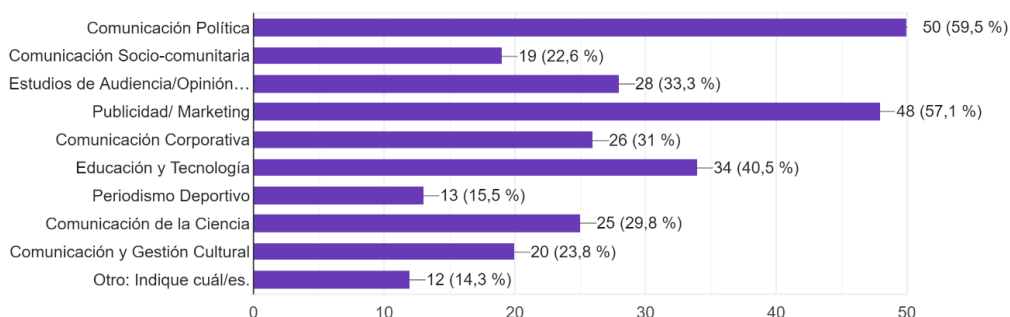
-Modificar la tesis: proponen que pueda realizarse en grupo y que contemple otros formatos como producciones o planificaciones, en línea con las actividades que realizan durante la carrera.

Respecto de la pregunta por los temas y áreas de conocimiento en materia de comunicación que debería incorporar o actualizar un nuevo plan de estudios (Gráfico 18) ofrecimos un menú de opciones en el que podían seleccionar más de una respuesta. Entre las más elegidas están: la comunicación política (59,5%); publicidad/marketing (57,1%); educación y tecnología (40,5%) y estudios de audiencia y opinión pública (33,3%). El resto de las opciones seleccionadas son: comunicación corporativa (31%); comunicación de la ciencia (29,8%); comunicación y gestión cultural (23,8%); comunicación socio-comunitaria (22,6%) y periodismo deportivo (15,5%).

### **Gráfico 18. Opiniones sobre áreas de la comunicación a fortalecer en un nuevo plan de estudio (Respuestas de opción múltiple)**

Seleccione los temas/áreas de conocimiento en Comunicación que, según su criterio, debería incorporar/ actualizar un nuevo plan de estudio:

84 respuestas



Al igual que en la pregunta anterior dejamos espacio para que se pudieran expresar un poco más sobre sus intereses y obtuvimos 21 respuestas referidas a temas diversos:

-Diseño UX / UI UX Writing; análisis de datos; análisis crítico de medios y redes; gestión de redes políticas; comunicación y derechos humanos; periodismo con perspectiva de género, periodismo de soluciones, periodismo y moda; streaming y medios autogestivos; comunicación y salud; educación y medios digitales; comunicación e interculturalidad; comunicación y accesibilidad.

Consultamos, además, si un nuevo plan de estudios debería mantener la división en orientaciones (Gráfico 19). El 68% respondió de manera afirmativa. El 32% que se manifestó en desacuerdo justificó su respuesta con variados argumentos y propuestas.

**Gráfico 19. Opiniones sobre la división en orientaciones**

Según su experiencia ¿un nuevo plan de estudios debería mantener la división en orientaciones? Justifique la respuesta negativa  
85 Respuestas



Las y los egresados que se posicionaron en contra de la división en orientaciones argumentaron que:

-Una formación integral sería acorde con lo que ocurre en el mercado laboral en el que las tareas que realizan no siempre se condicen con la orientación en la que se graduaron.

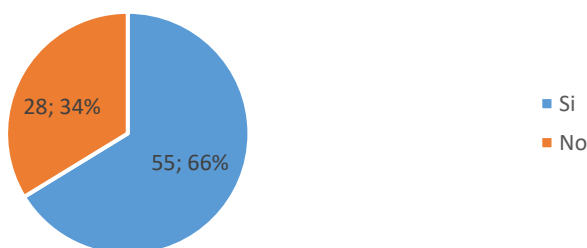
-Algunos/as proponen que haya más orientaciones que permitan profundizar en distintas temáticas pero que esa opción sea para estudiantes de los últimos años.

Por último, indagamos sobre la posibilidad de que un nuevo plan de estudios contemple un título intermedio de técnico en tercer año (Gráfico 20). Un 66% respondió de manera afirmativa. Dejamos una pregunta final para que pudieran mencionar dos posibles áreas temáticas que debería contemplar ese título. Obtuvimos 52 respuestas que mencionan en 27 casos el periodismo con sus diversas variantes: deportivo, político, de investigación, digital, de moda, multimedia, cultural y en redes sociales. El resto de las respuestas son variadas, aunque coinciden en considerar como relevantes el área de marketing y de community manager como así también la comunicación institucional, comunicación política y gestión y producción de medios digitales.

