

EL USO DE PELÍCULAS Y SERIES DE TV EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE LA ECONOMÍA

Isaías Covarrubias Marquina

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado
icovarr@ucla.edu.ve

Recibido: May. [2016]
Aceptado: Nov. [2016]

RESUMEN

Este artículo presenta resultados preliminares de una investigación que enfoca la utilización de películas y series de TV, como estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje en las asignaturas del área económica de la carrera Ingeniería Informática de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”. Los objetivos del estudio contemplan, tanto el diseño de la estrategia en cuestión, como la evaluación de los resultados derivados de su aplicación, durante los lapsos académicos comprendidos entre mayo de 2016 y diciembre de 2017, incluyendo en el aspecto evaluativo, la perspectiva de los estudiantes y del docente. El avance presentado en este artículo abarca solamente la fase de diseño. El enfoque de la investigación es predominantemente cuantitativo, con algunos rasgos del paradigma cualitativo, aspectos que se conjugan en el marco de un diseño documental y de campo, que se vale de las técnicas de revisión documental, encuesta y observación. Con base en la aplicación de la primera técnica mencionada, se pudo verificar la existencia de un considerable interés en el uso de las películas y series de TV, como estrategia didáctica para la enseñanza-aprendizaje de la Economía, con resultados positivos, principalmente, en cuanto al interés de los estudiantes en los contenidos económicos. A partir de la revisión de literatura se han encontrado contribuciones que han servido como referencia al diseño de la propuesta didáctica objeto de este trabajo. Como aspecto final del mismo, se propone extender el uso de la estrategia analizada a otras carreras de ingeniería y conformar redes académicas dedicadas al estudio de esta temática.

Palabras clave: Economía, películas, series, estrategia pedagógica

THE USE OF FILMS AND TV SERIES IN THE ECONOMY LEARNING

ABSTRACT

The use of films and TV series for teaching and learning economics is a pedagogical strategy practiced in university courses in addition to teaching based on lectures and use of textbooks. The effectiveness of this strategy is analyzed through numerous studies (Leet and Houser, 2003; Sexton, 2006; M. A. Bookman and Bookman, 2009; Luccasen and Thomas, 2010; Mateer and Stephenson, 2011; Samaras, 2014). Generally, in these investigations it can be concluded that the strategy is effective because the student is motivated. He interacts proactively with his teachers and peers and pays more attention to content and learning objectives. Also, the student shows a good ability to relate the examples given of economic theory once these are observed in the behavior of the characters in movies and TV series. This article reveals some of the advances in research that involve the use of films and TV series as a strategy for teaching and learning economics, particularly in undergraduate and postgraduate subjects taught by the researcher at UCLA and UCV. The method used in this research is part of the teaching principles of economics, which are related to situations drawn from movies and TV series scenes. Then, there is a debate about the causes and consequences of economic decisions and actions observed in the fictional situations presented and their relation to the behavior indicated in economic theory. Finally, the students are asked to present a practical work in which they relate basic economics with scenes from movies or TV series of their preference. Some of the objectives of this research are to perform quantitative and qualitative assessments of the effectiveness of the strategy and the creation of a network of ad hoc research among Ibero-American researchers.

Keywords: Economy, movies, series, teaching strategy

INTRODUCCIÓN

El contexto educativo en la era digital se caracteriza por la aplicación de prácticas pedagógicas emergentes, apoyadas en las tecnologías de información y comunicación, que apuntan a generar resultados cualitativos a partir de la participación del alumnado y del trabajo colaborativo, favorecidos por la incorporación de elementos tecnológicos que pertenecen a la cotidianidad de los estudiantes (Hernández, Panessi, Sobrino y Vazquez, 2012).

Esta tendencia educativa constituye una respuesta adaptativa a una realidad que penetra todos los espacios de la vida y que ha dado lugar a una idiosincrasia propia de los nativos digitales, cuyos intereses y estilos de aprendizaje están altamente influenciados por los medios audiovisuales y las innovaciones tecnológicas en la informática y las comunicaciones, en una dinámica que los citados autores denominan “binomio tecnología-jóvenes”. En tal sentido, señala León (2015, citado en Oltra et al., 2016) que

esta familiaridad de los estudiantes con el manejo de las nuevas tecnologías y la facilidad de acceso a las mismas, deben ser aprovechadas en beneficio del proceso de aprendizaje. Dentro de estos esfuerzos de innovaciones didácticas dirigidas a las nuevas generaciones de estudiantes, han surgido algunas propuestas de incorporación de películas y series de TV, como apoyo a la enseñanza universitaria, iniciativas entre las cuales figuran algunas experiencias desarrolladas en el contexto de las carreras de ingeniería (Oltra et al., 2016). En el caso específico de la formación profesional para ingenieros, las exigencias de renovación pedagógica, como fenómeno generalizado de la educación superior, se ven reforzadas por la expectativa implícita del comportamiento innovador que se supone inherente a dichas carreras, lo que obliga a romper con los patrones tradicionales de la enseñanza al impartir cursos universitarios pertenecientes a los planes de estudio de las mismas.

La iniciativa que se expone en el presente trabajo se enmarca en los esfuerzos por dar repuesta a los desafíos educativos previamente planteados y consiste en la utilización de películas y series de televisión, para impartir cursos del área económica pertenecientes al plan de estudios de la carrera Ingeniería Informática de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” (Venezuela).

Dentro de esta línea investigativa que propone el uso de material cinematográfico y televisivo en la enseñanza de la Economía, se ha generado un considerable volumen de contribuciones, que resaltan los beneficios de dicha práctica respecto al mejoramiento en la comprensión de los conceptos económicos básicos y el incremento del interés despertado en los estudiantes por los contenidos del área de conocimiento aludida (Leet y Houser, 2003; Bookman y Bookman, 2009; Luccasen y Thomas, 2010; Mateer y Stephenson, 2011; Samaras, 2014). Cabe destacar, sin embargo, que no existen registros de experiencias relativas a la aplicación de la estrategia comentada en la administración de cursos de contenido económico de nivel universitario en el contexto venezolano.

