

1 PLANIFICACION DE CLASE

DIMENSIÓN 9

Comercio Digital:
Comprender los beneficios y peligros de la compra por internet.



DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La actividad busca abrir un espacio de diálogo para comprender de qué manera funciona el comercio digital y la publicidad contextual en los diversos canales digitales. A su vez, se espera que cada estudiante pueda asumir una postura crítica, segura y responsable como consumidor de servicios y contenidos en internet.

Conceptos claves: comercio digital – redes sociales – internet.

PÚBLICO OBJETIVO

Iº A IVº Medio

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

Al finalizar la actividad, cada estudiantes será capaz de comprender la importancia de desarrollar una postura crítica respecto al comercio digital y sus estrategias de venta persuasiva a través de los diferentes canales digitales, a partir del reconocimiento de sus riesgos y beneficios.

INDICADORES DE LOGRO

- Explicar con sus palabras de qué manera funciona el comercio digital y la publicidad contextual.
- Determinar la importancia de asumir un comportamiento responsable frente a los estímulos e incentivos del comercio digital.
- Demostrar a través de acciones concretas, una actitud consciente y responsable ante el intercambio de información personal en el mundo digital.

MATERIAL COMPLEMENTARIO PARA TRABAJAR EN FAMILIA

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:

¿Cómo funciona el mundo digital?

TIPO DE MATERIAL:

Ficha descargable imprimible.

RECOMENDACIONES PARA EL USO DEL MATERIAL:

La ficha descargable “¿Cómo funciona el mundo digital?” es un material opcional para motivar la conversación familiar sobre la importancia de comprender el funcionamiento del comercio digital y las redes sociales, para ser un usuario activo y consciente de los beneficios que recibe y de los riesgos que asume al ser usuario de éstas herramientas digitales.

Puede enviar una copia de esta ficha descargable como material de apoyo a la familia. Esta actividad no requiere ser evaluada.

2 PLANIFICACION DE CLASE

DIMENSIÓN 9

Comercio Digital:
Comprender los beneficios y peligros de la compra por internet.



ORIENTACIONES PARA DOCENTES

Aunque internet nace por los años 70´ con el objetivo de conectar instituciones militares, con el tiempo fue convirtiéndose en una red cada vez más democratizada, descentralizada y con múltiples fines. Ya en los 90´, se inicia el advenimiento de los canales de entretenimiento, las redes sociales, comunidades virtuales, servicios de *streaming*, venta en línea y el comercio digital, conocido como *e-commerce*.

Ya en pleno siglo XXI, aparecen fenómenos como la propagación de discursos del odio, el aprendizaje en línea, las noticias falsas, el ciberacoso y la violencia digital, el acceso libre y democrática a información, la compra servicios y productos en internet, o el tratamiento de los datos personales a partir de algoritmos y la inteligencia artificial, entre otros. Todas estas situaciones presentan hoy un enorme desafío educativo tanto para su prevención como su potencial aprovechamiento.

El comercio digital crece aceleradamente, al punto que ha sido clave para el desarrollo de las naciones y las políticas públicas. Este concepto comprende acciones como la compra, venta, marketing, distribución y suministro de contenidos digitales o productos y servicios en Internet, ya sea a través de páginas web como redes sociales o plataformas en línea. Estas últimas dan vida al comercio digital, permitiendo el contacto a compradores con vendedores, (incluso de países diferentes) para facilitar las transacciones por internet. También han surgido nuevos modelos de negocios de servicios basados en suscripción (por ejemplo, la transmisión de música o videos en línea). Estos modelos permiten acceder a servicios o productos a cambio de pagos frecuentes.

El comercio electrónico seguirá creciendo, mientras pueda medirse y regularse de manera más eficiente, principalmente en materia de protección al consumidor en las aplicaciones “gratuitas” que utilizan los datos personales de sus usuarios a cambio del servicio.

Se vuelve relevante hoy en día, contar con políticas de comercio electrónico coordinadas a nivel gubernamental y educar a la población en el conocimiento del funcionamiento del comercio digital y el consumo seguro.

