

Informe preliminar | *Junio 2026*

Primer Estudio Nacional

SOBRE EL **PERFIL DE EGRESADOS Y GRADUADOS**
DE CARRERAS UNIVERSITARIAS DE COMUNICACIÓN
SOCIAL Y PERIODISMO DEL PAÍS



Diseño de Investigación

Propósitos, Objetivos y Metodología

Los **propósitos** de este proyecto de investigación son:

- Mapear la distribución de egresadas y egresados de la comunicación.
- Dimensionar la penetración profesional de los distintos campos de la comunicación.
- Concientizar a la comunidad interclaustró de la ponderación e incidencia de la comunicación en los ámbitos de desarrollo profesional.
- Aprender la formación en comunicación en el marco de las nuevas demandas profesionales del mercado de trabajo contemporáneo.
- Generar incidencia y mejoras en políticas académicas destinadas a la promoción y perfeccionamiento de la formación en la comunicación.
- Construir una evidencia empírica que incida en la promoción de actualizaciones y nuevos saberes e incumbencias.

Las acciones específicas derivadas de ese propósito serán las siguientes:

- Comprometer a actores clave de todos los claustros de la comunidad educativa así como de autoridades académicas en el diseño, la instrumentación, el monitoreo y el análisis de la información relacionada con la investigación;
- Generar, a partir de la difusión de los datos obtenidos en este trabajo, acciones de incidencia y sensibilización en los distintos claustros de la comunidad educativa de la comunicación.

Objetivos

El **objetivo general** de la investigación es caracterizar el perfil de egresadas y egresados de carreras de comunicación social y periodismo de la Argentina en septiembre de 2025.

Entre los **objetivos específicos** se cuentan:

- Medir la calidad de la inserción profesional.
- Medir el grado de vinculación con las carreras de comunicación social y periodismo.
- Medir los campos de la comunicación predominantes de la inserción profesional.
- Medir la distancia entre las expectativas iniciales y la experiencia en el grado.
- Medir nuevos desafíos en base a la percepción de la demanda de la comunicación contemporánea.

- Identificar diferencias por regiones de residencia, antigüedad de la graduación, inserción profesional en el campo de la comunicación, condición de actividad económica y carácter de la institución de formación.

Metodología

Investigación de carácter cuantitativo de alcance temporal seccional con profundidad descriptiva y fuentes primarias a través de la técnica de investigación de encuestas.

Ámbito: Argentina.

Población de estudio: personas egresadas de las carreras de comunicación social y periodismo de Universidades de la Argentina.

Tipo de instrumento: cuestionario semiestructurado autoadministrado de manera *online*.

Tipo de muestreo: no probabilístico combinando los tipos intencional y bola de nieve.

Trabajo de campo: del 01 de septiembre al 31 de octubre de 2025.

Control de calidad, *clean up* y limpieza de datos: noviembre de 2025.

Procesamiento y análisis de los datos: noviembre de 2025.

Fecha estimada de presentación del informe de resultados: diciembre de 2025.

Tamaño muestral definitivo

Luego de un proceso de limpieza y depuración de inconsistencias o falta de integridad de los datos, la base de datos final alcanzó un tamaño de 1.367 casos efectivos.

Las respuestas provinieron de la totalidad de las regiones que componen la Argentina así como de graduados y graduadas que residen en el exterior en países vecinos limítrofes, países latinoamericanos no limítrofes y países de otros continentes.

Los datos finales fueron ajustados según Universidades de graduación, períodos de graduación, género de las personas y carácter del establecimiento de graduación conforme a los parámetros de graduación de las distintas unidades académicas participantes conjuntamente con las estadísticas oficiales del sistema universitario nacional.

El procesamiento de los datos permitió la discriminación de la población de estudio según condición de actividad, situación ocupacional y estratificación por ingresos de los hogares de residencia conforme a las valorizaciones informadas por la última Encuesta Permanente de Hogares del INDEC (EPH) correspondientes al período septiembre y octubre de 2025.