**Gráfico 20. Opiniones sobre la incorporación de un título técnico intermedio**

Según su experiencia, un nuevo plan debería tener un título intermedio de técnico (3 años)?

83 Respuestas



---

## Conclusiones

El trabajo tuvo como propósito explorar la situación laboral y las opiniones, apreciaciones y valoraciones que las y los graduados de las carreras de Comunicación Social de la FADECS- UNCo tienen sobre su formación.

A partir de las respuestas obtenidas podemos dar cuenta de la feminización de la carrera de Comunicación, al igual que otras dentro de las Ciencias Sociales. También que las y los egresados han continuado con su formación en posgrado y que quienes no lo han hecho tienen pensado continuar.

Respecto de las relaciones laborales observamos que más de un 90 % de las y los encuestados tiene trabajo estable, en su mayoría vinculado al Estado y que sus tareas están relacionadas directamente con la comunicación. Un punto importante para destacar es el porcentaje de egresados/as que trabajan en la docencia aún aquellos que se titularon en la licenciatura.

Es importante también, en la articulación entre la carrera y el mercado laboral, el lugar que ocupan las pasantías, que está entre las opciones más mencionadas como una vía para acceder al empleo. Por otro lado, es un dato de relevancia que más del 70 % de las y los egresados/as comienzan a trabajar antes de finalizar la carrera y que más del 60 % demora siete o más años en terminarla.

En cuanto a las motivaciones personales para elegir las carreras señalan, además del interés por los contenidos, la cercanía geográfica y la oferta pública. Por otra parte, la satisfacción que expresan respecto de la formación recibida habla de la afectividad forjada en el paso por las aulas.

Por último, las preguntas orientadas a conocer sus opiniones respecto del plan de estudios dejaron importantes aportes. En primer lugar, la necesidad de que la formación actualice contenidos vinculados con los usos y aplicaciones de la tecnología y las formas de interacción, producción, circulación y consumo que se derivan de ellas, como así también la incorporación de las prácticas preprofesionales para estudiantes.

Además, plantean una serie de opciones que podrían resultar útiles para pensar en una reformulación del plan: la modificación de las orientaciones, la actualización de contenidos y ampliar las condiciones para la tesis final de la Licenciatura. En línea con sus experiencias laborales, las propuestas para actualizar contenidos discurren por distintas áreas temáticas entre las que se encuentran la comunicación política, publicidad y marketing como así también en educación y tecnología. Por último, más de la mitad de las y los encuestados se manifestó a favor de tener una titulación técnica intermedia con temáticas relacionadas con la comunicación institucional y política; la publicidad y el marketing y el periodismo digital y deportivo.

Este primer acercamiento a la situación de las y los graduados en Comunicación respecto de su formación y sus espacios laborales proporcionó información valiosa para pensar cómo debería actualizarse el plan de estudios de las carreras. Pero sobre todo alienta a volver a la pregunta sobre cómo preservar en ellos la capacidad crítica y reflexiva de la comunicación sin ceder a la urgencia de los saberes técnicos que el ejercicio profesional demanda.

## Referencias

- Abarzúa, Anabella y Piovani, Juan Ignacio. (2023). La formación universitaria en ciencias sociales en Argentina. Juan Ignacio Piovani, Denis, Baranger, y Fernanda Beigel (Coord.), *Las ciencias sociales en la Argentina contemporánea*, 47-80. UNL CLACSO.
- Benavente, Sol y Uranga, Washington. (2021). Comunicadores y comunicadores: una profesión en permanente construcción que desafía a la formación. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 0(21). Recuperado de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6306>
- Bergonzi, Juan Carlos. (2010). El ciclo común en el plan fundacional de la carrera de Comunicación de la UNComahue. *Revista de la Facultad* 16, 11-26.

- 
- Fuentes Navarro, Raúl. (1983). Apuntes para un diseño curricular en Comunicación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(7), 80 - 83.
- Fuentes Navarro, Raúl. (1995). La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones. En Galindo, Jesús.; Luna-Cortés, Carlos. (Coord.). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / ITESO
- Martín-Barbero, J. (2012). Los oficios del comunicador. *Signo Y Pensamiento*, 30(59), 18-40. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp31-59.ofco>
- Mellado, Claudia, Simon, Jeanne, Barría, Sergio, y Enríquez, Jorge. (2011). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *ZER. Revista De Estudios De Comunicación*, 12(23). <https://doi.org/10.1387/zer.3650>
- Rojas Rojas, Lizeth Rocío. (2021). Currículo y transformaciones de la formación de comunicadores sociales en América Latina. *Razón Y Palabra*, 25(110). <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1735>
- Rovetto, Florencia. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *F@ ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 1(16), 14-27.

