

Evolución de la matrícula de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá (2014-2023)

Evolution of enrollment at the Faculty of Social Communication of the University of Panamá (2014-2023)

Emmanuel Alemán Ariza

Universidad de Panamá. Panamá

emmanuel.aleman@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0001-5565-1482>

Alcira Prieto Montero

Universidad de Panamá. Panamá

alcira.prieto@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0003-3500-4776>

Edgardo Murgas Álvarez

Universidad de Panamá. Panamá

edgardo.murgas@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0009-4466-3790>

Oscar Gómez Miranda

Universidad de Panamá. Panamá

oscar.gomez@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0001-9207-5090>

*Autor de correspondencia: (mariarodriguezdevalencia@gmail.com)

Fecha de recepción: 16/07/2024

Fecha de aceptación: 09/09/2024

DOI <https://doi.org/10.48204/synergia.v4n2.6202>

Resumen

El objetivo principal de este artículo científico producto del análisis de la evolución de la matrícula en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá entre 2014 y 2023, identificando las carreras con mayor demanda y las razones detrás de este fenómeno. Este artículo mediante un enfoque documental, descriptivo y transversal utiliza estadísticas de los boletines informativos de la Universidad de Panamá. Estos datos permiten a futuros estudiantes explorar en detalle las carreras de su interés y ampliar su comprensión para tomar decisiones informadas. El artículo revela que las mujeres han predominado en la matrícula durante el periodo estudiado. Además, se prevé un aumento en la demanda de todas las carreras, especialmente en Periodismo y Publicidad, debido a su alta demanda en el mercado laboral

público y privado. Estos resultados subrayan la importancia de adaptar los programas educativos a las necesidades del mercado laboral, reflejando el crecimiento del sector educativo universitario.

Palabras clave: tasa de matriculación, orientación profesional, boletín informativo, desarrollo de la educación, demografía.

Abstract

The main objective of this article is to analyze the evolution of enrollment in the Faculty of Social Communication of the University of Panama between 2014 and 2023, identifying the majors with the greatest demand and the reasons behind this phenomenon. This article, through a documentary, descriptive and transversal approach, uses statistics from the newsletters of the University of Panama. This data allows prospective students to explore careers of interest in detail and expand their understanding to make informed decisions. The article reveals that women have predominated in enrollment during the period studied. In addition, an increase in demand is expected for all careers, especially in Journalism and Advertising, due to their high demand in the public and private labor market. These results underline the importance of adapting educational programs to the needs of the labor market, reflecting the growth of the university educational sector.

Keywords: enrolment ratio, career guidance, news flow, educational development, demography.

Introducción

La Universidad de Panamá creada mediante decreto presidencial de Harmodio Arias Madrid el 29 de mayo de 1935, inicia labores el 7 de octubre de 1935, con una población de 175 estudiantes, matriculados en diferentes áreas como la: Educación, Ciencias Naturales, Derecho, Farmacia, Pre-Ingeniería y Comercio (Universidad de Panamá, s.f.). Desde su creación, la universidad ha jugado un papel crucial en la formación de profesionales en Panamá, adaptándose y evolucionando con el tiempo para satisfacer las crecientes demandas educativas y laborales del país.

Este artículo se centra en examinar el proceso evolutivo de la matrícula universitaria en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, abarcando el periodo comprendido entre 2014 y 2023. El objetivo principal de esta investigación es presentar un análisis detallado de las estadísticas de matrícula año por año, identificando tendencias y factores que han influido en estos cambios.

La evolución de la matrícula universitaria es un fenómeno ampliamente estudiado en la literatura académica. Torres y Rivas (2021) “destacan que la expansión de la educación superior en América Latina ha sido significativamente impulsada por políticas de acceso y equidad educativa, lo que ha resultado en un notable aumento de la matrícula en numerosos países de la región” (p. 212). Estas tendencias también se reflejan en Panamá, donde la tasa de escolaridad universitaria ha superado el 25% en los últimos años (Ministerio de Educación de Panamá, 2021).