REDES SOCIALES

Uno de los canales de venta más masivos en el comercio digital son las redes sociales. Son millones los usuarios que cada día se conectan con otras personas, se entretienen, aprenden y realizan miles de actividades digitales en las redes. Si aprendemos a usarlas de buena manera, sin duda su potencial es muy grande. El desafío es aprender a utilizarlas y a su vez, conocer cómo funcionan para luego entender el impacto que pueden tener en nuestras vidas.



¿Cómo funcionan las redes sociales?

La mayoría de las redes sociales tienen como principal fuente de ingresos la publicidad que muestran a sus usuarios y la venta de datos recopilados de sus usuarios a empresas que buscan implementar campañas de publicidad. Este último tema es controvertido y es importante entender lo que significa. Las redes sociales no venden información identificable como nuestro número de teléfono, nuestra dirección de correo electrónico u otros detalles privados a estas empresas. Lo que realmente venden son patrones de uso agregados y anónimos, es decir, datos estadísticos sobre el comportamiento, gustos, edades de un grupo específico de usuarios. Toda esta información la van recopilando a partir del trabajo que realizan sus algoritmos.

👉 ¿Qué son y cómo funcionan los algoritmos?

La Real Academia Española de la Lengua define algoritmo como un “conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema”. Este concepto está fuertemente incorporado en el mundo digital, principalmente en las redes sociales. El objetivo de los algoritmos es mostrarles a los usuarios lo que le puede interesar, a partir del análisis de sus datos y comportamientos digitales, para así estimular su consumo.

Esta acción comercial se complementa con el marketing digital, que consiste en la implementación de estrategias de comercialización en medios digitales como correos electrónicos, redes sociales, sitios webs, buscadores, entre otros. Estas estrategias se van midiendo en diferentes parámetros como: la inmediatez, las nuevas conexiones que se logran día a día, tiempo de visualización de una publicación entre otras mediciones.



➔ Te preguntarás, ¿qué relación tiene el marketing digital con los algoritmos?

Ambos, son parte la base de las redes sociales y los servicios digitales para comercialización de productos y de servicios que consumimos día a día. El gran éxito de las redes sociales como canales de venta, se debe al uso de algoritmos de búsqueda y ordenamiento de los contenidos según las preferencias del público objetivo de cada red social (Facebook, Twitter, Instagram, TIKTOK, YouTube, entre otras). Las redes sociales, van mostrándonos lo que consideran que es relevante y de interés para nosotros, según los análisis de sus algoritmos. No organiza los contenidos cronológicamente, ni nos muestra publicaciones de quienes seguimos, nos muestra contenidos relacionados a los gustos, intereses y edad del usuario que el algoritmo a identificado.



Haciendo uso de las diversas herramientas de medición de los buscadores o redes sociales las compañías pueden conocer los principales intereses de cada usuario y entonces, crear segmentos diferentes con tipos de usuarios a los cuales les llegarán publicidad de acuerdo a su edad, intereses y redes de contactos. Nuestra vida está totalmente atravesada por los algoritmos. Estas formulas matemáticas influyen en nuestras vidas mas de lo que imaginamos, por ejemplo, al momento de hacer una búsqueda web. Si buscamos en internet información sobre “muebles para dormitorios”, los algoritmos del buscador recogen la información que has visto y la data de las webs en que has navegado. Esa información es recogida por las *cookies* (*micro-aplicaciones recogedoras de datos*) y luego se vincula con las redes sociales consiguiendo que visualices publicidad asociada a muebles para dormitorios. A esto llamaremos “publicidad contextual”.

👉 ¿Qué es la publicidad contextual?

La publicidad contextual, también conocida como “publicidad orientada a contenido y contexto” consiste en posicionar anuncios publicitarios en diferentes sitios web con contenidos específicos y segmentados de acuerdo a la temática, apareciendo en el momento y lugar adecuado dependiendo de los intereses de cada usuario. Cuando un usuario entra en una web específica, se encontrará con enlaces publicitarios basados en las características de su perfil, conceptos que se ha asociado a sus necesidades concretas o parámetros de búsqueda en ese instante. Esos parámetros e información ya fueron previamente recogidos por los algoritmos. Este tipo de publicidad aumenta exponencialmente la efectividad de la campaña de promoción y ventas a través de canales digitales.



¿QUÉ SON LOS SESGOS COGNITIVOS?