Equipo de trabajo

Este es un proyecto de investigación sin fines de lucro impulsado por integrantes de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina que se detallan a continuación según regiones:

Región	Universidad
Metropolitana	Universidad Nacional de San Martín
Metropolitana	Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo
Metropolitana	Universidad Nacional "Madres de Plaza de Mayo"
Metropolitana	Universidad Nacional de José C. Paz
Metropolitana	Universidad Nacional de Moreno
Metropolitana	Universidad Nacional de Avellaneda
Metropolitana	Universidad Nacional de General Sarmiento
Metropolitana	Universidad Nacional de La Matanza
Metropolitana	Universidad Nacional de Quilmes
Metropolitana	Universidad de Buenos Aires
Metropolitana	Universidad del Salvador
Metropolitana	Universidad Nacional de Lomas de Zamora
Patagonia	Universidad Nacional de Tierra del Fuego
Patagonia	Universidad Nacional de Río Negro
Patagonia	Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Sede Río Gallegos)
Patagonia	Universidad Nacional de la Patagonia (Chubut)
Patagonia	Universidad Nacional de Comahue
NEA	Universidad Nacional de Nordeste
Cuyo	Universidad Nacional de San Luis
Cuyo	Universidad Nacional de Cuyo
Cuyo	Universidad Nacional de San Juan
Pampeana	Universidad Nacional de Rafaela
Pampeana	Universidad Nacional de La Pampa
Pampeana	Universidad Nacional de Villa María
Pampeana	Universidad Nacional del Centro
Pampeana	Universidad Nacional de Entre Ríos
Pampeana	Universidad Nacional de Rosario
Pampeana	Universidad Nacional de Córdoba
Pampeana	Universidad Nacional de La Plata
NOA	Universidad Nacional de Santiago del Estero
NOA	Universidad Nacional de Salta
NOA	Universidad Nacional de Tucumán
NOA	Universidad Nacional de Salta- Sede Regional Tartagal

NOA	Universidad Nacional de La Rioja
NOA	Universidad Nacional de Jujuy
NOA	Universidad Católica de Santiago del Estero
NOA	Universidad Nacional de Chilecito

Recolección de la información

Cuestionario

Entrevistas personales mediante la aplicación de un cuestionario semiestructurado autoadministrado *online* formado mayoritariamente por preguntas cerradas categorizadas de opción simple o múltiple.

El cuestionario, y la idea de llevar a cabo esta encuesta, fueron desarrollados con el aporte de todas las unidades académicas que forman parte de la REDCOM sin ningún tipo de financiamiento.

La información recolectada en cada cuestionario se presenta de forma tal que refleja una imagen general de las experiencias en el recorrido académico, la incumbencia y despliegue profesional así como los nuevos desafíos percibidos de cara a las transformaciones que ha vivido y que vive actualmente el campo de la comunicación.

En este sentido, no se presentarán casos ni experiencias individuales sino que los resultados tendrán un sentido cuantitativo que busca establecer regularidades de las situaciones estudiadas, sólo con fines estadísticos y garantizando el anonimato de las personas encuestadas.

Confidencialidad

Este proyecto tomó todas las medidas necesarias y posibles para asegurar la confidencialidad, anonimato y evitar que personas ajenas al equipo de investigación se enteren de cualquier información personal.

En el cuestionario no se pidieron datos estrictamente personales como nombre o apellido ni documento o domicilio. Y, como el formulario era respondido de manera *online*, se tomaron los recaudos para resguardar los correos electrónicos de ingreso así como las direcciones IP que pudieran identificar las computadoras o dispositivos desde donde se completara la encuesta.

La participación en la investigación fue voluntaria a partir de la difusión realizada por cada una de las unidades académicas participantes a través de sus distintos canales de información oficial así como la promoción alcanzada en medios de comunicación del país.