Larraín et al. (2021) señalan que uno de los factores clave detrás del aumento en la matrícula es la implementación de programas de becas y subsidios que facilitan el acceso a la educación superior para estudiantes de bajos recursos. En este contexto, la Universidad de Panamá ha adoptado políticas similares, ofreciendo programas de apoyo financiero que han contribuido a una mayor inclusión y diversidad en su población estudiantil (Universidad de Panamá, 2021).

Además, González et al. (2022) destacan que la creciente demanda de profesionales altamente calificados en el mercado laboral ha sido un impulsor significativo del aumento en la matrícula universitaria. Carreras relacionadas con la comunicación, como Periodismo y Publicidad, han ganado popularidad debido a las amplias oportunidades laborales que ofrecen en los sectores público y privado.

Sin duda, contar con un recurso humano con altos niveles educativos presenta numerosos beneficios para el país, especialmente en un contexto de crecimiento económico. Las crecientes exigencias del mercado laboral requieren personal con una formación integral y actualizada, lo cual obliga al sistema educativo a adaptar continuamente sus programas y planes de estudio para satisfacer las necesidades del país.

Importancia del estudio

En la última década, la educación superior en Panamá ha mostrado un crecimiento constante, con un aumento significativo en la tasa de escolaridad universitaria, reflejando una mayor demanda del mercado laboral por profesionales altamente calificados Rodríguez y Pérez (2021). Este crecimiento es indicativo de un cambio en las necesidades y expectativas de los estudiantes, así como de las demandas del mercado laboral.

Contexto internacional y nacional

El contexto global y nacional muestra una tendencia creciente hacia la profesionalización y la educación superior. Según la UNESCO (2022), “la tasa de matrícula en la educación terciaria ha aumentado a nivel mundial, con más de 220 millones de estudiantes inscritos en 2019, lo que representa un aumento del 38% desde el 2000” (p.7). En Panamá, la situación no es diferente; la tasa de escolaridad universitaria supera el 25%, lo cual es un reflejo de las políticas educativas implementadas y la valorización de la educación superior como un medio para mejorar la calidad de vida y las oportunidades laborales (Ministerio de Educación de Panamá, 2021).

Materiales y Métodos

En este artículo se utilizó un enfoque metodológico que integra un diseño documental, descriptivo y transversal para analizar la evolución de la matrícula en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá durante el período 2014-2023. El diseño documental se fundamentó en la recopilación y análisis de 20 boletines informativos oficiales, publicados semestralmente por el Departamento de Estadísticas de la Universidad, los cuales proporcionan datos detallados sobre la matrícula desglosada por carrera y género, garantizando la validez y precisión del análisis. El diseño descriptivo se centró en caracterizar y cuantificar las tendencias de matrícula sin manipulación de variables, lo que permitió identificar las carreras con mayor demanda y las variaciones en la proporción de estudiantes según el género. Por su parte, el diseño transversal facilitó la observación de cambios en la matrícula en diferentes puntos temporales, proporcionando una perspectiva dinámica sobre la evolución de las inscripciones a lo largo de los años. La combinación de estos enfoques metodológicos permitió un análisis riguroso y fundamentado, ofreciendo una comprensión integral de las tendencias y patrones de matrícula en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá durante el período estudiado.

Resultados

Evolución de la matrícula (2014-2023)

