

Vídeos docentes de Microeconomía: análisis de su impacto externo e interno

Alejandro ROS GÁLVEZ

U. Católica San Antonio de Murcia -España-
argalvez@ucam.edu

Alfonso ROSA GARCÍA

U. Católica San Antonio de Murcia -España-
arosa@ucam.edu

Resumen

Con la mirada puesta en la motivación del profesorado y la mejora del aprendizaje de los alumnos, hemos elaborado una serie de vídeos de contenido teórico y práctico para las asignaturas de Microeconomía del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. Dichos vídeos se han alojado en Youtube, permitiendo el acceso libre a ellos. El objetivo perseguido es evaluar la utilidad de este material para nuestros alumnos y para todos aquellos interesados en su contenido. Los resultados han sido muy positivos en ambos casos.

Palabras Clave: Microeconomía; polimedias; innovación docente; vídeos docentes; Youtube

Microeconomics' teaching videos: analysis of the external and internal impact

Abstract

Focusing on the motivation of the teachers and improving students' learning, we created several theoretical and practical videos for the Microeconomics subjects of the Degree of Business Administration and Management of the Catholic University of San Antonio (Murcia). These videos have been hosted on Youtube, allowing free access to everyone. The objective of this paper is to assess the utility of this resource for our students and for external users. The results have been very positive in both cases.

Key Words: Microeconomics; teaching videos; teaching innovation; teaching resources; Youtube.

Referencia normalizada:

Ros Gálvez, A. y Rosa García, A. (2013) Vídeos docentes de Microeconomía: análisis de su impacto externo e interno. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 N° Especial Octubre. Págs. 75-84

Sumario: 1. Introducción. 2. Elaboración de los materiales. 3. Impacto externo del material audiovisual. 4. Evaluación de la experiencia por los alumnos. 5. Conclusión. 6. Bibliografía.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías han reducido sensiblemente el coste de producción y distribución de materiales audiovisuales. Esto permite la generación de materiales docentes de este tipo de forma mucho más fácil y económica, y además, permiten el acceso a los materiales por parte de los alumnos de una forma mucho más sencilla y directa.

El papel de portales como Youtube a este respecto es muy importante, sirviendo como intermediario entre el profesor y sus alumnos, pero también además, con cualquier otra persona interesada en el conocimiento transmitido en dicho material.

Uno de los objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) es la generación de nuevos recursos docentes enfocados a la mejora del aprendizaje y al incremento de la motivación de sus destinatarios (Álvarez-Álvarez, 2005). En parte por los aspectos señalados anteriormente, uno de los métodos cuya aplicación está creciendo más significativamente en los últimos años es el uso de vídeos explicativos como material de apoyo para el estudio.

La creación de este material audiovisual plantea varias ventajas. Primero, la posibilidad de reproducir el vídeo docente tantas veces como se desee y donde se desee, lo que posibilita recurrir a este recurso cuando se desee aclarar un concepto (Infante Moro y otros, 2010). En segundo lugar, permite al profesorado, de una manera más sencilla, explicar conceptos que resultarían más complejos y confusos de forma escrita (Iglesias y Taracido, 2012). En tercer lugar, su aplicación previa a clases teóricas o prácticas por parte del alumno, con la finalidad de aclarar algún concepto, podría resolver dudas que no sería necesario plantear en clase, implicando un importante ahorro de tiempo lectivo (Hueso, 2011). En cuarto lugar, el alumno se convierte en el protagonista de su aprendizaje, mientras que el profesor guía y acompaña en este proceso (Cebrià i Iranzo y otros, 2009). En quinto y último lugar, pero no menos importante, se convierte en un “recurso fundamental” para los alumnos que reciban enseñanza online o a distancia, donde el contacto personal entre profesor y alumno se pierde (Infante Moro y otros, 2010). Estas y otras razones han llevado a la elaboración de numerosos materiales y repositorios de material en España (Letón y otros, 2007; Álvarez y otros, 2008; Parra, 2009; Cuenca, 2012).