Estrategia de análisis de datos

El cuestionario está dividido en las siguientes secciones:

1. Información general sobre la persona entrevistada.
2. Indicadores de expectativas iniciales respecto de la carrera.
3. Indicadores de experiencia durante la carrera.
4. Indicadores de nuevas demandas y oportunidades de la comunicación contemporánea.
5. Caracterización ocupacional de la persona egresada.
6. Caracterización del hogar de residencia.

Las principales variables de cruce fueron las siguientes: región geográfica de residencia (Metropolitana, Pampeana, NOA, NEA, Cuyo y Patagonia); género (masculino, femenino, otros); período de graduación, carácter del establecimiento de graduación del máximo título alcanzado (público o privado); y el tipo de título obtenido (profesorado, tecnicatura, ciclo de complementación curricular o licenciatura).

Complementariamente, se construyó una variable para estratificar socioeconómicamente a la población con el objeto de observar diferencias hacia el interior de los subgrupos. Para tomar dimensión de las características de ingresos de los diferentes estratos socioeconómicos que se utilizan como variables de referencia para los cuadros estadísticos, deben considerarse las especificaciones que muestra el siguiente cuadro.

Características de ingresos de los estratos socioeconómicos

Estrato Socioeconómico	Ingresos Mensuales del Hogar	Características Técnicas
POBRE POR INGRESOS	Inferiores a la línea de pobreza	[0,00-1,00) L.P. ¹
MEDIO BAJO	Superiores a la línea de pobreza pero hasta 2 líneas de pobreza	[1,00-2,00) L.P.
MEDIO PLENO NO VULNERABLE	Superiores a 2 líneas de pobreza pero inferiores a 4 líneas de pobreza	[2,00-4,00) L.P.
MEDIO ALTO Y ALTO ²	Superiores a 4 líneas de pobreza	[4,00 y más) L.P.

Elaboración propia en base a datos EPH/INDEC.

1. Línea de pobreza. La línea de pobreza se calcula por personas según el género y edad dado que responde a las diferentes demandas kilocalóricas de los individuos. Así las cosas, el valor inicial de la línea de indigencia parte del costo de una canasta básica de alimentos capaz de aportar a un adulto varón de entre 30 y 60 años las 2.750 a 2.758 kilocalorías diarias necesarias para realizar movimientos moderados. Se trata de una línea elemental de supervivencia que con el agregado de componentes no alimentarios de precio mínimo (traslados, vivienda, vestimenta, etc.) se obtiene la línea de pobreza. Este agregado de valores no alimentarios se logra multiplicando el valor de la línea de indigencia por el denominado coeficiente de Engel, que para junio de 2025 fue de 2,23 (GBA), 2,38 (Cuyo), 2,09 (NEA), 2,07 (NOA), 2,23 (Pampeana) y 2,54 (Patagonia). Así se obtiene el valor de la línea de pobreza para cada integrante del hogar y para cada hogar. El valor de la canasta básica total para el adulto equivalente se proyectó en base a la evolución de la inflación oficial para los meses de septiembre y octubre (durante los que realizó el trabajo de campo) y permitieron calcular un promedio per cápita regional de \$316.332 (GBA), \$299.768 (Cuyo), \$263.072 (NEA), \$253.024 (NOA), \$310.647 (Pampeana) y \$368.473 (Patagonia).

2. Los estratos socioeconómicos medio alto y alto fueron agrupados con el fin de mejorar la representatividad y consistencia de la categoría.

En la lectura de porcentajes del análisis cuantitativo presentado en el Informe se evitaron los decimales.

Acerca del Universo

Para la construcción de una muestra representativa fue necesario recopilar la información de la cantidad de egresados a lo largo de la historia de cada una de las carreras de comunicación y periodismo de las distintas Universidades y regiones del país.

En ese proceso y con la información aportada por 37 universidades, pudimos relevar un total de **42.397 graduados y graduadas**.

Las Universidades tienen diferentes fechas de fundación que promedian 30,5 años donde la más antigua es la Universidad de La Plata que data de 1934 (91 años de antigüedad) y la más reciente es la Universidad Nacional de San Martín que data de 2022 (3 años de antigüedad).