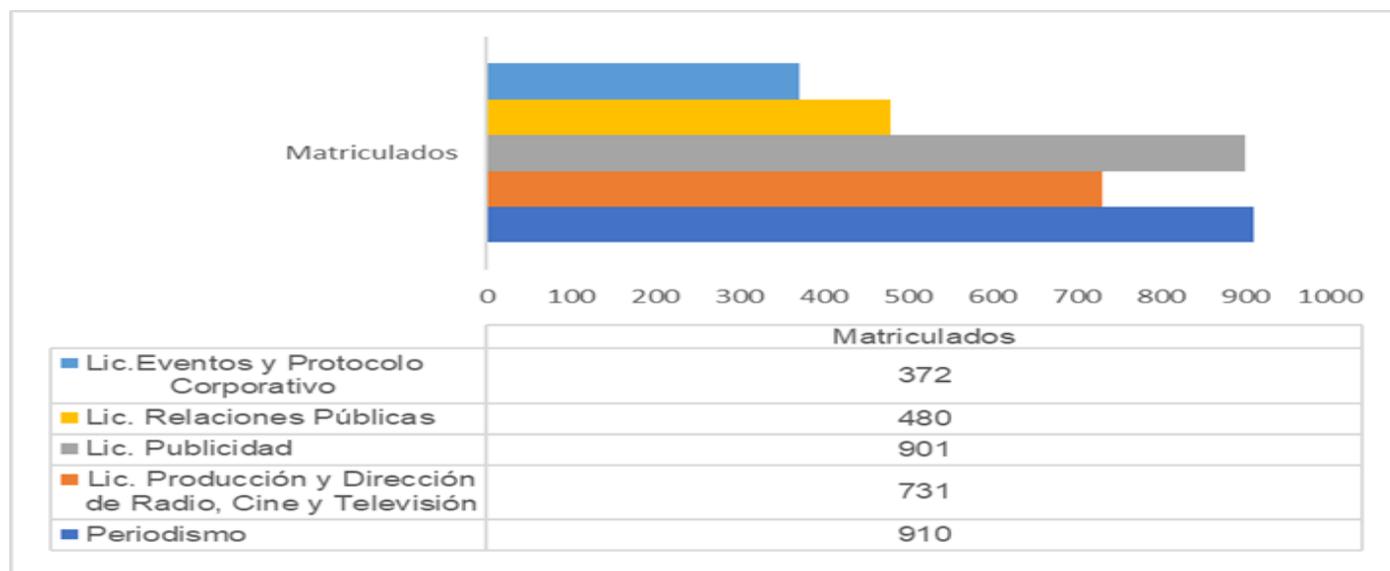
La evolución de la matrícula en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá durante el período 2014-2023 ofrece un panorama detallado sobre las preferencias y tendencias de los estudiantes en relación con las carreras ofrecidas. Al analizar estos datos bajo diversas teorías educativas, se pueden obtener conclusiones relevantes sobre el impacto de la educación superior en el desarrollo social y económico.

En 2014, las carreras de Periodismo y Publicidad concentraron el 43.2% de la matrícula total, reflejando una alta demanda inicial por estas especialidades. Según la Teoría del Capital

Humano (Becker, 1964), este interés puede interpretarse como una inversión estratégica por parte de los estudiantes, quienes perciben estas carreras como vías para mejorar sus perspectivas laborales y, por ende, su contribución al capital humano del país. Ese mismo año, Producción y Dirección de Radio, Cine y Televisión se destacó con un 17.5% de la matrícula, lo que sugiere una inclinación significativa hacia carreras con un componente técnico y creativo. (Universidad de Panamá, 2014)

Figura 1.

Matriculados por carrera en la Facultad de Comunicación Social 2014



En 2015, aunque la tendencia general se mantuvo, con Periodismo liderando ligeramente con un 21.8% de la matrícula, se observó un aumento en el interés por Relaciones Públicas y Eventos y Protocolo Corporativo, que representaron conjuntamente el 21.2% del total (Universidad de Panamá, 2015). Desde la perspectiva de la Teoría de la Justicia Social (Rawls, 1971), este crecimiento en la matrícula puede interpretarse como un avance hacia la equidad educativa, proporcionando a un mayor número de estudiantes la oportunidad de acceder a carreras con un alto potencial de impacto social.

