



MÓDULO 2

DESARROLLAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO Y LAS HABILIDADES DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL



erasmediah.eu

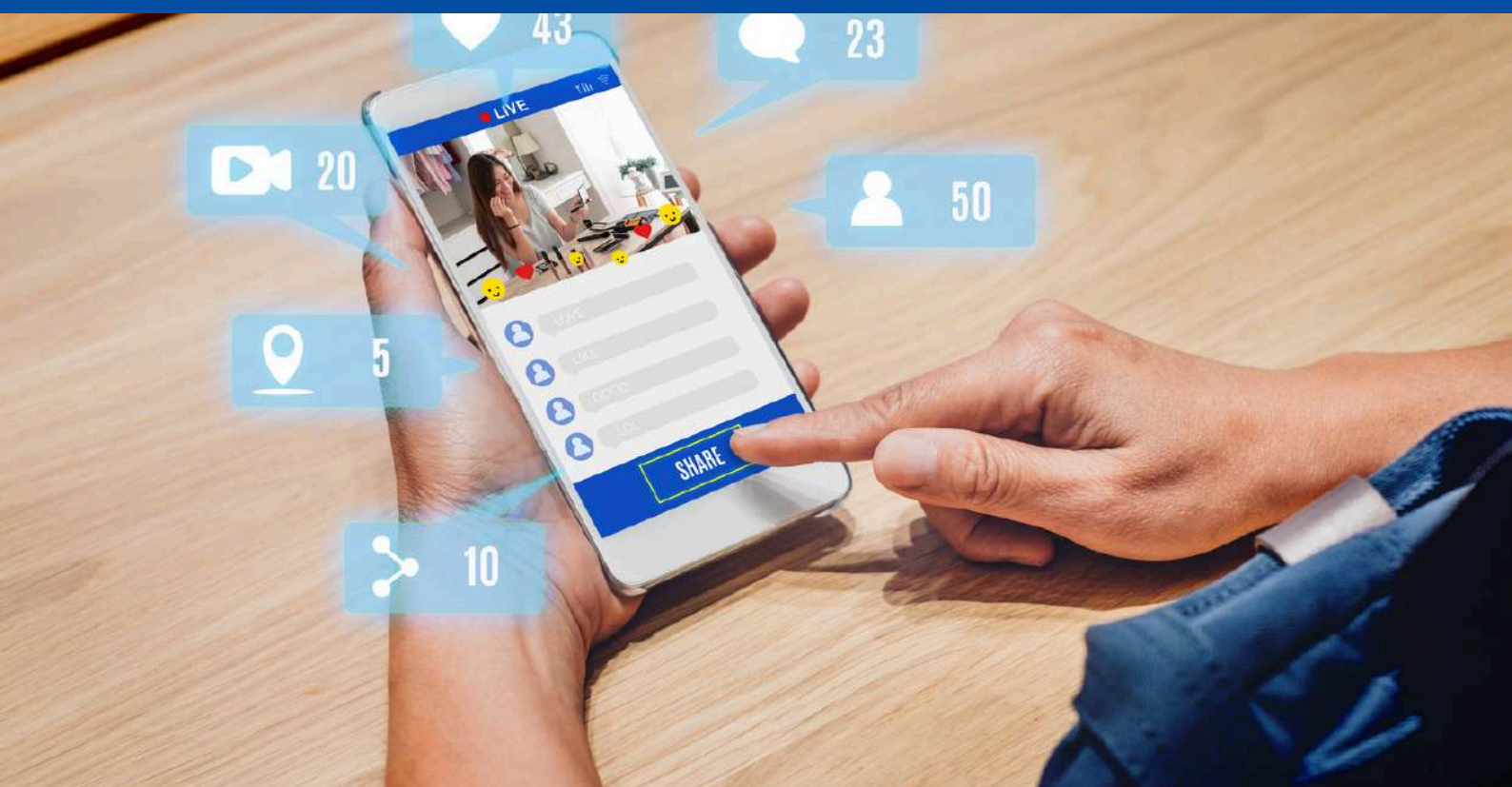


**Co-funded by
the European Union**



Lección 2.4

Cómo liberarse de la influencia online: una reflexión crítica sobre el marketing de influencers