Para dimensionar el grado de dispersión de las antigüedades de las carreras la siguiente tabla muestra los años de fundación según Universidades.

Universidad	Año
Universidad Nacional de La Plata	1934
Universidad Nacional de Córdoba	1972
Universidad Nacional de Lomas de Zamora	1972
Universidad Nacional de Rosario	1974
Universidad Nacional de Comahue	1975
Universidad del Salvador	1979
Universidad Nacional de San Juan	1979
Universidad Nacional de Entre Ríos	1981
Universidad Nacional de Nordeste	1983
Universidad Nacional de Cuyo	1985
Universidad de Buenos Aires	1985
Universidad Nacional de la Patagonia (Chubut)	1986
Universidad Nacional de Chilecito	1988
Universidad Nacional del Centro	1988
Universidad Católica de Santiago del Estero	1989
Universidad Nacional de Quilmes	1989
Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Sede Río Gallegos)	1991
Universidad Nacional de Jujuy	1992
Universidad Nacional de La Matanza	1995
Universidad Nacional de La Rioja	1995
Universidad Nacional de Salta- Sede Regional Tartagal	1997
Universidad Nacional de General Sarmiento	1999

Universidad Nacional de San Luis	1999
Universidad Nacional de Villa María	2002
Universidad Nacional de Tucumán	2004
Universidad Nacional de Salta	2006
Universidad Nacional de Río Negro	2008
Universidad Nacional de Moreno	2011
Universidad Nacional de Avellaneda	2011
Universidad Nacional de La Pampa	2012
Universidad Nacional de Tierra del Fuego	2014
Universidad Nacional de José C. Paz	2015
Universidad Nacional de Santiago del Estero	2016
Universidad Nacional de Rafaela	2016
Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo	2017
Universidad Nacional Madres de Plaza de Mayo	2017
Universidad Nacional de San Martín	2022

A lo largo de tantos años de historia de las Universidades, se pudo recopilar que tres de cada cuatro Universidades realizaron cambios en los planes de estudios donde el promedio de cambios asciende a 2,1 con cambios máximos (5) en la Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de Rosario y Universidad del Salvador. En líneas generales se observa una correlación positiva entre la cantidad de reformas de planes y la antigüedad de las carreras.

En base a esta información se pudo confeccionar una muestra representativa por unidades académicas, regiones de ubicación de las universidades, carácter del establecimiento (público o privado). Complementariamente y para incluir la variable sexo en la representación, se utilizaron estadísticas oficiales del Ministerio de Educación de la Nación respecto a la cantidad de graduados universitarios según carácter de los establecimientos. A los efectos de la ponderación se utilizó la variable sexo biológico conforme a la forma en que históricamente ha sido relevada por las estadísticas oficiales aunque en el procesamiento se despliega la variable género que visibiliza otras identidades conforme a la evolución de la legislación argentina en base a los cambios sociales experimentados.