Si ya has comprendido la dinámica que existe tras las redes sociales y el comercio digital, ahora explicaremos un concepto muy controvertido: los “sesgos cognitivos” en el mundo digital. Un sesgo cognitivo es la interpretación errónea y sistemática de la información disponible que influye en nuestra manera de pensar y tomar decisiones. En el ámbito del marketing, los sesgos cognitivos inciden en nuestros comportamientos de consumo, por lo que las empresas los implementan en sus estrategias de mercado.

Un sesgo cognitivo, por el ejemplo, es la generalización. Cuando una persona considera que “todos los pantalones le quedan mal”, pero en la práctica solo se ha probado dos, manifiesta de manera categórica que ningún pantalón le quedará bien, aunque existan miles de modelos en el mercado. Esta convicción es una decisión involuntaria, que puede estar más relacionada con las emociones que con un razonamiento lógico relacionado con la prenda misma. Este simple ejemplo nos ilustra como actuamos en muchas ocasiones frente a diferentes estímulos que vamos recibiendo a través del mundo digital. Si un producto, un servicio digital o una red social no nos gusta, lo mas probable es que no lo volvamos a utilizar. Es decir, el sesgo cognitivo, impacta en nuestra toma de decisiones, en lo que compramos y en lo que se vende.

Otro ejemplo es el “sesgo de confirmación”. Es el caso, por ejemplo, de personas que apoyan o se oponen a una causa. No sólo buscan información para reforzar sus ideas, sino que además, las interpretan de manera tal que defiendan sus ideas preconcebidas. Interpretamos, recordamos la información solo para confirmar algo puntual que ya hemos decidido previamente, o que favorece nuestras creencias y suposiciones mas arraigadas. Las empresas construyen un perfil publicitario para reforzar las hipótesis del consumidor, por ejemplo, vinculando un perfume con elegancia, una bebida con diversión, entre otros ejemplos.

Estos “atajos mentales”, que llamamos “sesgos cognitivos” nos han permitido a lo largo de la historia, tomar decisiones en forma rápida. El problema es que, en muchos casos, esta toma de decisiones es carente de racionalidad, de objetividad e información relevante que nos puede alejar de tomar buenas opciones. El mundo de la publicidad actualmente aprovecha los sesgos cognitivos para definir nuestro perfil de consumidor a través de sus campañas de marketing. Es de suma importancia que niños, niñas y adolescentes conozcan de qué manera funciona el comercio digital, el mundo de servicios webs y redes sociales y de qué manera los algoritmos y sesgos cognitivos pueden influenciarnos sin que estemos consientes de ello. En la medida que entendamos cómo funcionan las redes sociales y los buscadores webs principalmente, seremos capaces de entender y gestionar de buena manera, las emociones que vivimos cuando nos sumergimos en el mundo de las redes sociales e internet.



3 PLANIFICACION DE CLASE

DIMENSIÓN 9

Comercio Digital:
 Comprender los beneficios y peligros de la compra por internet.



INDICACIONES INICIALES

Antes de iniciar las actividades planificadas para esta clase, verifique tener disponibles:

- Ficha de la planificación de la actividad.
- Orientaciones Docentes.

ACTIVIDAD INICIAL: Redes sociales y comercio digital ¿cómo funcionan?



Tiempo estimado: **10 minutos**

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD:

Para iniciar la clase, pregunte a sus estudiantes:

- ¿Qué publicidad les ha aparecido en las redes sociales en los últimos días?
- ¿Esa publicidad se relaciona con sus gustos personales?
- ¿Por qué creen que esa publicidad les aparece?
- Comenten su experiencia...

Oriente las respuestas ayudándoles a expresar sus ideas, a compartir experiencias y a dejar planteadas sus dudas respecto al funcionamiento de los servicios digitales y redes sociales. Recoja las palabras claves de sus respuestas y anótelas en la pizarra. Al terminar, introduzca el tema de la actividad central.

ACTIVIDAD CENTRAL



Tiempo estimado: **25 minutos**

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD:

Lea al curso el siguiente caso:

Los hermanos Daniel y Luisa estuvieron en la tarde buscando en internet información sobre unas tablas de skate y bicicletas que habían visto en la plaza cerca de casa. Desde sus teléfonos vieron videos de famosos skaters y varias webs que ofrecían diferentes modelos de tablas. Al día siguiente, Daniel quiso hacer una tarea buscando una información en Google y le aparecía constantemente información sobre ventas de tablas de skate. En sus redes sociales había más publicidad sobre ropa y artículos para aficionados al skate.