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



**Co-funded by
the European Union**

Lección 2.4

Cómo liberarse de la influencia online: una reflexión crítica sobre el marketing de influencers

Objetivos:

- Ayude a los estudiantes jóvenes a comprender cómo el marketing de influencia afecta su comportamiento de compra.
- Desarrollar habilidades de pensamiento crítico para evaluar y cuestionar el contenido de los influencers.
- Capacitar a los estudiantes para que tomen decisiones informadas sobre sus hábitos de consumo en línea.

Mensaje(s) clave:

- El marketing de influencia está diseñado para influir en las decisiones de compra, a menudo de forma sutil.
- El pensamiento crítico ayuda a identificar la publicidad oculta y resistir las tácticas manipuladoras.
- Ser consciente de estas influencias promueve hábitos de consumo más saludables e intencionales.



TIPO DE LECCIÓN:





Descripción general de la lección

En esta lección, exploraremos cómo los influencers de redes sociales influyen en nuestras compras. Mediante diferentes actividades, aprenderemos a analizar críticamente su contenido y a decidir si vale la pena seguir sus recomendaciones.

Paso 1: Detecta el anuncio del influencer (10 min): aprenderemos a identificar publicidad oculta en publicaciones de influencers.

Paso 2: Descifrando las tácticas de los influencers (15 min): entenderemos las estrategias que utilizan los influencers para comercializar productos.

Paso 3: Crea tu propio anuncio (10 min): crearás un anuncio para comprender cómo funcionan las técnicas de marketing.

Paso 4: Reflexión y debate (5 minutos): finalmente compartiremos las conclusiones clave y discutiremos los pasos prácticos para un consumo consciente.



Paso 1

Anuncio de Detecta el Influencer

Con esta primera actividad, aprenderemos a detectar anuncios ocultos en el contenido de influencers. Los influencers suelen promocionar productos sutilmente, y a veces es difícil distinguir si algo es un anuncio o una simple publicación.

Verás una serie de publicaciones en redes sociales. Estas pueden ser capturas de pantalla o mostradas en una pantalla. Observa cada publicación con atención.

Paso 1

Anuncio de Detecta el Influencer

Ejemplos de reels y vídeos de redes sociales que contienen contenido comercial explícito, menos explícito y oculto:

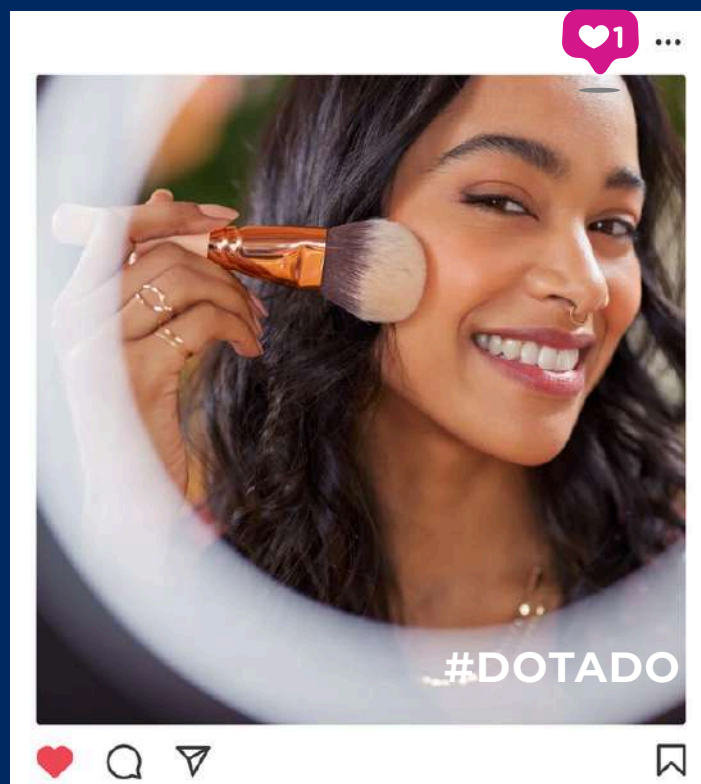
Algunos de los mejores productos de cuidado de la piel y maquillaje que he usado.

