



Áreas Transversales: Sociales, Castellano, matemáticas, artística, sociales, economía, inglés.

Elabora: Gigliola Martínez

TIEMPO: 1 ____ 2 X

COMPETENCIAS: Orientación al resultado, cognitivo

PROPÓSITO:

- Realizar un plan de negocio

INDICADORES DE DESEMPEÑO:

Aplicación responsable de la tecnología en los negocios, mediante el manejo del conflicto, la reutilización, el conocimiento de sistemas neumáticos e hidráulicos, la biotecnología y el liderazgo emocional en la era digital.

TEMA: Liderazgo y emociones en la era digital: Influencia emocional de los medios digitales y evaluación del impacto emocional con inteligencia artificial

METODOLOGÍA INSTITUCIONAL C3

CONCIENTIZACIÓN

LIDERAZGO Y EMOCIONES EN LA ERA DIGITAL

Liderazgo digital

Es la capacidad de orientar, comunicarse, tomar decisiones y trabajar con otras personas utilizando responsablemente las tecnologías digitales.

La Inteligencia Emocional en el entorno digital

Para liderar en la era digital se necesita Inteligencia Emocional, que es la capacidad de reconocer, entender y manejar nuestras propias emociones y las de los demás. En la red, esto se traduce en tres pilares esenciales:

- **Autocontrol digital:** Saber cuándo desconectarse para no saturarse ni tomar decisiones bajo estrés o enojo (por ejemplo, evitar responder un mensaje o correo de trabajo con rabia).
- **Empatía virtual:** Recordar que detrás de cada avatar, correo o perfil hay un ser humano. Escuchar activamente a los compañeros de equipo, aunque sea a través de una videollamada.
- **Resiliencia y adaptación:** En el ecosistema digital, las cosas cambian muy rápido. Las herramientas quedan obsoletas y las tendencias cambian; un buen líder no se frustra ante el cambio, sino que se adapta y aprende.

Las 4 habilidades del líder emprendedor digital

Habilidad	En qué consiste	Ejemplo práctico
Comunicación asertiva	Expresarse con claridad, respeto y tono adecuado por medios escritos y digitales.	Redactar un correo claro sin sonar agresivo ni confuso.
Gestión del tiempo	Evitar la procrastinación y el "trabajolismo" digital.	Establecer horarios para revisar notificaciones y descansar.
Escucha activa	Prestar atención a las necesidades del equipo sin distracciones digitales.	Apagar las notificaciones del celular durante una reunión de equipo.
Pensamiento crítico	Analizar la información antes de actuar o compartir.	No llevar al equipo a tomar decisiones basadas en datos falsos o apresurados.

INFLUENCIA EMOCIONAL DE LOS MEDIOS DIGITALES Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO EMOCIONAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La Influencia Emocional de los Medios Digitales

La influencia emocional es la capacidad que tienen las plataformas digitales para modificar nuestro estado de ánimo, nuestras opiniones o nuestras decisiones de compra mediante el contenido que nos muestran.

- **El combustible del algoritmo:** Los algoritmos no buscan mostrarte "lo más bonito", sino lo que te mantiene enganchado. ¿Y qué nos engancha más? Las emociones intensas: el humor, la sorpresa, la indignación o la curiosidad.
- **El ciclo del Scroll Infinito:** Cuando un contenido nos hace reír o nos impresiona, el cerebro libera dopamina (placer). Queremos repetir esa sensación y seguimos deslizando.
- **Enfocado al Emprendimiento:** Como futuros emprendedores o creadores, debemos entender que un producto o marca no vende solo por sus características técnicas, sino por la emoción que transmite (seguridad, estatus, pertenencia).

Evaluación del impacto emocional con inteligencia artificial

1. Detección automatizada de emociones

- **Análisis de texto:** modelos de IA escanean millones de publicaciones, comentarios o chats para identificar patrones emocionales (tristeza, ira, euforia, ansiedad) y correlacionarlos con tipos de contenido, horarios o eventos.
- **Reconocimiento facial y de voz:** en entornos controlados (investigación, pruebas de usabilidad), la IA analiza microexpresiones, tono de voz y ritmo del habla para inferir estados emocionales en tiempo real.

- **Biometría conductual:** patrones de tecleo, velocidad de scroll, pausas, abandonos de app y otras señales digitales se usan como proxies de engagement emocional.

2. Personalización y predicción

- Los algoritmos de recomendación (TikTok, Instagram, YouTube, Netflix) no solo responden a lo que haces, sino a cómo te sientes: si detectan que ciertas emociones (nostalgia, indignación, curiosidad) retienen más tu atención, optimizan el contenido para reforzarlas.
- Modelos predictivos pueden anticipar picos de malestar emocional, riesgos de crisis o abandono de plataforma, permitiendo intervenciones preventivas (ej. mensajes de apoyo, límites de uso, sugerencias de contenido positivo).