Es pertinente puntualizar que la enseñanza de asignaturas del área económica en carreras de corte tecnológico, como la que es objeto de este estudio, agrega un reto pedagógico que se suma a los antes argumentados, ya que los contenidos en cuestión, al no estar directamente asociados al componente curricular central de la carrera, pudieran ser percibidos por los cursantes como aspectos formativos que requieren menor atención. En tal sentido, resulta conveniente incorporar estrategias pedagógicas que animen a los estudiantes a interesarse por asignaturas que, si bien apoyan su formación, no están adscritas al eje curricular principal que se identifica con su área profesional (Leet y Houser, 2003).

En atención a este aspecto, la experiencia que se expone en este trabajo incluye entre sus motivaciones, la de incorporar estrategias que permitan facilitar y hacer más atractivo el estudio de la Economía a estudiantes universitarios cursantes de Ingeniería Informática de la UCLA, en cuyo plan de estudios se incluyen cursos de introducción a la economía (Ingeniería Económica I); toma de decisiones financieras (Ingeniería Económica II) y plan de negocios (Evaluación y Control de Proyectos).

En principio, el autor de este estudio utilizó de manera informal el análisis de fragmentos de películas y series de televisión para explicar y ejemplificar los conceptos de la teoría económica en la administración de las antedichas asignaturas, iniciativa que, a su vez, dio

lugar a la publicación de un libro digital (Covarrubias, 2011), en cuyo contenido se exponen temáticas del ámbito de conocimiento en cuestión, haciendo alusión a determinadas escenas de la famosa serie de TV “Los Simpsons”, en las cuales se aprecia el comportamiento económico de los personajes.

Posteriormente, el autor creó un blog llamado: “La economía sí tiene quien le escriba”, en el cual se dedicaron varias entradas a comentar escenas y tramas de películas que resultan apropiadas para entender o ilustrar teorías y comportamientos económicos. Tomando en cuenta estos avances y habiendo acumulado un volumen importante de material susceptible de utilizar en el desarrollo de la estrategia didáctica analizada, se planteó el propósito de validar esta práctica pedagógica, a través de una investigación, a los fines de sustentar su aplicación con base en resultados debidamente documentados, obtenidos de manera rigurosa. La formalización de dicho esfuerzo investigativo se dirige al logro de los siguientes propósitos:

- Proponer una metodología para la aplicación de una estrategia didáctica basada en el análisis de películas y series de TV, en la enseñanza de las asignaturas del área económica de la carrera Ingeniería Informática de la UCLA.
- Analizar, desde la percepción del docente, los resultados de la aplicación de la estrategia aludida, en los cursos de Ingeniería Económica I e Ingeniería Económica II, del Programa de Ingeniería Informática de la UCLA, administrados por el investigador entre mayo de 2016 y diciembre de 2017.
- Evaluar los resultados de la aplicación de la estrategia estudiada desde la percepción de los cursantes de las asignaturas referidas, en el período indicado.

El estudio planteado se encuentra en una fase intermedia de desarrollo, por lo cual, este artículo muestra resultados preliminares referidos únicamente al primer objetivo de investigación formulado.

El aporte fundamental de este trabajo consiste en proporcionar elementos que contribuyan a validar el uso de películas y series de TV, como estrategia para la enseñanza de la Economía en el contexto universitario venezolano, con énfasis en las carreras cuyo eje curricular principal no pertenece al dominio de la ciencia económica.

Este trabajo se estructura en cuatro secciones, la primera de las cuales contiene los fundamentos teóricos del estudio, aspecto que, a su vez, se subdivide en dos apartados: algunas consideraciones sobre la enseñanza contemporánea de la Economía y los desafíos que enfrenta, a lo que se agrega una revisión de los antecedentes teóricos alusivos al uso de películas y series de TV, como estrategia pedagógica en la enseñanza de la Economía.

La segunda sección describe el planteamiento metodológico que marca la ruta para lograr los objetivos de la investigación, luego de lo cual, en cumplimiento del primer propósito del estudio, se presenta la propuesta de la metodología didáctica para aplicar la estrategia de utilización de películas y series de TV en la enseñanza de asignaturas del área económica, de la carrera Ingeniería Informática de la UCLA. En este apartado se incluye una ejemplificación que permite apreciar el uso de una escena extraída de una película, como apoyo en la comprensión de un concepto económico. Finalmente, la cuarta sección recoge las conclusiones y las recomendaciones del trabajo, en cuyo texto se exponen algunas consideraciones sobre el alcance y resultados preliminares de la aplicación de la estrategia analizada.

Como aspecto final de esta sección introductoria, cabe hacer algunas precisiones sobre la intencionalidad y aportes de la investigación. En primer lugar, tal como lo sugieren autores de otros trabajos de similar naturaleza (Sexton, 2006; Luccasen y Thomas, 2010; Calhoun y Mateer, 2012), la estrategia propuesta constituye una herramienta pedagógica complementaria a los libros de texto de Economía, por tanto, no se pretende que sustituya a las fuentes bibliográficas, como principal vía de acceso al conocimiento formal de la teoría económica.

En segundo lugar, es pertinente destacar que la estrategia pedagógica analizada está concebida especialmente para la enseñanza de la Economía en carreras universitarias cuya titulación no corresponde al ámbito de la ciencia económica, sin embargo, puede ser de utilidad en cursos introductorios de la carrera universitaria de Economía, así como, en asignaturas de postgrado que versen sobre contenidos económicos, pero estén enmarcados en programas no relacionados con dicha disciplina.

La tercera precisión sobre esa investigación apunta a destacar que el espíritu de la misma se afianza en la idea de que el proceso de enseñanza-aprendizaje debe ser dinámico y dar cabida a las tendencias e innovaciones que potencien los resultados deseables del mismo, teniendo en cuenta las diversas formas de relacionarse con el aprendizaje que pueden adoptar los individuos (Gardner, 2011).

En línea con el pensamiento de Morin (1999), este trabajo subraya el papel de la didáctica como vía para incentivar la autodidáctica, entendida esta última como búsqueda personal y autonomía del pensamiento. En tal sentido, la misión de la enseñanza no debe ser transmitir un saber puro, sino crear una cultura que permita comprender la condición humana y sirva de aliciente para el desarrollo de una manera de pensar abierta y libre.