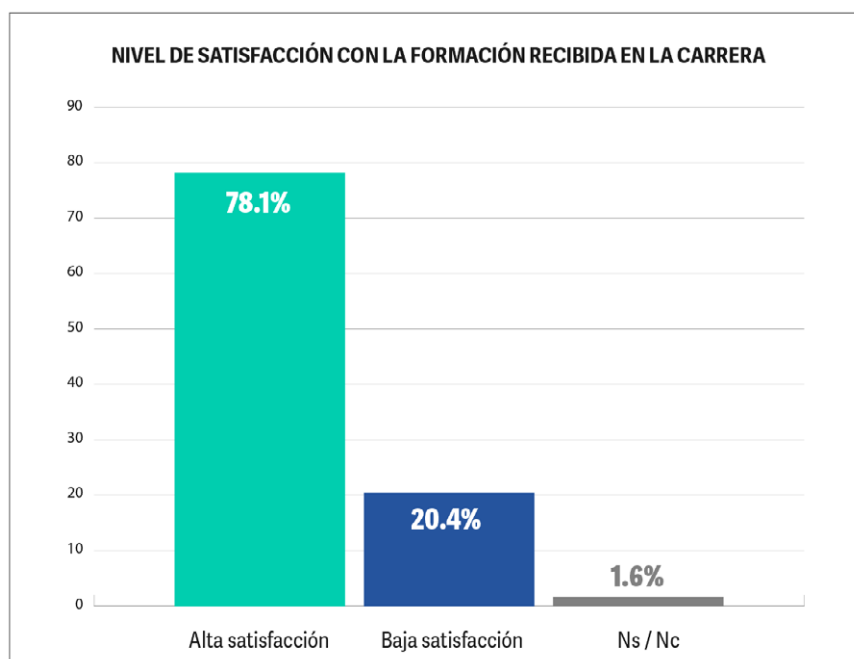
Con relación a la antigüedad del ingreso a las carreras, variable que necesariamente debía ser incluida al calor de los cambios políticos, sociales, educativos, normativos y tecnológicos sufridos por la disciplina de estudio y dado el espectro de más de 90 años de formación académica universitaria en la Argentina; no pudo ser controlada para su representación por la imposibilidad de las Universidades más antiguas de recomponer la cantidad de egresos retrospectivos. Considérese que al menos 20 Universidades son previas al proceso de digitalización masiva de archivos iniciado a mediados de los años noventa.

En consecuencia, para la comprensión de la variable años de ingreso a las carreras (rango de 53 años) se utilizó un criterio de agrupamiento tecnológico dado el impacto que han tenido en la comunicación, distinguiendo ingresantes hasta el año 1991 (año de lanzamiento al público de la World Wide Web); desde 1992 (inicio de una década con acceso masivo al dial up) hasta el 2004 (año de fundación de Facebook, una de las redes sociales pioneras a nivel mundial); desde 2005 (año de lanzamiento de YouTube de impacto revolucionario en la forma de consumir contenidos audiovisuales) hasta 2010 (década de la masificación de smartphones, implementación de redes móviles 4G y fundación de Instagram) y desde 2011 hasta la actualidad.

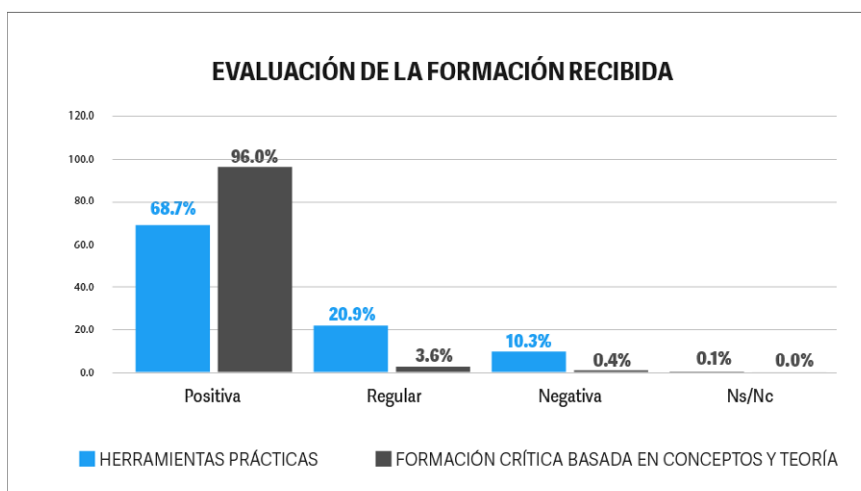
Síntesis de resultados

La investigación realizada propuso a graduados y graduadas de la comunicación y periodismo un recorrido por el pasado y el presente en su relación con la percepción de las demandas actuales de la disciplina y el campo ocupacional.

Los niveles de satisfacción generales con la formación recibida son altos. Por ejemplo, el 78% está totalmente o bastante satisfecho.



Esta evaluación positiva alcanza al 69 % cuando se refiere a habilidades y formaciones para la práctica y alcanza al 96 % cuando se refieren a la formación crítica basada en conceptos y teorías.