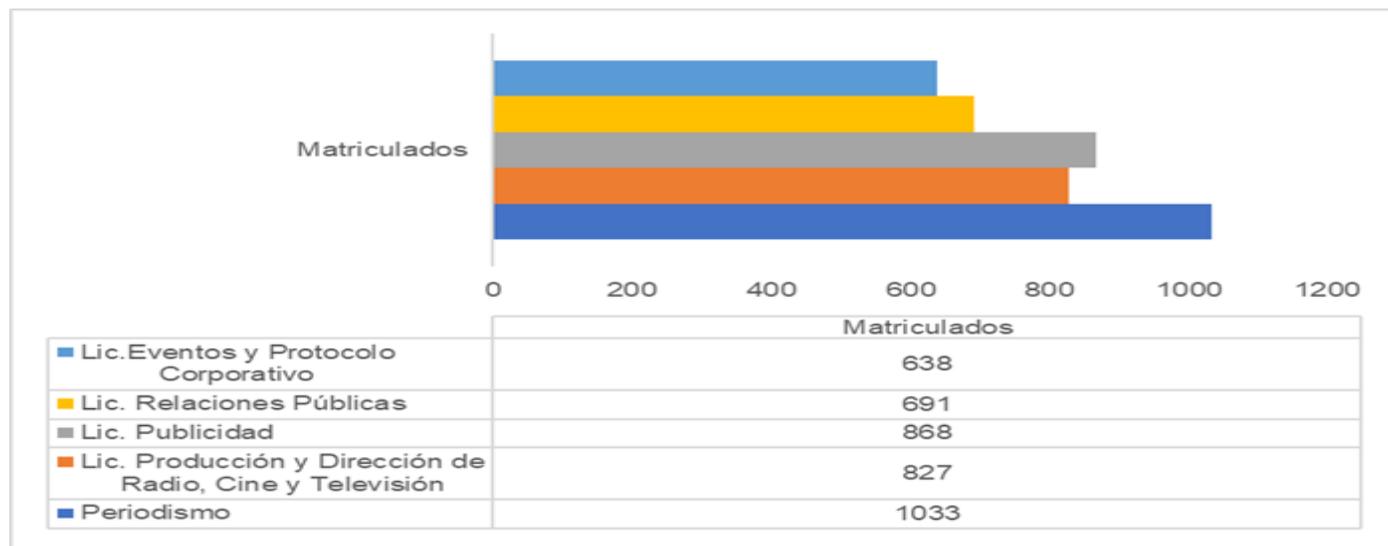
Durante 2016, la matrícula en Periodismo y Publicidad se mantuvo alta, pero con una ligera disminución porcentual al 40.6% combinado, mientras que Relaciones Públicas y Eventos y Protocolo Corporativo vieron incrementos notables, alcanzando el 12.6% y 12.2% respectivamente (Universidad de Panamá, 2016). Estos cambios podrían estar alineados con los principios de la Teoría de la Modernización (Rostow, 1960), la cual sugiere que a medida que una sociedad avanza, la diversificación de la educación superior es esencial para soportar una modernización integral.

El año 2017 evidenció una consolidación en las preferencias por Periodismo (21.4%) y un crecimiento significativo en Relaciones Públicas (14.1%) (Universidad de Panamá, 2017), lo cual podría estar relacionado con la percepción de estas áreas como herramientas clave para la promoción de la justicia social y la equidad, en línea con la Teoría de la Justicia Social.

En 2018, un aumento generalizado en la matrícula, particularmente en Relaciones Públicas (16.8%), sugiere que los estudiantes reconocieron el valor estratégico de esta carrera en un entorno comunicacional en constante evolución (Universidad de Panamá, 2018). La Teoría del Capital Humano podría explicar este fenómeno, ya que las carreras que ofrecen habilidades transversales en comunicación se perciben cada vez más como inversiones educativas rentables.

Figura 2.

Matriculados por carrera en la Facultad de Comunicación Social año 2018



Elaboración propia

Para 2019, Periodismo y Publicidad continuaron dominando, representando el 41.8% de la matrícula total, lo cual subraya la sostenida relevancia de estas disciplinas en el mercado laboral (Universidad de Panamá, 2019). Este hecho puede verse como una reafirmación de la Teoría de la Modernización, que resalta la importancia del desarrollo de capital humano como base para el progreso socioeconómico.

El año 2020 marcó un punto de inflexión, con Publicidad superando a Periodismo en términos de matrícula, lo que representó un 23.2% frente a un 22.4% (Universidad de Panamá, 2020). Este cambio puede interpretarse, desde la perspectiva de la Teoría del Capital Humano, como una respuesta al mercado, donde la publicidad es vista como una disciplina con mayor potencial económico y laboral en un mundo cada vez más digitalizado.

En 2021, la matrícula en Publicidad se consolidó en el 23.2% (Universidad de Panamá, 2021), reafirmando la percepción de su valor en el mercado laboral. La Teoría de la Justicia Social también encuentra relevancia aquí, ya que el acceso equitativo a carreras con alta demanda puede verse como un medio para promover la equidad y la inclusión social.