Lasaña de calabaza

Sorteo de impresoras 3D

Cápsula navideña de YessStyle

Foto de un Reel de Instagram:





Paso 1

Anuncio de Detecta el Influencer

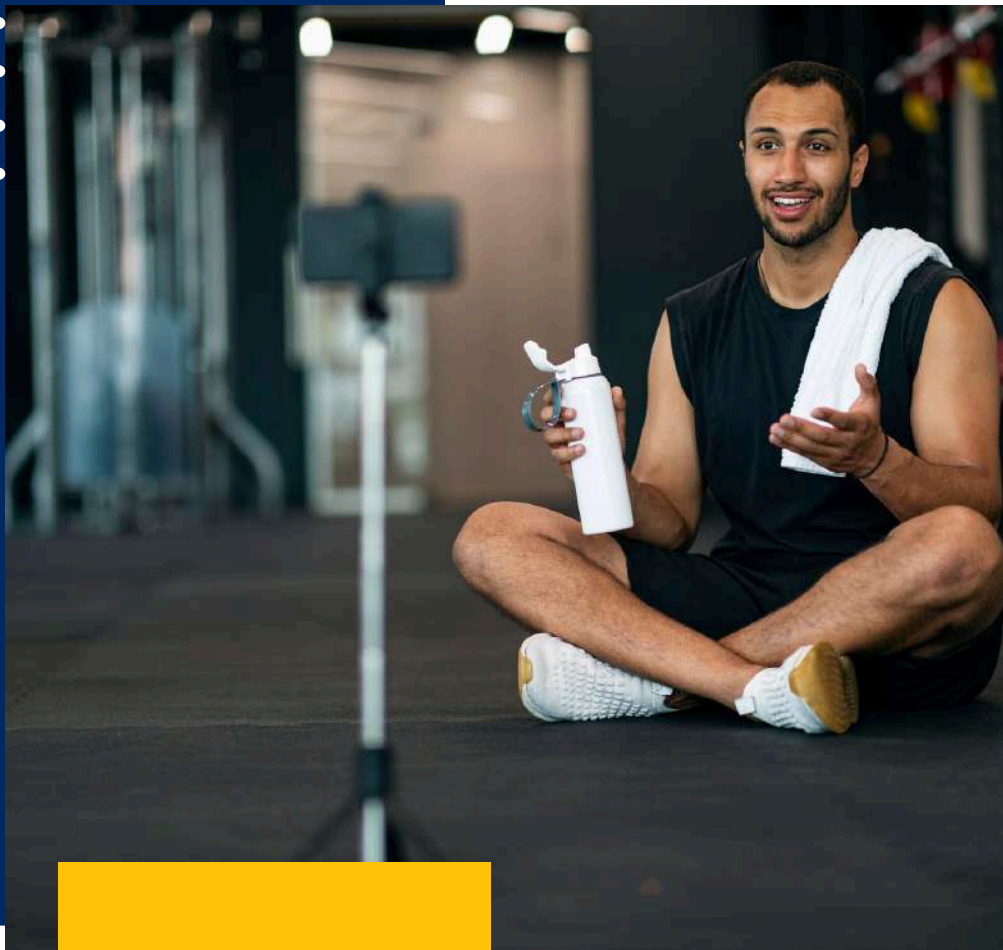
Divídanse en grupos pequeños. Juntos, analicen cada publicación y decidan: ¿Es un anuncio o no? En cada publicación, busquen pistas que puedan revelar si es un anuncio.

A continuación se ofrecen algunos consejos sobre qué buscar:

- Hashtags como #anuncio, #patrocinado, #regalado, #invitado, #socio.
- Productos o logotipos visibles destacados.
- Lenguaje que suena promocional, como “¡Tienes que probar esto!”

La publicidad puede ser sutil, pero con estos consejos puedes aprender a detectar algunas pistas. Pregunta:

¿Por qué crees que los influencers hacen que sus anuncios parezcan publicaciones normales?