Más allá de las evaluaciones satisfactorias, se observa un desacople entre la formación esperada al momento de inscribirse en la carrera, la formación recibida y la percepción de cuál es la demanda del actual mercado laboral. En este sentido, mientras al momento de empezar las carreras la expectativa era de un equilibrio entre el aprendizaje de herramientas prácticas y la formación analítica basada en conceptos y teorías (72 %); la formación recibida se caracterizó como mayoritariamente crítica (62 %) mientras que la formación demandada por profesionales de la disciplina se percibe mayoritariamente como orientada al uso de herramientas prácticas (66 %).

La diferencia entre los datos debe necesariamente ser analizada al calor de los cambios en el campo laboral de la disciplina tanto como en relación con la experiencia misma que genera el tránsito por las carreras universitarias que producen efectos sobre las percepciones del momento de inicio y finalización de las carreras. Considérese por caso que este estudio recolecta respuestas con más de 40 años de distancia entre graduaciones interestudiantiles así como altos niveles de dispersión en los tiempos de graduación intraestudiantil.

Las graduadas y graduados entrevistados fueron consultados acerca de un conjunto de 18 áreas de enseñanza y formación de las carreras a saber:

- Redacción,
- análisis crítico,
- investigación,
- perspectivas teóricas,
- producción,
- intervención social y comunitaria,
- edición audiovisual,
- comunicación institucional y prensa,
- opinión pública y publicidad,

- campañas políticas o sociales,
- diseño y evaluación de políticas,
- procesos educativos,
- gestión,
- diseño y realización publicitaria,
- género y comunicación,
- multimedia/ transmedia,
- diseño gráfico,
- redes sociales.

En ocho de estas áreas, la evaluación de la cantidad de formación recibida muestra un balance negativo respecto de su suficiencia. Al respecto, considérese la contemporaneidad de algunas de las áreas en relación con la historia de las carreras (la carrera más antigua data de más de 90 años momento en el que algunas de estas áreas no existían) así como el disímil recorrido curricular que adoptan las carreras en relación con la orientación elegida por estudiantes que impacta de manera directa en la mayor o menor profundización sobre determinadas áreas temáticas.

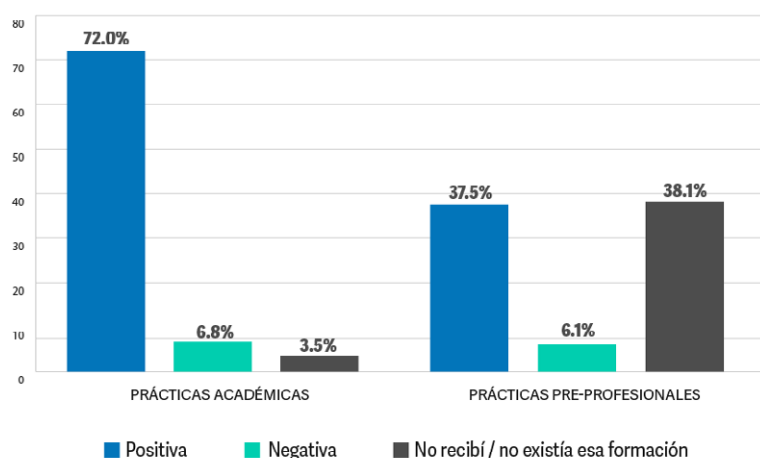
Más allá de la cantidad de formación recibida, es un dato para destacar que, aunque con altos grados de dispersión interáreas, la totalidad de las áreas investigadas (18/18) recibieron un balance positivo en sus calificaciones.

Las prácticas académicas, prácticas preprofesionales y las experiencias profesionales reales muestran algunas particularidades para mencionar tanto en relación con sus cantidades como con sus calidades.

La cantidad de prácticas académicas durante la carrera muestra un balance neutro entre la suficiencia y la insuficiencia; sin embargo, la calidad de las prácticas recibidas permite observar un balance claramente positivo superior a los 65 puntos.