La enseñanza-aprendizaje contemporánea de la Economía

Desde hace más de un siglo, el enfoque neoclásico de la Economía, también llamado *mainstream economics* o economía convencional, basado en el principio de que los agentes económicos son racionales y buscan siempre maximizar los resultados de sus decisiones, es la base de la mayor parte de las teorías y modelos económicos que buscan explicar, tanto el comportamiento individual, como el colectivo, en relación a la toma de decisiones económicas, sobre los aspectos de producción, consumo e inversión.

Sin embargo, desde hace varias décadas se acepta que, si bien, este enfoque de racionalidad es sumamente útil para elaborar teorías y modelos económicos, adolece de fallas al explicar la toma de decisiones individuales y colectivas en numerosos contextos donde, claramente, las decisiones económicas se ven afectadas, entre otras variables, por normas sociales, redes sociales locales y modelos mentales compartidos (véase World Bank, 2015: 3).

Los fundamentos teóricos que constituyen la base de la economía convencional, guiada por el principio de racionalidad del sujeto económico, han representando, igualmente, por muchas décadas, la base para la enseñanza y el aprendizaje de los aspectos básicos de la Economía, en la mayoría de las universidades del mundo. No obstante, este edificio conceptual que ha constituido una plataforma fundamental para el avance teórico de esta disciplina, también ha sido objeto de críticas originadas en los círculos académicos e



intelectuales, cuestionamientos que apuntan, tanto a la validez de los supuestos y de la teoría en sí misma, como al uso de un excesivo nivel de abstracción y de formalización matemática que aleja a la ciencia económica de lo que sucede en el mundo real (Covarrubias, 2002)

En este contexto, las diferentes posturas críticas han tenido impacto en la forma de pensar y reflexionar acerca del proceso de enseñanza-aprendizaje de la Economía, lo que ha dado lugar a la existencia de una amplia y variada literatura (Becker, 2000; Colander, 2004; Resnick y Wolff, 2011; Chable, 2012; Ormerod, 2013), en la cual se abordan los problemas pedagógicos que resultan de la enseñanza de la Economía de una manera unidimensional, basada en los supuestos tradicionales de la ciencia en cuestión. Los estudios referidos tienen en común abogar parcial o totalmente por el planteamiento de nuevos paradigmas de enseñanza-aprendizaje de esta disciplina, que rompan con los esquemas convencionales y ofrezcan nuevas perspectivas de análisis. Dichos estudios proponen reformas educativas que abarcan, por un lado, el qué enseñar y, por otro, el cómo enseñar.

Desde la dimensión de qué enseñar, se plantea la exigencia de fortalecer el acercamiento de las teorías y los modelos explicativos de la Economía al contexto real. Se recomienda ampliar el espectro de las teorías, incorporando enfoques alternativos, diferentes a la corriente neoclásica. Igualmente, se sugiere dotar a esta disciplina de un enfoque pluralista en relación a los contenidos enseñados, con la finalidad de ampliar los puntos de vista del análisis, mejorando al mismo tiempo la comprensión de las interrelaciones que tienen las variables económicas con otros aspectos de la vida social.

En la dimensión de cómo enseñar la Economía, los estudios enfatizan la necesidad de incorporar la participación de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como la conveniencia de utilizar recursos didácticos novedosos, que mejoren la comprensión de las teorías y modelos explicativos y permitan relacionarlos con situaciones de la realidad. Adicionalmente, se propone que la enseñanza estimule el sentido crítico de los estudiantes y que los contenidos aprendidos sean integrados en un sistema más amplio de conocimientos, desarrollando la capacidad de convertir el aprendizaje de la Economía en un proceso continuo, más allá del aula de clase.

En sintonía con esta tendencia, surgió una agrupación llamada *International Student Initiative for Pluralism in Economics* (ISIPE), conformada por un colectivo de asociaciones de estudiantes de Economía de 22 países. Mediante una carta abierta en su página Web, que ya ha sido también publicada en varias revistas académicas, se puede conocer lo fundamental de sus peticiones y propuestas. En general, la carta es un llamamiento a reformar la enseñanza de la Economía desde el pluralismo, atendiendo a tres aspectos básicos. En primer lugar, se reclama la ampliación del espectro teórico enseñado, de tal manera que se incorporen teorías alternativas, enmarcadas en su contexto histórico. En segundo término, se exige diversificar la caja de herramientas metodológica, buscando un equilibrio en la enseñanza de métodos cuantitativos y cualitativos. En tercer término, se propone la inclusión de enfoques interdisciplinarios que permitan la interacción con los saberes de otras ciencias sociales y las humanidades (ISIPE, 2014).

Al comentar la carta abierta del ISIFE, Cassidy (2014), señala que, desde su punto de vista, no les falta razón a los estudiantes al cuestionar una enseñanza en la cual la metodología se reduce casi exclusivamente a un conjunto de ejercicios matemáticos.

Por otra parte, en el estudio sobre la enseñanza de la Economía en universidades públicas y privadas de cinco países latinoamericanos (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia y México), realizado por Lora y Ñopo (2009), se advierte que uno de los hallazgos relevantes, a partir de las encuestas aplicadas a los estudiantes, fue la insatisfacción mostrada con los métodos de enseñanza y con los contenidos impartidos. En general, se cuestiona la falta de innovación, la incapacidad para involucrar activamente a los estudiantes en el salón de clases y la falta de actualidad y relevancia de los contenidos. Otra de las conclusiones del estudio mencionado destaca que el reto de la enseñanza de la Economía en América Latina pasa por corregir el desajuste entre el enfoque especializado predominante y la formación, intereses y expectativas de los estudiantes.

En el contexto de los cuestionamientos señalados, cobra relevancia y vigencia la incorporación de estrategias didácticas novedosas en la enseñanza de la Economía, de cara a superar los escollos que limitan la comprensión de los conceptos básicos de esta disciplina y el interés dedicado por los estudiantes a dichos contenidos, especialmente, en carreras no inherentes a las ciencias económicas, que requieren, sin embargo, el desarrollo de algunas competencias orientadas al ámbito de conocimiento de las mismas.