Este trabajo analiza una serie de vídeos elaborados para las asignaturas de Microeconomía del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. La elaboración pionera de materiales audiovisuales en el campo de la Economía es la de Bogan (1984), que realizó una serie de vídeos docentes que cubrían la asignatura de Microeconomía, permitiendo que los alumnos visualizaran dicho material en un laboratorio de vídeo. Los resultados de aquél trabajo ya indicaron una elevada satisfacción del alumnado en relación a este nuevo recurso.

En nuestro caso, los vídeos han consistido en explicaciones breves de los conceptos clave. Cada vídeo tiene una extensión aproximada de entre 5 y 10 minutos, siguiendo el modelo de vídeos cortos que ilustran puntos concretos (Hueso, 2011). Para Microeconomía I se elaboraron 42 vídeos, donde se recogían todos los conceptos teóricos relevantes, mientras que para Microeconomía II se elaboraron 59 vídeos teóricos y 20 vídeos con resolución de problemas, incluyendo conceptos teóricos y aplicaciones prácticas.

Los vídeos relativos a Microeconomía I fueron utilizados por los alumnos del Grado en modalidad semipresencial, mientras que los de Microeconomía II fueron

utilizados tanto por los alumnos de la modalidad presencial como semipresencial. Dichos vídeos fueron alojados en Youtube (<http://goo.gl/CpHMK> y <http://goo.gl/LbJDA>, para Microeconomía I y Microeconomía II, respectivamente), y a través del Campus Virtual se iba suministrando a los alumnos las direcciones web correspondientes conforme iba avanzando la asignatura. Además, al estar alojados de forma pública, cualquier usuario de la plataforma podía encontrar fácilmente los vídeos a través del buscador habilitado, dado que cada vídeo contaba con un título descriptivo.

El uso de los vídeos online como material docente ha tenido asimismo un gran impacto. Recientes experiencias como la Academia Kahn (Challa, 2013) o la creciente implantación de los Cursos Online Masivos Abiertos, más conocidos por sus siglas en inglés, MOOC's (Lewin, 2012), muestran el potencial de este tipo de material didáctico. Este tipo de cursos llegan a un espectro muy amplio de la población, teniendo algunos de ellos decenas de miles de participantes (Daniel, 2012).

El objetivo de este trabajo es calibrar el impacto externo generado por el material docente. Las estadísticas de Youtube muestran que los vídeos han sido reproducidos casi 170.000 veces, acumulando uno de ellos más de 10.000 visualizaciones durante los ocho primeros meses que ha estado accesible. Teniendo en cuenta que se elaboraron principalmente para los ocho alumnos matriculados en la modalidad semipresencial, estos resultados reflejan que el impacto de estos materiales docentes ha sido notable en el resto de la sociedad. En una evaluación interna, es decir, de los alumnos a los que principalmente van dirigidos los vídeos, las respuestas del cuestionario reflejan una alta satisfacción, siendo los vídeos docentes el material mejor valorado con diferencia respecto de las clases presenciales y las diapositivas.

2. Elaboración de los materiales

Se elaboraron vídeos referidos a todo el contenido de las asignaturas de Microeconomía I y II, de forma que cada concepto teórico explicado en clase ha tenido su contrapartida en un vídeo. La idea era que los alumnos de la modalidad semipresencial tuvieran un material sustitutivo de las lecciones magistrales, adicional a los materiales escritos que se ponen a su disposición, y que facilitasen el entendimiento de conceptos complejos para los alumnos de esta modalidad.

Los vídeos han sido grabados en el Estudio Polimedia de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. Los vídeos consisten en unas diapositivas que el profesor va avanzando conforme realiza la explicación y que ocupa aproximadamente el 75% de la pantalla, con la imagen del profesor al lado, ocupando el resto (ver Figura 1). Cada vídeo transcurre en un tiempo corto y explica un único concepto teórico. Conforme avanzaba el curso, se introdujeron algunas novedades, como señalar las transparencias con un marcador mientras que se explicaban, y la inclusión de una tableta gráfica para resolver los problemas, lo que permitía al alumno seguir la resolución del problema de una forma muy similar a la que se produciría en clase con la pizarra verde.