Paso 2

Descifrando la táctica del influencer

Los influencers suelen usar tácticas ingeniosas para vender productos. En esta actividad, descubriremos estas estrategias y veremos cómo funcionan. Al finalizar, podrás identificar estas técnicas y reflexionar críticamente sobre cómo podrían influir en tus decisiones.

Comencemos por dividirnos en grupos pequeños. Cada grupo trabajará en conjunto para explorar algunas tácticas comunes de marketing de influencers.



Paso 2

Descifrando la táctica del influencer

A continuación se presenta una descripción general rápida de tres tácticas comunes que utilizan los influencers:

1. Atractivo emocional: te hacen sentir feliz, genial o especial para crear una asociación positiva con el producto.
2. Escasez: Dicen cosas como '¡Edición limitada!' o '¡Solo quedan unos pocos!' para que el producto parezca más valioso o urgente.
3. Prueba social: Muestran cuántas personas aman o usan el producto, lo que te hace sentir que deberías participar también.

Ahora abre las redes sociales que usas normalmente (Instagram o TikTok, por ejemplo) y busca ejemplos de estas tácticas en diferentes influencers o personas que sigues en línea.

Por ejemplo, ¿puedes encontrar un influencer o un anuncio que utilice el atractivo emocional, la escasez o la prueba social? Debate estos ejemplos durante unos 5 minutos y guárdalos para compartirlos más adelante.



Paso 2

Descifrando la táctica del influencer

Cada grupo compartirá sus hallazgos y explicará qué táctica se utilizó y por qué creen que funcionó. Recorreremos la sala para que todos puedan contribuir.

Después de explorar estas tácticas, reflexionemos:

- ¿Cómo cree que reconocer estas estrategias puede ayudarle a tomar decisiones más inteligentes?
- ¿Hay momentos en que te sientes influenciado por ellos sin darte cuenta?

La próxima vez que veas a un influencer promocionando un producto, puedes detenerte y pensar críticamente si es algo que realmente necesitas o simplemente una estrategia de marketing inteligente.



Paso 3

Crea tu propio anuncio

Esta actividad te permitirá ponerte en la piel de un influencer. Crearás un anuncio para el producto que elijas. Esto te ayudará a ver cómo funcionan las estrategias de marketing al aplicarlas.

Mantenga los mismos grupos pequeños que antes y siga las instrucciones.



Paso 3

Crea tu propio anuncio

Instrucciones:

1. Empieza por elegir un producto que te encante. Puede ser cualquier cosa: tu refrigerio favorito, un juego, un dispositivo o incluso una marca de ropa.
2. Piensa en las tácticas de marketing que mencionamos antes: atractivo emocional, escasez o prueba social. ¿Cómo puedes usarlas para convencer a otros de que también amen este producto?
3. Puedes usar Canva o una aplicación similar para diseñar tu anuncio digitalmente, directamente desde tu móvil o tableta. ¡Es súper fácil y divertido!

Al finalizar la actividad, los grupos compartirán sus anuncios, contarán qué producto eligieron y cómo lo comercializaron.

Paso 3

Crea tu propio anuncio

Discutamos juntos lo siguiente:

- **¿Cuál fue la parte más divertida de crear tu anuncio?**
- **¿Qué tácticas de marketing usaste? ¿Por qué?**
- **¿Cómo crees que estas tácticas influyen en las decisiones de compra de las personas en la vida real?**

Esta actividad demuestra la importancia del marketing de influencers. Comprender y conocer estas estrategias de marketing te ayudará a tomar decisiones más inteligentes en línea.



Paso 4

Reflexión: Aplicando el pensamiento crítico

Reflexionemos sobre lo que hemos aprendido en esta lección. El pensamiento crítico nos ayuda a tomar decisiones más inteligentes en línea. ¡No todo lo que ves en línea es lo que parece!

Haga una lluvia de ideas y responda las siguientes preguntas finales:

- ¿Qué es lo que más te sorprende del marketing de influencers?
- ¿Cómo puedes usar lo aprendido para ser más inteligente en línea?
- ¿Utilizarías estrategias de marketing de influencia en tus redes sociales, si tuvieras la oportunidad?