El uso de series de TV y películas en la enseñanza de la Economía

En los últimos tres lustros, varias revistas académicas especializadas destacan una tríada de temas de discusión en torno a la enseñanza de la Economía. Un primer tópico que se discute, brevemente comentado en el apartado anterior, trata acerca de los contenidos impartidos en esta disciplina y la forma de enseñarlos. El segundo aspecto que se debate de manera frecuente es la utilización de las tecnologías de información y comunicación (TIC) al administrar cursos universitarios del ámbito económico; mientras el tercer tema de interés está referido al uso de series de TV y de películas como recurso pedagógico en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Economía.

En cuanto al último aspecto de discusión, que constituye el foco temático del presente estudio, existe una prolífica línea de trabajo, en la cual se enmarcan las contribuciones de diversos autores, cuyas investigaciones dan cuenta de los beneficios derivados a partir de la utilización de las películas y series de TV en la enseñanza de la Economía. En tal sentido, Leet y Houser (2003) sostienen que las escenas de muchos filmes brindan la posibilidad de explicar el análisis económico de una manera que es fácilmente captado por los estudiantes, especialmente, en el caso de los cursos de iniciación en la carrera de Economía, o en la enseñanza de asignaturas de contenido económico en estudios universitarios de otras profesiones. En el mismo orden de ideas, Sexton (2006) señala que la utilización de los filmes y clips de TV constituyen una útil herramienta para la enseñanza de la Economía y enfatiza que pueden ser utilizados para demostrar el poder del análisis económico, lo cual ha constatado en sus cursos.

Siguiendo la orientación investigativa que se comenta, Bookman y Bookman (2009) ofrecen la explicación de 33 conceptos económicos fundamentales para un curso

introductorio, a partir del análisis de películas y de obras de la literatura clásicas y contemporáneas. Las autoras defienden la tesis de que la discusión en clase y la asignación de tareas se facilitan cuando se incorpora este recurso pedagógico y se añaden preguntas que permitan a los estudiantes profundizar en los temas tratados.

En el mismo sentido, Luccasen y Thomas (2010) destacan que, a menudo, los estudiantes de pregrado están más interesados en las aplicaciones de los principios económicos que en la propia teoría. Por esta razón, tienen la apreciación de que, a pesar de no tratarse de ejemplos de la vida real, la enseñanza de la Economía basada en series de TV y películas puede motivar a los estudiantes a interesarse más por los temas básicos de esta disciplina. Para los autores, este tipo de enseñanza no solo provee un recurso didáctico complementario a la instrucción más formal, sino también le da un medio alternativo al estudiante para que explore el aprendizaje con un método que puede estar más adaptado a su inteligencia particular.

Por su parte, Mateer y Stephenson (2011), documentan y analizan algunos trabajos cuyos resultados sugieren ventajas educativas cuando los conceptos son expuestos utilizando estos medios audiovisuales. En particular, dichos medios ayudan al estudiante a retener mejor los conceptos e ideas y a recordarlos más rápidamente, en comparación con el uso exclusivo de las lecturas.

En una línea similar, Samaras (2014) reflexiona acerca de la necesidad de incorporar nuevas propuestas para construir un enfoque interdisciplinario en la enseñanza universitaria de la Economía, a los efectos de lo cual, la utilización de películas puede ser de mucha utilidad al impartir las clases. La razón estriba es que el uso del cine fomenta la participación activa de los estudiantes.

En relación a la conveniencia de utilizar la estrategia pedagógica estudiada, Hall (2005) cree que la naturaleza contra-intuitiva de la Economía se convierte en un obstáculo para comprender sus principios básicos, lo que merma el interés de los estudiantes de pregrado de cátedras de introducción a la Economía hacia los contenidos de estos cursos iniciales. Por tal razón, sostiene que se puede enfrentar este escollo usando escenas de series de TV, como “Los Simpsons”, para ilustrar dichos conceptos fundamentales. A los fines de hacer efectiva esta práctica pedagógica, el autor sugiere alentar una discusión introductoria del tópico particular de la teoría económica a ser analizado. Otra manera es utilizar los episodios como reforzamiento de conceptos, una vez que éstos se han introducido y discutido de forma convencional.

La práctica de enseñar Economía partiendo del análisis de episodios de *Los Simpsons* ha sumado adeptos a lo largo de los años, lo que queda en evidencia con la publicación del libro *Homer Economicus: The Simpsons and Economics*, (Hall, 2014), en el cual se compilan los aportes de varios economistas acerca del comportamiento económico de los personajes de la serie, revelando que la Economía está presente en numerosos episodios de la misma. Los diferentes capítulos del libro se focalizan en temas como la conducta económica individual y la toma de decisiones, el dinero, los mercados, la acción del gobierno. También hay capítulos de microeconomía aplicada a problemas como la emigración, el juego y la salud. El propósito del libro es ser, tanto una guía de aprendizaje, como un recurso para la enseñanza de conceptos básicos de la teoría económica.

Dentro de esta línea temática que gira en torno al uso de películas y series de TV en la enseñanza de la Economía, Chu (2014), incorpora la evidencia estadística para analizar el efecto de dicha estrategia. El investigador utilizó un modelo de regresión para establecer el efecto explicativo de la misma en los resultados obtenidos por estudiantes de cursos de Economía en exámenes sorpresa. Después de controlar las diferencias de calidad de los estudiantes y del contenido de los exámenes, Chu encontró un impacto positivo en el aprendizaje y en el desempeño de los estudiantes en los exámenes sorpresa cuando en las clases se ejemplificaron conceptos económicos observando a *Los Simpsons*. En especial, mejoraron sus resultados académicos aquellos estudiantes ubicados en los grados C, D y F de las calificaciones.