- Daniel le comentó a Luisa... "¿viste que ahora en varias webs y en las redes sociales aparece publicidad de lo que buscamos ayer? Hay muchas promociones, me muero de ganas de comprarme una tabla, dice que quedan 3 unidades. ¡Jaja, es como que nos hubieran adivinado el pensamiento!
- Luisa le respondió... claro, es que el algoritmo de Instagram y de Google recogieron esa información y ahora la están usando para venderte tablas de skate. Dura un tiempo corto y se pasa. No vayas a entusiasmarte en comprar algo sin preguntarme... ¡la vamos a usar juntos! lo de las promociones no es taaan así. Ten calma y sigamos mirando.
- Pero Luisa, ¿Cómo sucede esto? ¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?

➔ Al leer el caso, realice las siguientes preguntas al grupo:

a. ¿Les ha pasado alguna vez que hacen una búsqueda en la web y luego les aparece publicidad de ese tema en otras webs o redes sociales? Comenten su experiencia...

b. ¿Por qué creen que sucede esto?

c. ¿Cómo se financian las redes sociales y buscadores webs si la mayoría son gratuitos?

d. ¿Cómo hacen para que cada usuario vea los contenidos que le son de interés?



Entregue la **hoja 1** a cada grupo y pídeles que investiguen las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada para responder la pregunta que hace Daniel a su hermana: “¿Cómo sucede esto? ¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?”

Para citar las webs que utilicen como referencia en la actividad, indíqueles que es necesario identificar:

- Autor(es)
- Fecha de la publicación
- Título de la pagina web
- Nombre de la pagina web
- Dirección web o URL

● Ejemplo:

Apellido, A., Apellido, B., y Apellido, C. (20 de mayo de 2020). Título de la página web. Nombre de la página. <https://url.com>

El citar la fuente desde donde tomaron la información, ayuda a los estudiantes a organizar la información y poder validar la veracidad de ésta. Es importante referirlos a fuentes confiables. Una vez terminada la actividad, inicie el cierre de la clase.

ACTIVIDAD DE CIERRE



Tiempo estimado: **10 minutos**

● **ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD:**

Pídeles a sus estudiantes al terminar la clase, que expliquen con sus palabras al menos un beneficio del comercio digital y un riesgo al que se exponen los usuarios de redes sociales cuando no comprenden su modelo de funcionamiento. Puede entregar la **hoja 2** o preguntar de manera dirigida a sus estudiantes. Es necesario que cada estudiante reflexione sobre el funcionamiento de internet para que pueda asumir un comportamiento responsable frente a los estímulos e incentivos del comercio digital.



Hoja 1 Actividad **REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?**

Nombre de los integrantes del grupo:

.....

.....

.....

.....

.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

→ Instrucciones:

En grupo, investiga las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada.

Para citar las webs que se utilicen como referencia en la actividad, es necesario identificar:

- Autor(es) | • Fecha de la publicación | • Título de la página web | • Nombre de la página web | • Dirección web o URL

Grupo 1

- Define con tus palabras: **Comercio digital**

.....

.....

.....

.....

- ¿De dónde han tomado esta información? Cita al menos 2 fuentes bibliográficas.

.....

.....

.....

.....

Respóndele tú a Daniel explicándole el funcionamiento de los algoritmos en internet:

- **¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?**

.....

.....

.....

.....

- **¿Cómo sucede esto?**

.....

.....

.....

.....

Hoja 1 Actividad **REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?**

Nombre de los integrantes del grupo:

.....

.....

.....

.....

.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

→ Instrucciones:

En grupo, investiga las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada.

Para citar las webs que se utilicen como referencia en la actividad, es necesario identificar:

- Autor(es) | • Fecha de la publicación | • Título de la página web | • Nombre de la página web | • Dirección web o URL

Grupo 2

● Define con tus palabras: **Algoritmos de redes sociales**

.....

.....

.....

.....

● ¿De dónde han tomado esta información? Cita al menos 2 fuentes bibliográficas.

.....

.....

.....

.....

Respondele tú a Daniel explicándole el funcionamiento de los algoritmos en internet:

● **¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?**

.....