Sigue cuestionando lo que ves y toma decisiones que sean verdaderamente tuyas.





Resumen de las conclusiones clave

- El marketing de influencia está diseñado para influir sutilmente en el comportamiento: al utilizar apelaciones emocionales, pruebas sociales y escasez, los influenciadores a menudo difuminan las líneas entre el entretenimiento y la publicidad.
- El pensamiento crítico es esencial para navegar en las redes sociales: reconocer las tácticas de marketing ayuda a los adolescentes a tomar decisiones informadas y resistir el contenido manipulador.
- La concientización promueve mejores hábitos en línea: comprender cómo funciona el contenido de los influencers fomenta el consumo consciente y la toma de decisiones independiente.



Instrucciones para trabajadores juveniles, educadores y

Objetivo:

Esta lección está diseñada para ayudar a los adolescentes a analizar críticamente el impacto del marketing de influencers en su comportamiento de compra. Incluye actividades interactivas y prácticas fáciles de realizar tanto en entornos formales como informales. Adapte las actividades a las necesidades de su grupo y fomente un debate abierto durante todo el proceso.

Materiales necesarios:

- Proyector y pantalla
- Oradores
- Computadora portátil o dispositivo para reproducción de video
- Rotafolio o pizarra blanca
- Marcadores y bolígrafos
- Hojas de papel
- Teléfonos inteligentes o tabletas con acceso a Canva





Paso 1: Identificar el anuncio del influencer (10 minutos)

Antes del taller, recopila diversos ejemplos de publicaciones de influencers (capturas de pantalla o imágenes impresas); puedes usar los ejemplos de este documento, que están en inglés, o buscar videos, publicaciones y reels en tu idioma. Familiarízate con las claves para identificar anuncios: hashtags (#anuncio, #patrocinado, #regalo, etc.), productos/logotipos visibles y lenguaje promocional.

Para facilitar esta actividad eficazmente, crea un ambiente relajado y atractivo, presentándola como un reto divertido para descubrir anuncios ocultos en las publicaciones de influencers. Fomenta el debate abierto en grupos pequeños, asegurándote de que todos tengan la oportunidad de compartir sus observaciones. Si tienen dificultades, guíalos con preguntas como: "¿Observan algún hashtag o emplazamiento de producto?". Enfatiza que el objetivo es pensar críticamente, por lo que no hay respuestas incorrectas siempre que su razonamiento sea sólido. Mantén un ritmo dinámico para mantener la energía y asegurarte de que la actividad se ajuste al tiempo límite.

Paso 2: Descifrando la táctica del influencer (15 minutos)

Para facilitar el Paso 2 eficazmente, comience por establecer un tono curioso e investigativo. Asegúrese de que los grupos comprendan las tres tácticas clave (Apelación Emocional, Escasez y Prueba Social) proporcionando ejemplos claros y fáciles de entender al presentarlas.





Incentive a los participantes a abrir sus redes sociales preferidas y buscar ejemplos de la vida real, guiándolos para que identifiquen y debatan estas tácticas en acción. Circule entre los grupos, ofreciéndoles apoyo y planteándoles preguntas.

Una vez que los grupos estén listos para compartir, organice una ronda de presentaciones donde cada grupo explique su ejemplo y razonamiento. Concluya con una breve discusión sobre cómo reconocer estas estrategias puede llevar a decisiones más inteligentes y conscientes, reforzando la importancia de analizar críticamente el contenido de los influencers.

Paso 3: Crea tu propio anuncio (10 minutos)

Para facilitar el Paso 3 de forma eficaz, comience por dinamizar al grupo y presentar la actividad como un reto creativo y lúdico. Anime a los participantes a divertirse asumiendo el rol de influencers, teniendo en cuenta las tácticas de marketing aprendidas anteriormente. Brinde instrucciones claras y guíe a los grupos para elegir productos con los que se sientan identificados o favoritos, y ofrézcales apoyo mientras intercambian ideas y diseñan sus anuncios. Asegúrese de que todos descarguen o accedan a Canva y sepan cómo usarlo; si alguien no quiere usar Canva, anímelos a usar anuncios dibujados a mano como una opción sencilla. Recorra la sala, observe su progreso, anímelos y haga preguntas reflexivas como: "¿Cómo están logrando que su anuncio sea persuasivo?".