La cantidad de prácticas preprofesionales, en cambio, muestra un balance negativo (-25 puntos) en relación con la cantidad recibida, pero a la vez muestran un balance positivo (+32 puntos) respecto de la calidad de las mismas (que asciende a +72 puntos entre quienes tuvieron dichas prácticas).

CÓMO EVALUAR LA CALIDAD DE PRÁCTICAS RECIBIDAS DURANTE LA CARRERA



Más allá de las cantidades y calidades percibidas, la adecuación entre prácticas académicas y prácticas preprofesionales muestran un balance neutro en su adecuación; la adecuación entre prácticas académicas y experiencia profesional real permite observar un balance levemente negativo (-8 puntos) y la adecuación entre prácticas preprofesionales y experiencia profesional real muestra un balance levemente negativo (-9 puntos).

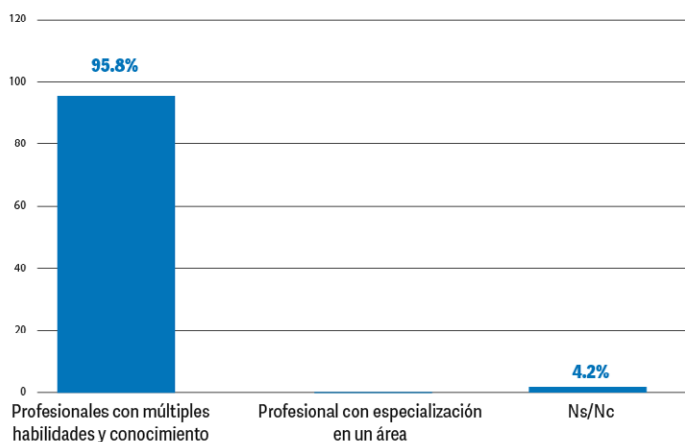
Con relación a la relevancia social percibida sobre la carrera de comunicación y periodismo en la vinculación con el entorno académico se observa un balance levemente negativo (-6 puntos) pero son discretamente más negativas respecto al entorno profesional (-15 puntos). Al respecto y en relación con párrafos iniciales, resulta interesante señalar que el 52% de graduadas y graduados percibe que el entorno profesional asocia a los egresados de esta disciplina con conocimiento mayoritaria o exclusivamente vinculados con el manejo de herramientas prácticas.

La percepción de los campos de la disciplina más demandados en la actualidad, ubica a las redes sociales, la publicidad y marketing y la comunicación institucional entre los primeros lugares con menciones superiores al 42 %.

Entre los conocimientos específicos más demandados a profesionales de la comunicación, se ubican las redes sociales, edición audiovisual, multimedia/ transmedia, redacción, diseño gráfico, producción, diseño y realización publicitaria, opinión pública y mercado y campañas políticas o sociales; con menciones superiores al 34 %.

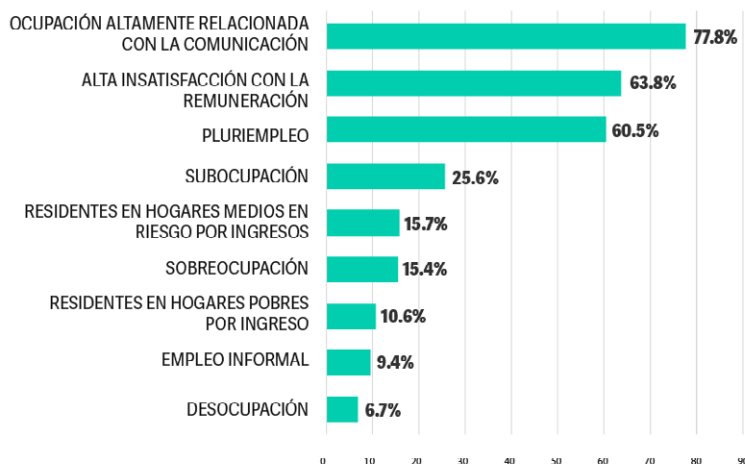
Una amplia mayoría de los graduados manifiesta haber sentido la necesidad de complementar su formación teórica, analítica o crítica (89 %) y en habilidades técnicas/ prácticas (98 %).