.....

.....

.....

● **¿Cómo sucede esto?**

.....

.....

.....

.....



Hoja 1 Actividad **REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?**

Nombre de los integrantes del grupo:

.....

.....

.....

.....

.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

→ Instrucciones:

En grupo, investiga las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada.

Para citar las webs que se utilicen como referencia en la actividad, es necesario identificar:

- Autor(es) | • Fecha de la publicación | • Título de la página web | • Nombre de la página web | • Dirección web o URL

Grupo 3

● Define con tus palabras: **Marketing digital**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Respondele tú a Daniel explicándole el funcionamiento de los algoritmos en internet:

● **¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hoja 1 Actividad **REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?**

Nombre de los integrantes del grupo:

.....

.....

.....

.....

.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

→ Instrucciones:

En grupo, investiga las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada.

Para citar las webs que se utilicen como referencia en la actividad, es necesario identificar:

- Autor(es) | • Fecha de la publicación | • Título de la página web | • Nombre de la página web | • Dirección web o URL

Grupo 4

- Define con tus palabras: **Sesgos cognitivos**

.....

.....

.....

.....

- ¿De dónde han tomado esta información? Cita al menos 2 fuentes bibliográficas.

.....

.....

.....

.....

Respondele tú a Daniel explicándole el funcionamiento de los algoritmos en internet:

- **¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?**

.....

.....

.....

.....

- **¿Cómo sucede esto?**

.....

.....

.....

.....

Hoja 1 Actividad **REDES SOCIALES Y COMERCIO DIGITAL ¿CÓMO FUNCIONAN?**

Nombre de los integrantes del grupo:

.....

.....

.....

.....

.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

Curso:.....

→ Instrucciones:

En grupo, investiga las definiciones de los conceptos: comercio digital, algoritmos, marketing digital, sesgos cognitivos y publicidad contextual. Luego pueden exponerlos ante sus compañeros y así, elaborar una respuesta fundamentada.

Para citar las webs que se utilicen como referencia en la actividad, es necesario identificar:

- Autor(es)
- Fecha de la publicación
- Título de la página web
- Nombre de la página web
- Dirección web o URL

Grupo 5

● Define con tus palabras: **Publicidad contextual**

.....

.....

.....

● ¿De dónde han tomado esta información? Cita al menos 2 fuentes bibliográficas.

.....

.....

.....

Respondele tú a Daniel explicándole el funcionamiento de los algoritmos en internet:

● **¿Cómo sabe una red social lo que buscamos en internet?**

.....

.....

.....

● **¿Cómo sucede esto?**

.....

.....

.....

DIMENSIÓN 9: Comercio digital

Actividad Familiar

¿CÓMO FUNCIONA EL MUNDO DIGITAL?

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD:

Esta actividad es una instancia para compartir en familia y reforzar lo aprendido en clases

Invitamos a la familia a conversar sobre la importancia de entender cómo funciona internet y las redes sociales, para así, asumir un rol más crítico y responsable como usuarios.

¿CÓMO SE FINANCIAN LAS REDES SOCIALES SI SON GRATUITAS?

Muchas personas piensan que las **redes sociales** son gratis. Abrir un perfil y publicar en él no tiene costo. Pero al momento de ser parte de las redes sociales, estamos dejando datos sobre nuestros hábitos de consumo, intereses, amistades y preferencias en cada post que comentamos. Cuando damos *like* o compartimos algo con nuestra red, las *redes sociales* recopilan esa información y les sirven para ofrecer publicidad personalizada, lo que conocemos como **publicidad contextual**.



¿QUÉ SON Y CÓMO FUNCIONAN LOS ALGORITMOS?

La Real Academia Española de la Lengua, define algoritmo como un “conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema”. Este concepto está fuertemente incorporado ya en el mundo digital, principalmente en las redes sociales y navegadores web. Los algoritmos intentan mostrarle a cada usuario lo que le puede interesar, dejando de lado lo que considere que no es de su interés.



➔ A partir de una conversación en familia, respondan las preguntas que deja Luisa a sus padres:

• ¿Por qué es importante conocer cómo funcionan las redes sociales?



• ¿De qué manera pueden las redes sociales influir nuestra forma de pensar?