Cuando los grupos presenten sus anuncios, creen un ambiente positivo y de apoyo. Faciliten el debate con preguntas como: "¿Qué tácticas usaron y por qué?" y "¿Cómo podrían estas estrategias influir en las personas en la vida real?".

Paso 4: Reflexión: Aplicación del pensamiento crítico (5 minutos)

Mantenga un tono alentador y reflexivo. Incite a los participantes a compartir sus ideas abiertamente, asegurando un debate breve pero enriquecedor. Utilice las preguntas proporcionadas para guiar la lluvia de ideas y valide todas las contribuciones para crear un espacio seguro para compartir.





Actividad de seguimiento:

Pida a los participantes que reflexionen sobre sus hábitos en las redes sociales. Pídeles que escriban una breve entrada en su diario (de aproximadamente una página) respondiendo a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué tipos de contenido de influencers encuentras con más frecuencia?
2. ¿Cómo te sientes cuando ves publicaciones promocionando productos o servicios?
3. ¿Cuál cree usted que es el impacto del marketing de influencia en sus decisiones?

Anímelos a ser honestos y reflexivos en sus reflexiones, ayudándolos a pensar críticamente sobre sus experiencias en línea.

Consejos para profesores:

Gestión del tiempo: mantenga cada sección según lo previsto.

Fomente la participación: involucre a los estudiantes más tranquilos invitándolos a compartir sus ideas.





Referencias

- APA - Protección de los adolescentes en las redes sociales - Asociación Estadounidense de Psicología, 2023. Enlace: <https://www.apa.org/monitor/2023/09/protecting-teens-on-social-media>
- US Insider - La influencia de los influencers: comprender su impacto en los jóvenes - US Insider, 2024. Enlace: <https://usinsider.com/the-influence-of-influencers-understanding-their-impact-on-the-youth/>
- Smith, A. – El impacto del marketing de influencers en los usuarios de redes sociales – Pew Research Center, 2022. Enlace: <https://healthyeatingresearch.org/wp-content/uploads/2022/03/HER-Kid-Influencer-Brief-030322.pdf>





PRUEBA

Seleccione la respuesta correcta para cada pregunta para comprobar su comprensión del contenido del taller. Solo una opción es correcta para cada pregunta.

1. ¿Cuál es una de las principales estrategias que utilizan los influencers para que sus publicaciones de marketing parezcan contenido normal?

- A) Usar hashtags aleatorios
- B) Hacer que la publicación parezca una historia personal
- C) Publicar sin imágenes
- D) Evitar el uso de subtítulos

2. ¿Cuál de las siguientes es una señal clara de que una publicación en las redes sociales probablemente sea un anuncio?

- A) La publicación muestra un producto sin descripción ni hashtags.
- B) La publicación incluye hashtags como #anuncio, #patrocinado o #regalo.
- C) La publicación solo usa emojis sin mencionar ningún producto.
- D) La publicación es compartida por varios amigos.

3. ¿En qué debes fijarte a la hora de determinar si una publicación es un anuncio o no?

- A) La cantidad de "me gusta" que recibe la publicación.
- B) Si el influencer posa con un producto o logotipo.
- C) La cantidad de seguidores del influencer.
- D) La fecha en que se publicó la publicación.





PRUEBA

4. ¿Por qué los influencers hacen que sus anuncios parezcan publicaciones normales?

- A) Para hacerlos parecer más auténticos y confiables
- B) Para reducir la cantidad de me gusta en la publicación
- C) Para hacerlos parecer más profesionales
- D) Para confundir a sus seguidores

5. ¿Cuál de las siguientes es una conclusión clave de este taller sobre marketing de influencia?