En 2022, la introducción de la carrera de Técnico en Comunicación Digital y su aceptación creciente (0.8%) subraya la importancia de la adaptación a las nuevas tecnologías en el ámbito educativo, en sintonía con la Teoría de la Modernización que subraya la necesidad de que las sociedades se adapten a las innovaciones tecnológicas para continuar su desarrollo.

Finalmente, en 2023, aunque los datos completos solo están disponibles para el primer semestre, se observa un incremento en la matrícula de Técnico en Comunicación Digital (6.3%), lo que refuerza la idea de que la modernización y la digitalización de la comunicación son áreas de creciente interés y valor estratégico. (Universidad de Panamá, 2023)

Distribución de Matrícula por Género (2014-2023)

La matrícula femenina ha predominado de manera consistente en la Facultad de Comunicación Social. En 2014, se matricularon 2,103 mujeres frente a 1,251 hombres. Este patrón se mantuvo y acentuó en los años subsiguientes, alcanzando su pico en 2021, cuando las mujeres representaron el 62.7% de la matrícula total con 3,251 estudiantes, en contraste con 1,931 hombres.

En 2022, aunque el total de estudiantes disminuyó ligeramente, la proporción de mujeres se mantuvo alta, con 3,057 mujeres frente a 1,803 hombres (62.9% de mujeres). Sin embargo, en 2023 se observa un descenso abrupto en la matrícula total, afectando tanto a hombres como a mujeres, aunque la participación femenina sigue siendo mayoritaria (62.7% de mujeres).

Tabla 1.

Mujeres y hombres matriculados en la Facultad de Comunicación desde el 2014 hasta el 2023

| AÑO | MUJERES | HOMBRES |
|------|---------|---------|
| 2014 | 2,103 | 1,251 |
| 2015 | 2,332 | 1,316 |
| 2016 | 2,334 | 1,343 |
| 2017 | 2,464 | 1,411 |
| 2018 | 2,585 | 1,504 |
| 2019 | 2,587 | 1,555 |
| 2020 | 2,839 | 1,693 |
| 2021 | 3,251 | 1,931 |
| 2022 | 3,057 | 1,803 |
| 2023 | 1,472 | 876 |

La predominancia de mujeres en la Facultad podría interpretarse como un avance hacia la equidad de género en la educación superior, al brindarles a las mujeres más oportunidades en un campo crucial como el de la comunicación, además están invirtiendo significativamente en su desarrollo profesional en el campo de la comunicación, lo que podría tener implicaciones positivas para la economía y la sociedad en general.

Discusión

El análisis de la matrícula en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá durante el período 2014-2023, interpretado a través de las teorías del Capital Humano, Justicia Social y Modernización, revela dinámicas clave en la elección académica de los estudiantes. Las carreras de Periodismo y Publicidad continúan siendo las más demandadas, lo que sugiere que los estudiantes orientan sus decisiones educativas en función de las demandas del mercado laboral, reflejando una inversión estratégica en su capital humano. Esta tendencia resalta la capacidad de los estudiantes para identificar y alinearse con oportunidades profesionales que promueven su empleabilidad y desarrollo personal.

La Facultad ha demostrado adaptabilidad frente a los avances tecnológicos, como lo evidencia la creación de nuevas carreras como el Técnico en Comunicación Digital. Esta introducción no solo responde a la evolución de las necesidades del mercado, sino que también posiciona a la Facultad como una institución proactiva, comprometida con la innovación y la preparación de sus estudiantes para enfrentar los desafíos de un entorno digital en constante cambio.

Asimismo, es notable la predominancia femenina en la matrícula a lo largo del período analizado, lo que sugiere un avance significativo en la equidad de género. Este fenómeno se alinea con la Teoría de la Justicia Social, que promueve un acceso equitativo a la educación superior, asegurando que las oportunidades educativas estén disponibles para todos, independientemente de su género. La creciente participación de mujeres en estos programas académicos es un indicador positivo del progreso hacia una sociedad más justa e inclusiva.

En conjunto, estos hallazgos subrayan la importancia de una educación superior que no solo se ajuste a las demandas contemporáneas del mercado laboral, sino que también promueva principios de equidad y modernización, preparando a los estudiantes para contribuir significativamente al desarrollo de la sociedad.