Figura 1. Captura de pantalla de uno de los vídeos

poli [Media] UCAM | UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO

El mercado de competencia monopolística

En el largo plazo, sin embargo, en el mercado de competencia monopolística será efectiva la libre entrada de empresas, por lo que los beneficios tienen que verse reducidos a 0.

En un mercado de competencia monopolística, en el largo plazo, el precio al que se venden los productos se iguala al coste medio de la producción. Sin embargo, al no ser la demanda perfectamente elástica, el precio y el ingreso marginal de la empresa no coinciden.

CM(Q)
CMe(Q)
Q^D Demanda individual
IM(Q)

7:01 / 9:05

Microeconomía II - La Competencia Monopolística y el Oligopolio (1) - Alfonso Rosa...

portalucam · 680 vídeos

UCAM Suscribirse 744

672 reproducciones

5 0

Fuente: Elaboración propia

Los vídeos docentes se alojaron en el portal de Youtube, en la cuenta institucional de la Universidad (<http://www.youtube.com/user/portalucam>), siendo accesibles para todos los posibles interesados, ya sea a través del propio buscador de la plataforma, de buscadores externos (como Google) o de las listas de vídeos relacionados que genera automáticamente Youtube. Esto ha permitido hacer uso de los vídeos a individuos ajenos a los estudiantes de la Universidad. Asimismo, el alojamiento en Youtube ha permitido enriquecer el ambiente de aprendizaje de los estudiantes, ya que, mientras estudian, hacen uso de una plataforma que les es habitual (Burke y Snyder, 2008).

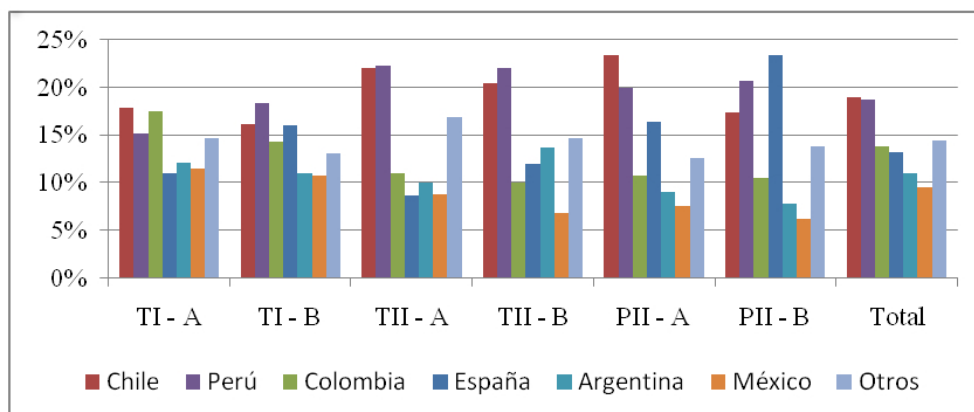
3. Impacto externo del material audiovisual

Los 121 vídeos elaborados sumaban, a 11 de Octubre de 2013, 169.574 visitas, lo que da una idea del impacto externo generado. Los 42 vídeos de Microeconomía I alcanzan más de 82.659 visionados, habiendo sido puestos online entre Octubre y

Diciembre de 2012. Dicho material docente fue utilizado únicamente en la modalidad semipresencial, en la que participaban 8 alumnos activos. Los 79 vídeos de Microeconomía II, que han sido publicados entre Febrero y Abril de 2012, alcanzaban la cifra de 86.915 reproducciones, cuando los alumnos de las modalidades semipresencial y presencial, a los que se dirigían, sumaban 80 alumnos.