Las aseveraciones y evidencias citadas anteriormente, dan pie a la inquietud de validar en otros contextos los beneficios que, según los autores de los trabajos referidos, resultan de la aplicación de la estrategia analizada. En tal sentido, el presente trabajo plantea el uso de la misma en la enseñanza de la Economía, en el marco de una universidad venezolana, a los efectos de lo cual, se presenta a continuación la metodología de esta propuesta didáctica.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Naturaleza y diseño de la investigación

A partir de los objetivos planteados en la investigación, se puede establecer que se trata de un estudio de carácter proyectivo y evaluativo, con predominio del enfoque cuantitativo. Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que en dicho enfoque *“el investigador utiliza su o sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencias respecto a los lineamientos de la investigación”* (p. 120). En el caso del presente trabajo, se recolectarán evidencias sobre la percepción de los estudiantes en relación a los resultados de la aplicación de la estrategia propuesta y luego se procesará de manera estadística la información obtenida.

Según Hurtado (2010), la investigación proyectiva *“propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación”* (p. 114). En el caso de la modalidad evaluativa, señala la misma autora que su propósito es evaluar los resultados de una propuesta o intervención que se ha aplicado en un contexto determinado.

La investigación conjuga rasgos del diseño documental y de campo, ya que los elementos informativos que apoyarán el cumplimiento de los objetivos de investigación se derivarán, tanto de fuentes bibliográficas, como del contexto real en el cual se desarrolla el estudio.

Técnicas de recolección de datos

En concordancia con la modalidad de este estudio, que se inscribe en el ámbito documental y de campo, se aplicarán tres técnicas de recolección de datos: revisión documental, observación y encuesta.

La revisión documental está orientada a obtener información sobre aspectos teóricos, propuestas previas de otros autores y experiencias afines, que proporcionen elementos

para sustentar y estructurar el diseño de la estrategia pedagógica que constituye el primer objetivo de la investigación.

La observación servirá al propósito de apoyar la percepción del docente en relación a los resultados de la aplicación de la estrategia y utilizará como instrumentos la guía de observación y el video.

La encuesta se apoyará en un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas dirigido a los estudiantes de los cursos del área de Economía de la carrera Ingeniería Informática de la UCLA, administrados por el investigador entre mayo de 2016 y diciembre de 2017. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), *“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”* (p. 217). El referido instrumento está destinado a levantar información sobre la percepción de los alumnos en relación a los resultados de la estrategia propuesta. Considerando el criterio de selección del grupo que será objeto de administración del instrumento, queda en evidencia que la muestra del estudio es de carácter intencional, la cual se aplica, según Hurtado (2010) *“cuando ciertas unidades son las más convenientes para acceder a la información que se requiere”* (p. 146).

Análisis de Datos:

En esta sección se llevará a cabo el proceso de codificación, clasificación y tabulación de los datos recogidos; así como la especificación de las técnicas analíticas (estadísticas) utilizadas, para luego realizar el análisis respectivo y llegar a conclusiones y recomendaciones pertinentes a la investigación.

El estudio se realizará con apoyo de la estadística descriptiva, para ello se utilizaran las frecuencias reales y su relación porcentual por ítem. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que *“el análisis descriptivo pretende generalizar los resultados obtenidos en la muestra a toda la población o universo”* (p.373). La representación de los resultados en esta fase de análisis se efectuará mediante cuadros y gráficos de barras.

Estrategia pedagógica en un curso de Introducción a la Economía

La posibilidad de implementar una estrategia pedagógica para la enseñanza de la Economía basada en el uso de contenidos de la TV y el cine, se apoya en el supuesto de que dicha estrategia captura la atención de los estudiantes, les fomenta la imaginación creativa y posiblemente les permite aprehender de mejor forma las competencias relacionadas con el estudio de la Economía a un nivel introductorio (Luccasen y Thomas, 2010, Samaras, 2014 Mateer y Stephenson, 2011).

De acuerdo a Díaz y Hernández (2003, citadas en Morales Peña, 2013), la estrategia educativa se define como un conjunto de procedimientos que el agente de enseñanza utiliza de forma reflexiva y flexible, con el objeto de promover que los estudiantes alcancen un aprendizaje significativo. Para que el resultado de la estrategia sea efectivo, las autoras señalan cinco aspectos relevantes que deben tenerse en cuenta.

El primer elemento en cuestión se refiere al nivel de desarrollo cognitivo, conocimientos previos y factores motivacionales de los estudiantes. El segundo se relaciona con el

dominio del conocimiento que se va a abordar. El tercero con la intencionalidad de la estrategia y las actividades cognitivas y pedagógicas que debe realizar el estudiante para cumplir con la misma. El cuarto aspecto se centra en el seguimiento constante de la estrategia, a los fines de valorar y evaluar el progreso en el aprendizaje de los estudiantes. El último aspecto se vincula con la determinación del contexto intersubjetivo construido con los estudiantes.

Con fundamento en estas premisas, se estructura la estrategia pedagógica para la enseñanza de los conceptos básicos de la Economía, utilizando escenas de series de TV y películas, en el entendido de que la misma es complementaria al uso de materiales bibliográficos especializados en la materia y, en ningún caso, sustituye a dichas fuentes, como sustento fundamental para el aprendizaje formal de los conceptos y las teorías de dicha disciplina.

La estrategia propuesta contempla tres tipos de actividades, que adoptan como referencia los elementos considerados por Díaz y Hernández (2003), así como las propuestas de otros autores dedicados a la temática de este trabajo:

a) Actividades de aula, en las cuales se incluye la proyección de las escenas de películas y series de TV relacionadas con los conceptos básicos de la Economía a estudiar.

b) Trabajo práctico a realizar por parte de los estudiantes en torno a un concepto de la Economía, con base en una película o serie de televisión que contenga escenas ilustrativas respecto al mismo.

c) Seguimiento a la estrategia.

Las dos primeras actividades constituyen modalidades de carácter alternativo, orientadas al aprendizaje de los conceptos básicos de la Economía. La tercera es aplicable conjuntamente con cualquiera de las anteriores, a los efectos de evaluar los resultados de la estrategia. A continuación se precisan los aspectos fundamentales de cada una de las actividades señaladas.

a) Actividades de aula

El desarrollo de la estrategia en el aula atiende a las tres primeras consideraciones planteadas por Díaz y Hernández (2003), unidas a la quinta de tales premisas. En tal sentido, esta primera etapa gira en torno al plan de actividades cognitivas y pedagógicas a realizar por los estudiantes en la sesión de clase, para lograr la comprensión de los conceptos y teorías económicas analizadas. De acuerdo a lo sugerido por las autoras, la intencionalidad de las actividades propuestas debe quedar claramente establecida.