Conclusiones

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá ha experimentado una evolución significativa entre 2014 y 2023, evidenciada por un crecimiento sostenido en la matrícula de carreras clave y un avance notable hacia la equidad de género. La popularidad continua de los programas de Periodismo y Publicidad, junto con la introducción de nuevas opciones académicas como el Técnico en Comunicación Digital, pone de manifiesto la capacidad

de la Facultad para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado laboral y responder de manera proactiva a los avances tecnológicos.

Este proceso de adaptación y expansión no solo refuerza la relevancia de la Facultad en el contexto educativo nacional, sino que también subraya su contribución al desarrollo social y económico de Panamá. Al alinearse con las necesidades del mercado y promover la inclusión de género, la Facultad demuestra su compromiso con la formación de profesionales que no solo son competitivos en el ámbito laboral, sino que también están preparados para ser agentes de cambio en la sociedad.

En este contexto, la educación superior se consolida como un pilar fundamental en la construcción de una sociedad más justa, moderna y competitiva. La Facultad de Comunicación Social, al fortalecer las carreras existentes, crear y ofrecer nuevos programas académicos, juega un papel crucial en este proceso, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos del futuro y contribuir de manera significativa al progreso del país.

Referencias bibliográficas

Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.

González, L., Pérez, R., & Rodríguez, A. (2022). La Evolución de la Educación Superior en Panamá. *Revista de Educación Superior*. Panamá.

Larrain, C., Torres, M., & Rivas, P. (2021). Desafíos de la Educación Superior en América Latina: Calidad y retención estudiantil. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 12, 67-89.

Ministerio de Educación de Panamá. (2021). *Informe sobre el Estado de la Educación en Panamá*. <https://meduca.gob.pa>

Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.

Rodríguez, J., & Pérez, M. (2021). Análisis de la Evolución de las Tasas de Matrícula y Graduación de las Universidades Particulares frente a las Universidades Oficiales en Panamá. *Latitude*, 12, 34-48.
<https://revistas.qlu.ac.pa/index.php/latitude/article/view/47>

Rostow, W. W. (1960). *The stages of economic growth: A non-communist manifesto*. Cambridge University Press.

Torres, J., & Rivas, S. (2021). *Políticas de Gratuidad en la Educación Superior en América Latina*. *Educación y Sociedad*.

UNESCO. (2022). *Global Education Monitoring Report*. <http://www.unesco.org>

Universidad de Panamá. (2014). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2014*.
<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/85/cuadro-03.pdf>

Universidad de Panamá. (2015). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2015.*

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/86/cuadro-03.pdf> /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/87/cuadro-03.pdf>

Universidad de Panamá. (2016). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2016.*

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/88/cuadro-03.pdf> /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/89/cuadro-03.pdf>

Universidad de Panamá. (2017). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2017.*

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/90/cuadro-03.pdf> /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/91/cuadro-03.pdf>

Universidad de Panamá. (2018). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2018.*

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/92/cuadro-03.pdf> /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/informativo/93/cuadro-03.pdf>

Universidad de Panamá. (2019). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2019.*

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2019-11/cuadro-03.pdf> /

https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2020-06/cuadro-03-95_0.pdf

Universidad de Panamá. (2020). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2020.*

https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2021-09/cuadro-03_0.pdf /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2021-09/cuadro-03-bol%2097.pdf>

Universidad de Panamá. (2021). *Boletín Informativo.* <https://www.up.ac.pa>

Universidad de Panamá. (2021). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, SEDE Y UBICACIÓN, SEGÚN FACULTAD, ESCUELA Y CARRERA: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2021.*

https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2022-01/cuadro-03-BOL-98_o.pdf /

<https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2022-07/cuadro-03-bol-99.pdf>

Universidad de Panamá. (2023). *Cuadro 3. MATRÍCULA EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, POR SEXO, TURNO Y CLASE DE INGRESO, SEGÚN SEDE, FACULTAD Y UBICACIÓN: PRIMER SEMESTRE; AÑO ACADÉMICO 2023.*

https://www.up.ac.pa/sites/default/files/2024-01/cuadro-01-BOL-102_o.pdf

Universidad de Panamá. (s.f.). *Historia.* <https://www.up.ac.pa/historia>