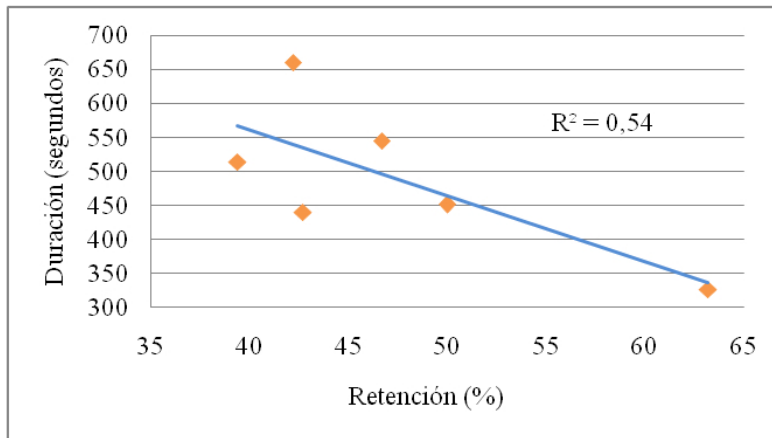
El impacto exterior de estos vídeos, por tanto, ha sido elevado. Esto supone para el profesor una mayor difusión de su trabajo y contribuye a promocionar la imagen institucional de la Universidad. Para una muestra de los 6 vídeos más visitados (los dos vídeos con más visitas de los elaborados para Microeconomía I, la teoría de Microeconomía II y las prácticas de Microeconomía II), encontramos que una mayoría de las visitas proceden de Latinoamérica, representando los usuarios españoles tan solo el 13%. Como se puede observar (ver Figura 2), Chile y Perú son los países que suponen un mayor porcentaje entre los usuarios.

Figura 2. Porcentaje de usuarios por procedencia para 6 vídeos seleccionados



Fuente: Elaboración propia

A la hora de realizar vídeos docentes, una de las recomendaciones habituales es que sean cortos, para evitar la dispersión y aburrimiento del espectador. Esto se refleja en la relación existente entre la duración de estos 6 vídeos seleccionados y la retención, es decir, el porcentaje medio del vídeo visionado por los usuarios. Como se puede observar (ver Figura 3), la relación que se produce es negativa, aunque es preciso tomarla con cautela debido al escaso número de vídeos utilizados. Sin embargo, dicha relación apoya la opinión habitual acerca de que los vídeos largos tienden a recibir una menor atención por parte de los usuarios.

Figura 3. Duración frente a retención para 6 vídeos seleccionados

Fuente: Elaboración propia

Los comentarios recibidos en los vídeos son, en general, muy positivos, incluyendo algunos usuarios que advierten de errores en algunos de ellos. En esos casos, el profesor ha respondido a las cuestiones planteadas a través de los comentarios habilitados en Youtube.

4. Evaluación de la experiencia por los alumnos

Para comprobar la opinión de los alumnos, se les realizó un cuestionario acerca de los materiales utilizados para el estudio de la asignatura. Dicho cuestionario se respondió de forma anónima, e incluía unas preguntas iniciales (sexo y edad), para después pasar a plantear a los alumnos cuestiones sobre los distintos materiales utilizados. Para la evaluación de cada recurso docente se ha utilizado una escala tipo Likert de cinco puntos, desde (1) “nada útiles” hasta (5) “muy útiles”. Los materiales que debían evaluar los alumnos eran las clases presenciales, las diapositivas, los vídeos, el manual de la asignatura, apuntes propios y apuntes de otros compañeros.

Hemos recibido respuestas de 5 alumnos de la modalidad semipresencial (62.5% del total) y 40 alumnos de la modalidad presencial (78,43% del total).

En la Tabla 1 aparecen estadísticos descriptivos de forma conjunta para los alumnos de ambas modalidades. Una primera aproximación refleja que los resultados obtenidos son muy positivos para todos los tipos de recursos (ninguno ha sido considerado como poco útil). Dentro de esta buena valoración general de los recursos, hay sin embargo diferencias significativas entre ellos.