Para el 96 % de las graduadas y graduados entrevistados, el perfil mayormente demandado en comunicación corresponde a un profesional multi-tasking con múltiples habilidades y conocimiento.

¿CUÁL ES EL PERFIL PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN MÁS DEMANDADO?

Las percepciones sobre la disciplina en general, y sobre los conocimientos específicos en particular; está atravesada indefectiblemente por la caracterización socioocupacional de los graduados y graduadas.

La tasa de desocupación de los graduados asciende al 7 %; un 15 % se encuentra subocupado; un 26 % se encuentra sobreocupado y un 9 % trabaja en condiciones de informalidad laboral ya sea como empleado en relación de dependencia sin beneficios sociales (obra social, aguinaldo, vacaciones, etc) o como autónomo independiente que no tributa por la actividad realizada.

INDICADORES SOCIOOCUPACIONALES DE LOS GRADUADOS Y GRADUADAS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

En líneas generales, los indicadores ocupacionales muestran diferencias significativas de deterioro en graduados de títulos intermedios, egresados de establecimientos privados y las personas con menor antigüedad en la graduación.

En otra arista de la precarización, pauperización y baja remuneración del mercado laboral argentino, el 60 % de las personas se encuentra en condiciones de pluriempleo y el 63 % manifiesta alta insatisfacción con la remuneración.

Más allá del contexto ocupacional caracterizado por el pluriempleo, el 78 % manifiesta que su ocupación principal está altamente relacionada con la comunicación y disciplina de estudio.

El 57 % trabaja en su ocupación principal en el sector público y un 35% en el sector privado.

En este contexto, la posesión de un título universitario resulta insuficiente para esquivar con comodidad la pobreza por ingresos; tal es así que el 27 % de los graduados reside en hogares pobres por ingresos inferiores a la línea de pobreza (11 %) u hogares en riesgo inminente de pobreza por cuanto no logran duplicar el valor de dicha línea (16 %).

Comentario Final

El diseño de este trabajo de investigación contó con la colaboración de más de 30 Universidades que se pusieron a plena disposición para compartir la información correspondiente a sus fundaciones, las características de las carreras en sus inicios y en la actualidad, el detalle de los procesos de cambios de planes de estudio a lo largo de la historia tanto como las diferentes nomenclaturas y títulos que se fueron ofreciendo a estudiantes de nuestras carreras con el paso del tiempo; así como toda información relevante a ser considerada en el instrumento de recolección de la información.

Merece un párrafo aparte el arduo trabajo de meses para recomponer retrospectivamente la cantidad de graduados y graduadas a lo largo de la historia en unidades académicas de vasta antigüedad que desbordan plenamente la digitalización de la información con la que hoy convivimos.

El recupero de esta información no sólo era vital para el diseño de una muestra representativa por regiones y unidades académicas del país sino también para mapear y contabilizar, por primera vez en la Argentina, cuál era el alcance de la penetración de profesionales de la comunicación social y periodismo.

Seguramente con el simple paso del tiempo así como con los cambios contextuales, tecnológicos y académicos, los resultados de este estudio queden desactualizados y hasta obsoletos; pero seguirán teniendo el valor del primer relevamiento nacional de quienes elegimos estudiar, trabajar y perfeccionarnos en esta hermosa disciplina.

Dirección Estratégica

REDCOM

Dirección de Investigación y elaboración del Informe preliminar de Investigación

Lic. Martín Romeo

Diseño y maquetación del informe

Lic. M. Lucrecia Grubert

Área de Comunicación Institucional FCEDU-UNER

Datos de edición y autoría

Se permite la reproducción total o parcial de este material y la información contenida siempre que sea utilizado sin fines de lucro y se cite la fuente de la Red de Carreras de Comunicación Social de la República Argentina.