- A) A los influencers nunca se les paga por promocionar productos
- B) Todas las publicaciones de influencers son anuncios obvios
- C) El pensamiento crítico te ayuda a tomar decisiones más inteligentes al ver contenido de influencers
- D) El marketing de influencers no afecta las decisiones de los jóvenes





Soluciones

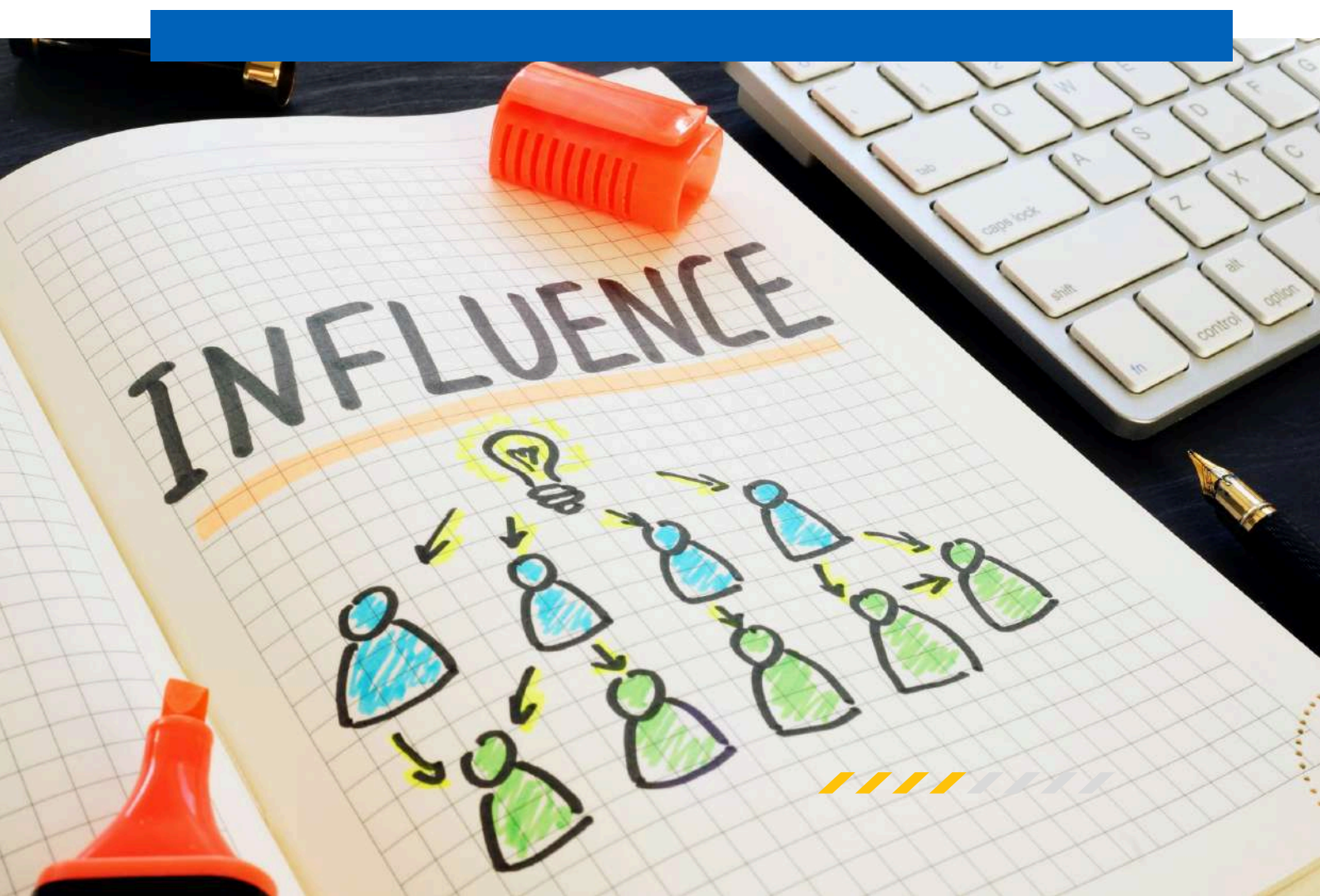
Pregunta 1: B