Tabla 1. Cuadro resumen de los estadísticos descriptivos

Recurso	Clases presenciales	Diapositivas	Vídeos	Manual	Apuntes propios	Apuntes compañeros
Usan recurso	35	24	32	8	24	9
No usan recurso	10	21	13	37	21	36
Media	4,00	4,33	4,84	3,38	3,79	3,56
Mediana	4	5	5	4	4	3
Moda	5	5	5	4	4	3

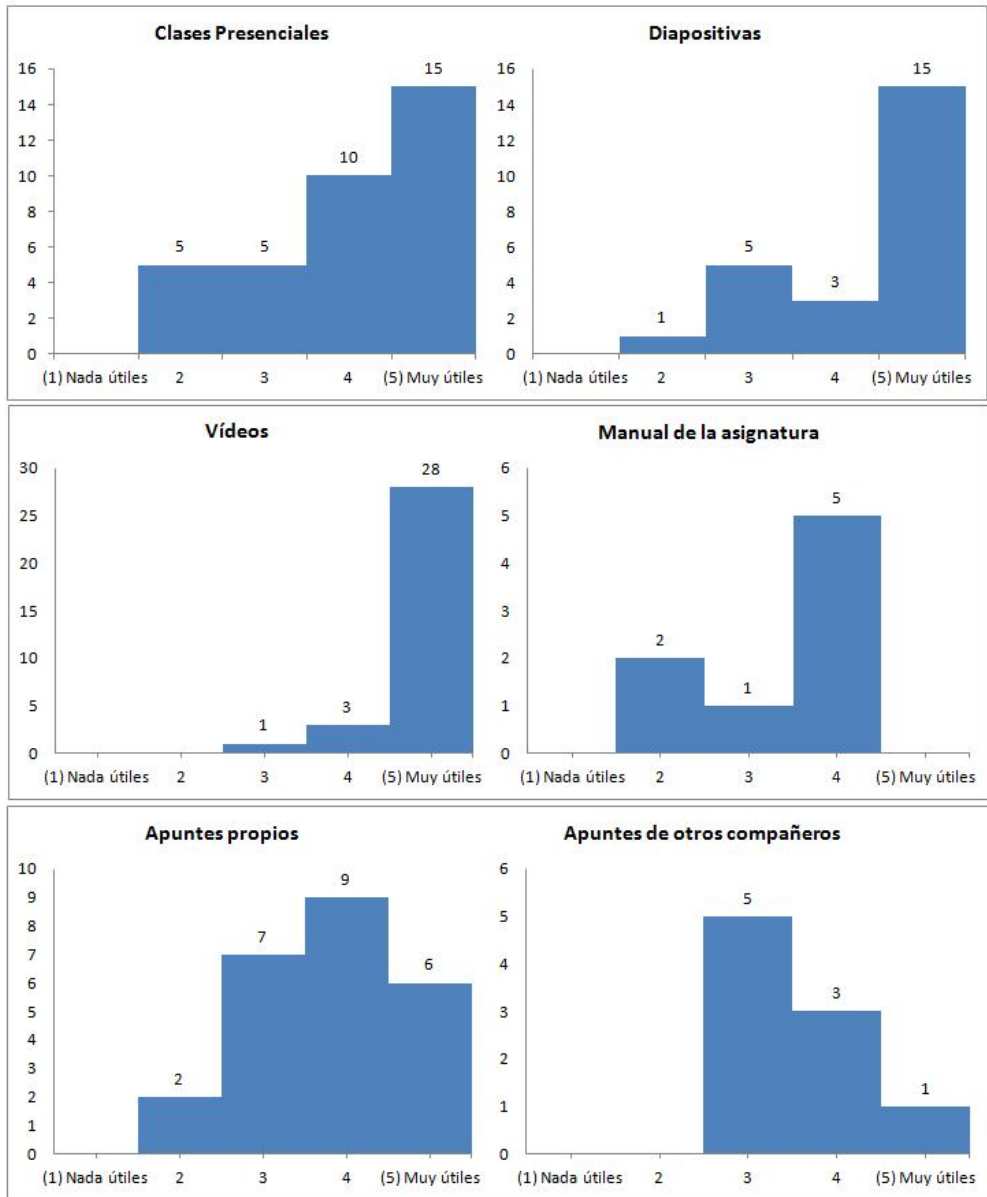
Fuente: Elaboración propia

Los resultados (ver Tabla 1) reflejan que el recurso docente más valorado son los vídeos, con una puntuación media de 4,84, frente al manual de la asignatura como recurso peor valorado (3,38). A los vídeos le siguen las diapositivas y las clases presenciales con una valoración media de 4,33 y 4,00, respectivamente. Los alumnos encuestados consideran más útiles aquellos recursos en los que hay una interactividad del profesor (vídeos y clases presenciales), y las diapositivas, en lugar de otros métodos más tradicionales, como son los apuntes propios (3,79), los apuntes de otros compañeros (3,56) y el manual de la asignatura (3,38). En el histograma de respuestas (ver Figura 4) se puede comprobar el gran consenso en la valoración de los vídeos, mientras que las opiniones respecto al resto de los materiales, aún siendo en general positivas, incluyen una mayor diversidad de opiniones.

En cuanto al uso de los materiales docentes por los alumnos, las clases presenciales y los vídeos han sido los recursos más utilizados, frente al manual de la asignatura y los apuntes de otros compañeros. Los vídeos han sido utilizados por todos los alumnos en la modalidad semipresencial y por un 68% de los presenciales. Por su parte, el manual de la asignatura y los apuntes de otros compañeros no solo han sido los que han recibido la valoración más baja, sino también los menos utilizados.

