

Monetización de datos: contenido gratuito = Tú eres el producto

Sugerencia de lección para las asignaturas:

Educación Cívica, Informática/Informática, Estudios de Medios, Estudios Sociales, Economía, Educación Personal, Social, Sanitaria y Económica (PSHE), Estudios Empresariales

Grupo objetivo	Estudiantes de secundaria/bachillerato (edades de 15 a 18 años)
Temas	Concienciación del consumidor, ética digital, perfilado de clientes, construcción de argumentos/debates
Tamaño del grupo	Grupo de una clase
Requisitos de conocimientos previos	Conocimientos básicos de servicios digitales y publicidad online Concepto de datos personales Habilidades básicas de pensamiento crítico
Objetivos de aprendizaje del currículo DataPro	A.1 Traducir datos en un activo ● Tratar los datos como una moneda online: Entiende el valor de sus datos personales, como valoran el dinero. Esto incluye reconocer cuándo y qué datos son procesados por servicios en línea, comprender cómo se pueden monetizar los datos personales, conocer los riesgos de la explotación de estos datos y tomar decisiones informadas sobre el intercambio de sus datos. ● Concienciación sobre la monetización: Descubre las principales formas en que las empresas obtienen ingresos a partir de datos personales y agregados, como a través de plataformas publicitarias y la mejora de la publicidad dirigida (incluidos los anuncios políticos). Ten en cuenta que muchos servicios de comunicación gratuitos (como las redes sociales) y el contenido online se pagan con publicidad o la venta de datos de usuarios.



	Este modelo económico se basa en monetizar los datos personales. A.4 Conciencia del control del comportamiento • Conciencia de mecanismo: Ten en cuenta que muchas plataformas digitales utilizan tácticas psicológicas como el empujón, la gamificación y la manipulación para influir en el comportamiento del usuario. Reconoce estas tácticas para evitar ser influenciado en exceso. Reconoce que los patrones de uso y los dispositivos conectados pueden utilizarse para optimizar los servicios online y la publicidad dirigida. Esto implica rastrear el comportamiento del usuario para ofrecer contenido personalizado.
Objetivos adicionales específicos de aprendizaje	N/A
Marco temporal	Sesión de clase individual (aprox. 45 minutos; puede acortarse o ampliarse según sea necesario)
Requisitos técnicos	Acceso a proyector e internet
Materiales y herramientas de formación de DataPro	Monetización de datos: publicidad basada en el comportamiento
Materiales de formación específicos adicionales	N/A
Sugerencias para planes de clase / metodologías	Discusión introductoria: Cómo funcionan los anuncios online (5 minutos) • Introduce el tema de los anuncios online con un debate abierto, animando a los estudiantes a compartir lo que ya saben sobre el tema. Haz preguntas como: ○ ¿Alguna vez has notado que sigues viendo anuncios de algo que has buscado en internet? ¿Por qué crees que pasa eso? ○ ¿Crees que todo el mundo ve los mismos anuncios en internet? ¿Por qué o por qué no? ○ ¿Cómo crees que las empresas ganan dinero con los anuncios que muestran en línea?



- Declaraciones explicativas para que el profesor las utilice si los estudiantes no están familiarizados con el funcionamiento de los anuncios online:
 - La mayoría de las páginas web y aplicaciones registran lo que hacemos online. Esto incluye en qué hacemos clic, en lo que vemos, cuánto tiempo permanecemos en una página, incluso lo que ponemos en el carrito de la compra.
 - Las empresas recopilan esta información para crear un perfil tuyo: tus intereses, hábitos e incluso tu personalidad. Esto ayuda a los anunciantes a mostrarte anuncios que tienen más probabilidades de captar tu atención.
 - Cuantos más datos tengan las empresas, más pueden cobrar por la publicidad dirigida. Mostrar el anuncio adecuado a la persona adecuada en el momento adecuado vale dinero.
 - A algunas personas no les importan los anuncios personalizados: los encuentran útiles. Otros lo consideran un poco inquietante.

Simulación de segmentación publicitaria (15 minutos)

- Utiliza la presentación Monetización de Datos: Publicidad Basada en el Comportamiento para explorar cómo el comportamiento online influye en los anuncios que la gente ve.
- Presenta cada perfil de usuario imaginario (uno a uno) y deja a los estudiantes un momento para revisar los anuncios disponibles.
- Pide a los estudiantes que elijan cuál de los anuncios creen que se adapta mejor al perfil y explícales brevemente su razonamiento.
- Una vez que los estudiantes hayan compartido sus respuestas, revela la coincidencia de anuncios prevista haciendo clic en la siguiente diapositiva.
- Después de completar el juego, explica a los estudiantes: *Ahora que hemos visto cómo funciona la segmentación publicitaria en la práctica, pasaremos a hablar de las cuestiones éticas y los posibles riesgos detrás de estos sistemas.*

Debate sobre ética de segmentación publicitaria (20 minutos)

- Los estudiantes participan en un debate sobre la ética y los posibles riesgos de la segmentación publicitaria.
- Dependiendo del tamaño de la clase, la actividad puede estructurarse como un debate a nivel de toda la clase (dividido en dos grupos opuestos), o en pequeños grupos o discusiones en pareja con retroalimentación compartida al final.
- Muestra las siguientes preguntas de discusión y permite 5 minutos para que los estudiantes preparen sus respuestas.



	• Dependiendo del tiempo disponible, puedes elegir usar todas las preguntas o seleccionar algunas: ◦ ¿Deberían las empresas beneficiarse de tus datos si eso significa que los servicios siguen siendo gratuitos? ◦ ¿Es la segmentación publicitaria un uso inteligente de la tecnología o una violación de la privacidad? ◦ ¿Quién decide qué es ético: las empresas tecnológicas o los usuarios? ◦ ¿Aceptarías más privacidad si eso significara ver menos anuncios relevantes? ◦ La publicidad personalizada es más útil que perjudicial. Resumen: Encuesta de la clase (5 min) • Pregunta a los estudiantes: ◦ Levanta la mano si crees que la segmentación de anuncios es mayormente algo positivo. ◦ Levanta la mano si crees que es algo mayormente malo. ◦ Levanta la mano si aún no estás seguro o crees que depende. • Reflexiona brevemente: ◦ ¿Alguien ha cambiado de opinión durante la clase? ◦ ¿Por qué crees que la gente tiene opiniones diferentes sobre esto?
--	---

DataPro Syllabi
Monetización de
datos: contenido
gratuito = Tú eres el
producto

WP 2



Institución	ProEduca z.s.
Proyecto	DataPro
Nivel de difusión	Público
Fecha de presentación	Junio 2025
Autores principales	Pippa Thompson Lucie Brzáková



**Co-funded by
the European Union**

Financiado por la Unión Europea. Sin embargo, las opiniones expresadas son únicamente de los autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea ni de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser responsables de ellos.