3. Intervenciones basadas en IA

- **Chatbots terapéuticos y acompañamiento emocional:** asistentes como Woebot, Pi o versiones especializadas de modelos de lenguaje ofrecen escucha activa, técnicas de regulación emocional y seguimiento de estado de ánimo.
- **Sistemas de alerta temprana:** en entornos educativos o corporativos, la IA puede detectar señales de burnout, aislamiento o angustia y notificar a profesionales o activar recursos de apoyo.
- **Diseño ético de plataformas:** empresas están usando IA para auditar sus propios productos, identificando qué características generan más ansiedad, comparación o adicción, y rediseñándolas para reducir daños.

4. Limitaciones y riesgos éticos

- **Precisión y sesgo:** los modelos de IA aún no captan matices culturales, contextos ironías o emociones complejas; pueden malinterpretar o reforzar estereotipos.

- **Privacidad y manipulación:** la recolección masiva de datos emocionales plantea riesgos de vigilancia, profilaxis emocional y manipulación comercial o política.
- **Falta de empatía genuina:** aunque la IA puede simular empatía, estudios muestran que las personas perciben menos apoyo emocional real en interacciones con IA que con humanos, y prefieren contacto humano cuando buscan conexión auténtica.

CONTEXTUALIZACIÓN

1. ¿Qué contenido digital influye más en tus emociones y por qué?
2. ¿Crees que la IA puede comprender realmente cómo se siente una persona? Explica tu respuesta.
3. ¿Qué riesgos existen si una empresa utiliza la IA para influir en las emociones de los usuarios?
4. ¿Cómo puedes hacer un uso más consciente y responsable de los medios digitales?
5. Utiliza una de las IA de análisis de sentimiento

<https://www.gadegetkit.com/es/ai-tools/sentiment-analyzer/analyze-customer-feedback-free>

<https://pensio.app/es/tools/sentiment-analyzer/>

<https://kitmul.com/es/ai/sentiment-analyzer>

Caso 1: Un emprendimiento escolar de diseño de ropa y accesorios personalizados lanza su tienda en línea. Por un error al configurar la página, un buzo bordado que cuesta \$80.000 COP se publicó a \$8.000 COP. En menos de dos horas, 25 clientes hicieron la compra y pagaron por la web. El equipo está en pánico: no tienen dinero para asumir la pérdida y el diseñador del grupo quiere cancelar los pedidos enviando un mensaje seco diciendo "Fue un error del sistema, no les vamos a mandar nada y les devolvemos la plata".

- Identifiquen qué emoción dominó la primera reacción del diseñador. Explique su respuesta

Caso 2: Un grupo de cuatro estudiantes creó una agencia de marketing digital para microempresas del barrio. Tienen una entrega muy importante para un cliente real el lunes por la mañana. Durante todo el fin de semana, uno de los integrantes —encargado de los diseños visuales— no respondió los mensajes del grupo en WhatsApp, no avanzó en la carpeta compartida de Google Drive y apareció el domingo a las 11:00 p.m. diciendo: "Tranquilos, me fui de viaje y no tenía señal, mañana en el descanso lo hago". Dos integrantes del grupo están furiosos y quieren sacarlo del proyecto e insultarlo en el chat.

- Escriban el mensaje de reclamo que el líder del equipo debe enviarle a este compañero, aplicando comunicación asertiva (sin insultos, pero con firmeza sobre los compromisos).

Caso 3: Una de las estudiantes está haciendo una transmisión en vivo por Instagram para vender postres artesanales hechos por su equipo. En medio del Live, con más de 80 personas conectadas, un usuario empieza a comentar repetidamente: "Esa comida es antihigiénica, a mi primo le dio dolor de estómago cuando comió uno de esos postres, no les compren, son una estafa". La estudiante que está frente a la cámara se pone roja, se le aguan los ojos y no sabe si cerrar la transmisión, confrontar al usuario agresivamente en vivo o fingir que no vio los comentarios.

- ¿Qué debe hacer la persona que está en cámara en ese preciso segundo para mantener la calma?
- Redacten la respuesta verbal inmediata que la estudiante debería dar en la transmisión para manejar el comentario con madurez, criterio y elegancia antes de continuar con la venta.

RUBRICA

Actividad tecnología e informática-emprendimiento					
Aspectos a evaluar	ESCALA DE CALIFICACIÓN				
	4.6 a 5.0 Desempeño superior	4.0 a 4.5 Desempeño Alto	3.0 a 3.9 Desempeño Básico	1.0 a 2.9 Desempeño bajo	Porcentaje
Crea informes escritos con adecuada redacción y ortografía.	Elabora eficientemente escritos con adecuada redacción, ortografía donde se identifican el tema tratado	Elabora medianamente escritos con adecuada redacción, ortografía donde se identifican el tema tratado.	Elabora escritos con problemas de redacción, ortografía donde se identifica el tema tratado	Elabora con dificultad escritos con problemas de redacción, ortografía sin identificar el tema tratado	50%
Utiliza herramientas informáticas	Domina y utiliza herramientas de manera elevada para la elaboración de trabajos escritos.	Domina y utiliza la herramienta de manera eficaz adecuada para la elaboración de trabajos escritos	Domina y utiliza la herramienta para la elaboración de trabajos escritos.	Presenta dificultades para utilizar la herramienta en la elaboración de trabajos escritos.	50%
Total					100%