Esta fase incluye acciones orientadas a crear o reforzar una base de conocimientos sobre la temática de estudio, previamente a la proyección de las escenas ilustrativas de la misma. (Hall, 2005). En la conducción de la estrategia, el docente debe contar con un sólido dominio del contenido estudiado, a los fines de garantizar la adecuada selección de las escenas de cine y TV a utilizar, así como, la certera orientación de las discusiones, las cuales se generarán en un contexto intersubjetivo, que dará lugar al aprendizaje conjunto (Díaz y Hernández, 2003).

El desarrollo de la actividad de aula, como parte de la estrategia propuesta, abarca la secuencia presentada a continuación:

- Presentación del objetivo del tema y de los conceptos que se abarcarán como parte de su contenido (intencionalidad).
- Exposición del concepto o teoría económica objeto de estudio e ilustración de su significado o aplicación con ejemplos de la vida real.
- Presentación de referencias previas sobre un episodio de una serie de TV o una película en la cual se ilustre el concepto o teoría de la Economía expuesto.
- Proyección de las escenas seleccionadas en el aula de clase. De no ser posible, se debe suministrar los datos completos del episodio de la serie de TV o de la película, incluyendo los intervalos de tiempo en el que se desarrollan las escenas seleccionadas, para que los estudiantes las vean por sus propios medios.
- Discusión de las escenas o episodio observados, con énfasis en los siguientes aspectos: a) relación entre la(s) escena(s) seleccionada(s) y el concepto económico expuesto; b) análisis del comportamiento de los agentes (individuo, empresa, institución, gobierno), para establecer la correspondencia del mismo con el concepto de la Economía expuesto; c) causas y consecuencias (efectos derivados o colaterales) del comportamiento asumido por los agentes.
- Al finalizar la discusión, los estudiantes elaborarán una síntesis o conclusiones en torno al tema.

b) Trabajo práctico a realizar por parte de los estudiantes

El trabajo práctico a desarrollar por los estudiantes constituye una actividad grupal que consiste en la elaboración de un ensayo, en torno a un concepto de la Economía, sus causas y consecuencias, a partir de la observación de una selección de escenas de una película o de un episodio de una serie de TV, sin importar el género o la época a la cual pertenece. Los estudiantes conformados en grupos tienen plena libertad para seleccionar el material cinematográfico o televisivo a utilizar, atendiendo a la temática asignada por el docente, con base en el contenido del programa de la correspondiente asignatura. En tal sentido, los estudiantes deberán seleccionar escenas de series o películas que permitan ejemplificar la aplicación de conceptos tales como:

- escasez de recursos y alternativas de organización económica que enfrentan las sociedades;
- manera racional de pensar los asuntos económicos;
- análisis costo-beneficio para la toma de decisiones y cambios que ocurren cuando se modifican los incentivos;
- decisiones en el margen: utilidad marginal y costo marginal;
- intercambio entre agentes económicos, el funcionamiento de los mercados y la intervención del Estado;
- problemas originados por fallas del mercado, así como los problemas alrededor de la aplicación de controles de precios y otras regulaciones por parte del Estado.

- producto interno bruto (PIB), tasa de desempleo, inflación y ciclo económico.
- funcionamiento del sistema financiero, las crisis financieras y las decisiones de inversión.

c) Seguimiento a la estrategia

Tal como lo señalan Díaz y Hernández (2003), el seguimiento de la estrategia tiene como propósito valorar y evaluar el progreso en el aprendizaje de los estudiantes, asociado a la aplicación de la misma.

Dicha valoración puede estar basada, tanto en el monitoreo constante de los resultados obtenidos por los cursantes en actividades ordinarias incluidas en el plan de evaluación, como en estudios puntuales dirigidos a analizar el impacto de la estrategia, desde la percepción de los estudiantes, tal como la investigación que se presenta en este artículo.

Ejemplo del uso de una película como recurso pedagógico

Con el ánimo de ilustrar la aplicación de la estrategia propuesta, a continuación se comenta una escena de una película que permite visualizar una situación en la que se ejemplifican los conceptos de “excedente del consumidor” y excedente del productor”, pertenecientes a la teoría económica básica. A tales efectos, se incluyen a continuación algunas nociones sobre el significado de los mismos.

En cualquier mercado, por sencillo o complejo que sea, interactúan agentes que tienen una determinada disposición a comprar y a vender cualquier recurso que posean, guiados por el propósito de maximizar el resultado de su decisión, de acuerdo al supuesto del comportamiento racional, que constituye una premisa fundamental en la teoría económica clásica.

En el caso del consumidor, sus decisiones de compra están sujetas a la restricción que le impone su presupuesto limitado y a la utilidad que le reporta cada unidad adicional consumida, conocida como utilidad marginal, la cual se supone que es decreciente. Ante esta situación, no es igual el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la primera unidad adquirida de un bien o servicio que por las compradas sucesivamente. Sin embargo, dado que el precio es el mismo para cualquier unidad del bien o servicio comprada en el mercado, el consumidor recibe una ganancia o excedente (excedente del consumidor) cuando existe una diferencia a su favor entre el precio máximo que está dispuesto a pagar por una unidad del bien o servicio y el precio efectivamente pagado, que es igual para todas las unidades adquiridas, es decir, cuando el precio de éstas es inferior al precio máximo que está dispuesto a pagar por ellas.

Un razonamiento similar se puede aplicar con respecto al comportamiento racional del productor o vendedor de un bien o servicio. Este agente tiene un precio mínimo al que está dispuesto a producir o vender, en virtud de que enfrenta costos crecientes, por lo cual, al producir una unidad adicional debe ofrecerla a un precio mayor que el de la anterior. En estos términos, el excedente del productor es la diferencia entre el precio mínimo al que está dispuesto a vender una unidad del bien o servicio y el precio que efectivamente recibe por las unidades que vende.