Para terminar, quisiéramos destacar dos propuestas de dos alumnos de cara al próximo curso. La primera, la realización de más vídeos prácticos (aplicaciones prácticas, ejercicios), dado que les ayudan a entender mejor la asignatura y prepararse mejor de cara al examen. La segunda, en relación a las diapositivas, una alumna de la modalidad semipresencial solicitó que este material estuviese en el Campus Virtual con carácter previo a la celebración de las clases. De esta forma el alumno podría preparar la clase en su domicilio, en la biblioteca, etc., con anterioridad a su celebración, planteando así directamente las dudas al profesor.

Figura 4. Utilidad de los distintos recursos docentes: Histograma de respuestas



Fuente: Elaboración propia

5. Conclusión

La elaboración de materiales audiovisuales es cada vez más sencilla tanto en su producción como en su distribución, lo que está promoviendo una creación creciente de contenidos de este tipo. En nuestro caso, los vídeos que elaboramos para la asignatura de Microeconomía han generado un importante impacto externo. Nuestra experiencia apoya la conveniencia de la elaboración de vídeos cortos, que se ajustan mejor al lenguaje audiovisual común en internet. Los vídeos creados han acumulado numerosas reproducciones procedentes de varios países de habla hispana. Estos vídeos han tenido una acogida más importante en Chile, Perú y Colombia, en algunos casos con un impacto aún mayor que en España, desde donde se han realizado. El ofrecer acceso libre a los vídeos a través de Youtube permite, por tanto, difundir el trabajo del profesor a muy bajo coste, y genera un impacto importante sobre la imagen institucional de la Universidad.

En lo que respecta al impacto interno, a raíz de los resultados obtenidos, los vídeos se consideran más útiles que el resto de materiales docentes. La interactividad del profesor, el protagonismo que adquiere el alumno en el proceso de aprendizaje, la posibilidad de visualizar el vídeo tantas veces como se desee, y la ayuda que proporciona de cara a la preparación del examen, son aspectos ventajosos que han contribuido a la buena valoración de este material. Es por tanto muy conveniente la generación de contenido audiovisual que tenga por objeto ayudar al estudiante en su estudio.