Pregunta 2: B

Pregunta 3: B

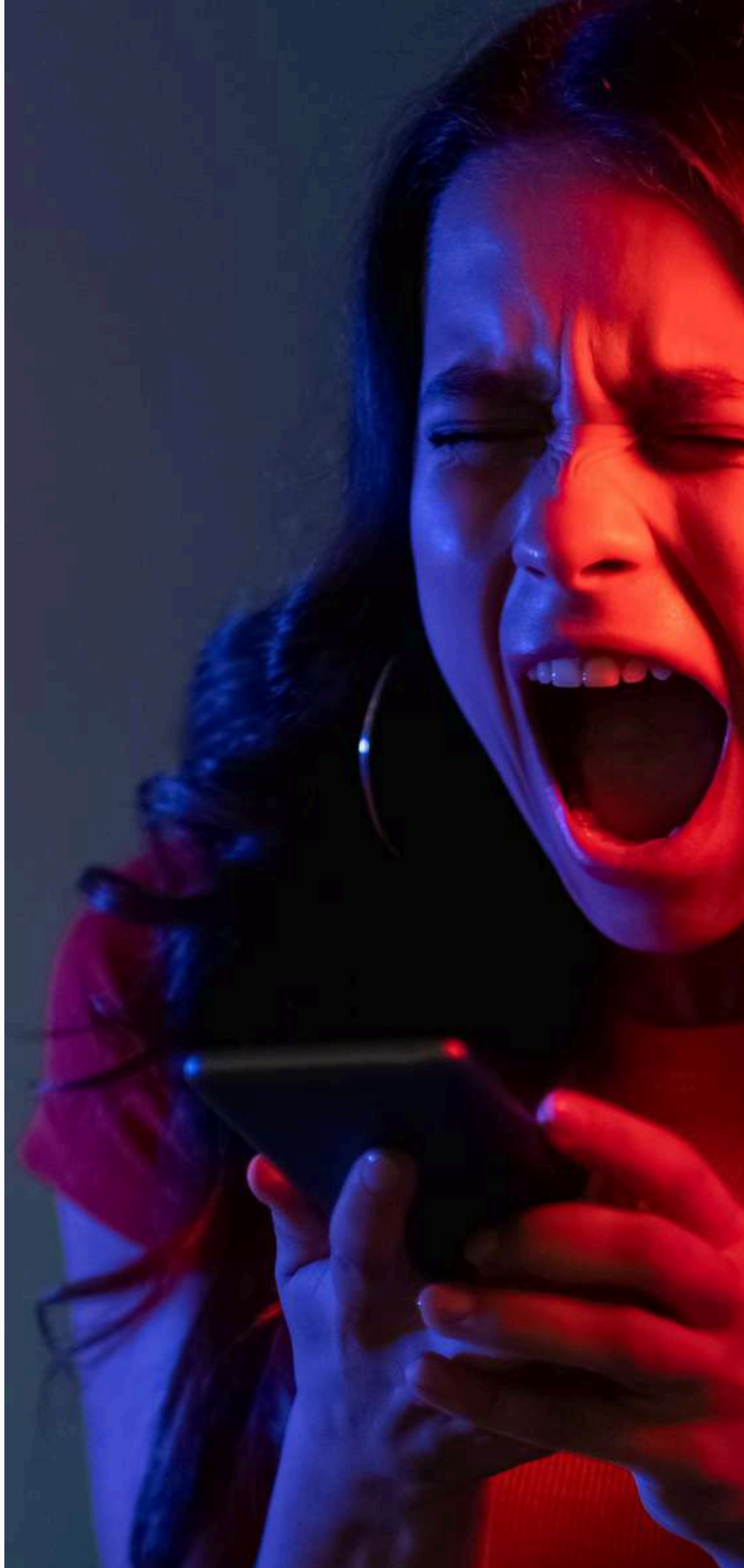
Pregunta 4: A

Pregunta 5: C





Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości



**Co-funded by
the European Union**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, responsabilidad exclusiva del/de los autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA se hacen responsables de ellas.