En una operación de compra-venta en el mercado de bienes y servicios o en una negociación, a menudo el precio máximo que pagaría el comprador y el mínimo que aceptaría el vendedor, se denominan precio de reserva del comprador y el vendedor, respectivamente. Con frecuencia este precio de reserva no está revelado. En toda negociación o intercambio, en función de las disposiciones de compra y venta de los agentes económicos participantes, es posible identificar si se generan excedentes del consumidor, del productor o de ambos.

Para ilustrar la aplicación de los conceptos económicos aludidos, se hará referencia a la película estadounidense *“Pretty Woman”*, (1990), dirigida por Garry Marshall, titulada *“Mujer Bonita”* para el mercado hispanoamericano.

En esta cinta, el personaje Edward Lewis es un millonario empresario, de visita en una ciudad por motivos de negocio, que se encuentra con una chica de la calle llamada Vivian y luego de pasar una noche en su compañía, le propone que sea su acompañante por el resto de la semana. Para ejemplificar una situación en la que se genera un excedente tanto para el consumidor, como para el productor, se analiza la escena 35:12-36:30 de la mencionada película, en la cual se presenta una negociación entre Edward y Vivian, en los siguientes términos:

Edward: *¿Cuánto cobrarías por tus servicios de acompañante por el resto de la semana?*

Vivian (en la tina de baño): *4.000 dólares.*

Edward: *Te ofrezco 2.000 dólares.*

Vivian: *3.000.*

Edward: *Trato hecho.*

Cuando Edward está a punto de salir de la habitación, Vivian le confiesa: *“habría aceptado 2.000”*. A lo que Edward responde: *“te hubiera pagado 4.000”*.

En la primera parte de la negociación, tanto Vivian como Edward, acuerdan un precio. Pero cuando Vivian la dice a Edward que estaba dispuesta a recibir un mínimo de 2.000 dólares y él le responde que le hubiera pagado un máximo de 4.000 dólares, ambos revelan sus respectivos precios de reserva. Edward obtiene un excedente del consumidor de 1.000 dólares sobre su precio de reserva y, a la vez, Vivian obtiene un excedente del productor del mismo monto sobre el suyo. Ambos logran maximizar el resultado, por lo que, claramente, se trata de una negociación del tipo “ganar-ganar”. En las figuras 1 y 2, que se presentan a continuación, se muestran los respectivos excedentes del consumidor (Edward) y del productor (Vivian).



Figura 1: Excedente del Consumidor (Edward) (Covarrubias, 2016)

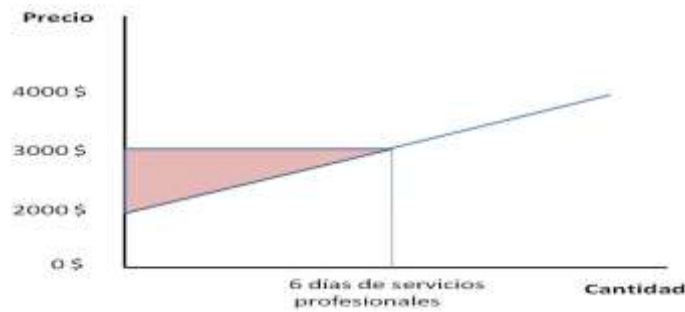


Figura 2: Excedente del Productor (Vivian) (Covarrubias, 2016)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sea con métodos tradicionales o innovadores, la importancia de aprender Economía, aun en un nivel básico, no está en discusión. Una justificación de por qué aprender Economía es que esta ciencia provee un razonamiento que permite comprender con más claridad los fenómenos económicos y sus interrelaciones. Además, ayuda a entender mejor aquellos hechos económicos que afectan a los individuos en sus decisiones relevantes de la vida cotidiana y en muchos casos, profesional. Por tal razón, se justifican los esfuerzos dirigidos a introducir en la enseñanza de la Economía el uso de estrategias innovadoras que permitan facilitar y hacer más atractivo el estudio de los conceptos básicos de esta disciplina, tanto a los estudiantes universitarios de cursos introductorias de esta profesión, como a los alumnos de otras ramas que requieren dominar algunos aspectos teóricos o herramientas de naturaleza económica.

Como resultado de la investigación documental desarrollada en este estudio, se pudo verificar la existencia de un significativo interés por incorporar recursos didácticos novedosos en la enseñanza y el aprendizaje de la Economía y, particularmente, el uso de las películas y las series de TV, como apoyo a dicho proceso, temática alrededor de la cual se ha desarrollado una nutrida línea de trabajo, cuyos resultados dan cuenta de las ventajas que ofrece esta práctica didáctica, principalmente, en cuanto al logro de un mayor interés de los estudiantes en los contenidos económicos.

A partir de la revisión de la literatura sobre el uso de los contenidos del cine y la televisión en la enseñanza de la Economía, se constató la existencia de contribuciones que contienen sugerencias para la aplicación de esta estrategia, las cuales han servido como referencia al diseño de la propuesta didáctica basado en la utilización películas y series de TV, como soporte al estudio de las asignaturas de naturaleza económica de la carrera Ingeniería Informática de la UCLA. Este diseño ha permitido formalizar la estructuración de esta estrategia, en cumplimiento del primer objetivo de esta investigación, de cara a la confirmación bajo criterios rigurosos de los resultados benéficos que se habían apreciado al aplicar la estrategia de manera informal.

A título de recomendación, se considera pertinente asumir la presente iniciativa como un punto de partida que permita extender la investigación en torno al uso de la estrategia propuesta a otras carreras de ingeniería ofrecidas en el ámbito de la región y del país, a los efectos de validar las bondades de dicha práctica en el contexto nacional.

Por otra parte, se recomienda crear una línea de investigación centrada en la estrategia analizada, con el fin de impulsar diferentes actividades y experiencias orientadas a aplicar esta práctica; a difundir sus resultados; y a analizar su potencial, con base en la conformación de una red académica y de investigación que abarque el contexto iberoamericano.