6. Bibliografía

- ÁLVAREZ-ÁLVAREZ, M. B. (2005). “Adaptación del método docente al Espacio Europeo de Educación Superior: La motivación de los alumnos como instrumento clave”. En: *Estudios sobre Educación*, 9, p. 107-126.
- BOGAN, E. (1984). “The Use of Interactive Video in Teaching Microeconomics: A Note”. En: *Journal of Economic Education*, 15(4). p. 329-330.
- CABRERA, S.; FRANCO, M.; CABRERA, A. (2007). “Aplicación del sistema Polimedia en el proyecto docente de la asignatura Métodos estadísticos de la ingeniería”. En: *Actas del XXX Congreso Nacional de Estadística e Investigación Operativa y de las IV Jornadas de Estadística Pública*. p. 46.
- CEBRIÀ I IRANZO, M. À.; MORA AMÉRIGO, E. R.; IGUAL CAMACHO, C. (2009). “Utilización de las TIC en el aprendizaje autónomo del estudiante: aplicación en la asignatura Fisioterapia Cardiocirculatoria”. En: *@ tic. revista d'innovació educativa*, 3. p. 62-66.
- CHALLA, S. (2013). “Innovative Use of Technology and Media for Global Education: Focus on the Success of Khan Academy”. En: *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2013 (1). p. 298-299.
- DANIEL, J. (2012). “Making Sense of MOOCs: Musings in a Maze of Myth, Paradox and Possibility”. En: *Journal of Interactive Media in Education*, 3.

- GASCÓN CUENCA, A. (2012). “Generación, edición y distribución de objetos de aprendizaje multimedia como recurso para la docencia y el estudio del Derecho”. En: *@ tic. revista d'innovació educativa*, nº9. Disponible en: <http://ojs.uv.es/index.php/attic/article/view/1654>. [05-06-2013].
- HUESO, L. C. (2011). “Cómo mantener una muy útil y sencilla comunicación con el alumnado a partir de audios y vídeos”. En: *Las TIC al servicio de la docencia del Derecho en el marco del EEES*, p. 37-40.
- IGLESIAS, A. J. B.; TARACIDO, E. M. S. (2012). “Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, p. 18, 129-139.
- INFANTE MORO, A.; SANTOS FERNÁNDEZ, N.; MUÑIZ RONCHEL, C.; PÉREZ MEDINA, L. (2010). “Aplicación del polimedia en el ámbito educativo”. En: *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, p. 18, 1-7.
- LETÓN, E., DURBÁN, M., CASCOS, I.; TORRENTE, A. (2007). “Vídeos docentes como estímulo a la evaluación continua”. En: *Mathematical e-learning*. Universitat Oberta Catalunya, 356-359.
- LEWIN, T. (2012). “Universities reshaping education on the web”. En: *The New York Times*, p.A12. Disponible en: http://www.nytimes.com/2012/07/17/education/consortium-of-colleges-takes-online-education-to-new-level.html?pagewanted=all&_r=0. [01-06-2013].
- PARRA, V. F. G. (2009). “Evolución del modelo docente: efectos de la incorporación del uso de una plataforma virtual, vídeos educativos y CD interactivos”. En: *EduTec: Revista electrónica de tecnología educativa*, 6(30).

Los autores

Alejandro Ros Gálvez es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y actualmente se encuentra trabajando en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM), universidad donde se encuentra realizando la Tesis Doctoral, al mismo tiempo que participa en proyectos de investigación y colabora en tareas docentes como profesor ayudante en una asignatura de Grado. En la actualidad se encuentra realizando dos másteres universitarios. Es miembro del Grupo de Investigación en Organización de Empresas, Marketing y Economía de la UCAM.

Alfonso Rosa García es profesor en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) y Doctor en Economía Cuantitativa por la Universidad de Alicante (2012). Ha realizado una estancia investigadora en la Universidad de Cambridge. Investiga economía de redes y economía del comportamiento, aplicándolo a educación y banca. Ha participado en dos Proyectos de Investigación del Ministerio de Educación y Ciencia (uno en curso), publicado tres artículos en revistas científicas y participado en una decena de congresos internacionales. Es miembro del Grupo de Investigación en Organización de Empresas, Marketing y Economía de la UCAM.