REFERENCIAS

- Becker, W. (2000). Teaching Economics in the 21st Century. *The Journal of Economic Perspectives*, 14(1), 109-119.
- Bookman, M., y Bookman, A. (2009). *Economics in Film and Fiction*. Recuperado de <http://www.Economics-Film-Fiction-Milica-Bookman/dp/1578869625>.
- Calhoun, J., y Mateer, D. (2012). Incorporating media and response systems in the economics classroom. En G. Hoyt y K. McGoldrick (Eds.). *International Handbook on Teaching and Learning Economics* (pp. 149-159). Northhampton: E. E Publishing.
- Chable, D. (2012). Opening the way for a pluralistic approach in teaching economics: an outsider's view. *International Journal of Pluralism and Economics Education*, 3(3), 277-294.
- Chu, Ch. (2014). [An assessment of teaching economics with The Simpsons](#). *International Journal of Pluralism and Economics Education*, 5(2), 180-196.
- Cassidy, John (13 de mayo de 2014). Rebellious Economics Student have a point. *The New Yorker*. Recuperado de <http://www.newyorker.com/news/john-cassidy/rebellious-economics-students-have-a-point>
- Colander, D. (2004). The Art of Teaching Economics. *International Review of Economics Education*, 3(1), 63-76.
- Covarrubias, I. (2011). *Aprendiendo Economía con Los Simpsons*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1000/>.
- Covarrubias, I. (2002). Enfoque Sistémico e Individualismo Metodológico: una aproximación. *Revista Contribuciones a la Economía* (ed. octubre 2002) Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/colaboraciones/ICM-ESIM.htm>.
- De Pablo, J. (2012) *¿Qué y cómo deberíamos enseñar en las escuelas de Economía?* Versión de la Conferencia en la UCEMA, febrero, 2012. Recuperado de <https://www.ucema.edu.ar/conferencias/download/2012/03.22DePablo.pdf>
- Díaz, F. y Hernández, G. (2003). *Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo*. México D.F: McGraw Hill.
- Gardner, H. (2011). *Inteligencias múltiples: la teoría en la práctica*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Goldstein, G. (Productor) y Marshall, G. (Director) (1990). *Pretty Woman* [Película]. Estados Unidos: Pretty Woman, Inc.
- Gratton-Lavoie, Ch., y Stanley, D. (2009). Teaching and Learning Principles of Microeconomics Online: An Empirical Assessment. *Journal of Economic Education*, 40(1), 3-25.
- Hall, J. (Ed.) (2014). *Homer Economicus: The Simpsons and Economics*. Redwood City, CA: Stanford University Press.
- Hall, J. (2005). *Homer Economicus: Using The Simpsons to Teach Economics*. *Journal of Private Enterprise*, 30(2), 165-176.
- Harford, T. (2008). *La Lógica oculta de la vida. Como la economía explica todas nuestras decisiones*. Bogotá: Planeta.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). **Metodología de la Investigación**. 5^{ta} edición. Chile: Mc Graw Hill.
- Hernández, J., Pannesi, M, Sobrino, D, y Vázquez, A. (2012). *Tendencias emergentes en educación con TIC*. Barcelona. Espiral.
- Hurtado, J. (2010). *El Proyecto de Investigación*. 6^a edición. Bogotá. Quirón Ediciones.

- ISIPE (2014). Llamamiento internacional de estudiantes de Economía a favor de una enseñanza pluralista. *Revista de Economía Institucional*, 16(30), 339-341.
- Krueger, A., y McIntosh, M. (2008). Using a Web-Based Questionnaire as an Aide for High School Economics Instruction. *The Journal of Economic Education*, 39(2), 174-197.
- Leet, D., y Houser, S. (2003). Economics goes to Hollywood: Using classic films to create an undergraduate economics course. *The Journal of Economic Education*, 34(4), 326-332.
- León, P. (2015). "Docere delectando: series, películas y videojuegos como herramientas de innovación docente" *Opción*, Vol 31 <<http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20576>> [Consultado el 3 de marzo de 2016] ISIPE (2014). Llamamiento internacional de estudiantes de Economía a favor de una enseñanza pluralista. *Revista de Economía Institucional*, 16(30), 339-341.
- Lora, H., y Ñopo, E. (2009). La formación de los economistas en América Latina. *Revista de Análisis Económico*, 24(2), 65-93.
- Luccasen, A., y Thomas, K. (2010). Simpsonomics: Teaching Economics Using Episodes of The Simpsons. *The Journal of Economic Education*, 41(2), 136-149.
- Lusardi A., y Mitchell, O. (2011). Financial Literacy around the world: an overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 495-598.
- Mateer, D., y Stephenson, F. (2011). Using Film Clips to Teach Public Choice Economics. *Journal of Economic and Finance Education*, 10(1), 28-36.
- Morales, A. (2013). *El uso de las imágenes como estrategia para la enseñanza de la Historia Universal*. Caracas: Fundación Empresas Polar.
- Morin, E. (1999). *La cabeza bien puesta*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Oltra, J. V., Ramón, F., Cabello, V., Casar, M., Giménez, V. (2016). Uso de fragmentos de películas y series como herramientas de innovación docente. Una experiencia con alumnos de informática. *Congreso In-Red 2016* Universidad Politécnica de Valencia. Valencia (España), 7 y 8 de julio de 2016
- Ormerod, P. (2013). Notas sobre un plan de estudios de economía del mundo Real. *Revista de Economía Institucional*, 15(29), 13-20.
- Resnick, S., y Wolff, R. (2011). Teaching economics differently by comparing contesting theories. *International Journal of Pluralism and Economics Education*, 2(1), 57-68.
- Samaras, M. (2014). Learn Economics by Going to the Movies. *Journal of Education and Human Development*, 3(2), 459-470.
- Savage, S. (2009). The Effect of Information Technology on Economic Education. *The Journal of Economic Education*, 40(4), 337-353.
- Sexton, R. (2006). Using short movie and television clips in the economics principles class. *The Journal of Economic Education*, 37(4), 406-417.
- World Bank (2015). *Mind, Society and Behavior*. World Development Report 2015. Washington: The World Bank.