ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

El fenómeno de la Nomofobia: Un estudio sobre la ansiedad por la desconexión digital en la sociedad moderna.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Joseph Gustavo Dorich Gonzales
DNI: 74650671, Perú

ASESOR

Jasmine Erika Mora Sifuentes
DNI: 42796130, Perú
ORCID: 0009-0007-4244-4610

JURADO

Jesus Leonardo Vivanco Enriquez
Kelly Doris Sánchez Villanueva
Cesar Efrain Rojas Gordillo

Lima, septiembre 2026

Informe-22142-Dorich.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614021969

Fecha de entrega
12 ago 2026, 11:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 7:27 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-22142-Dorich.docx

Tamaño del archivo
5.7 MB

33 páginas

5082 palabras

28.603 caracteres

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
6%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

- Dedico este proyecto de innovación a mi familia y amigos, quienes fueron pieza fundamental en el desarrollo de esta investigación. Su apoyo incondicional y su disposición al compartir sus experiencias en las entrevistas y encuestas enriquecieron profundamente este trabajo. Mi más sincero agradecimiento a cada uno de ellos.

  Joseph Dorich

Agradecimiento

- Mi más sincero agradecimiento a mi familia por estar siempre conmigo. Quiero mencionar principalmente a mi mamá y hermana, por cada consejo brindado y su apoyo absoluto durante todo el desarrollo de esta investigación. Gracias por confiar en mí y este nuevo logro.

  Joseph Dorich.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. 11.1

11.2

11.3

1**II.**

22.1

22.2

32.3

42.4

42.5**Error! Bookmark not defined.**2.5.1

82.5.2

102.5.3

112.5.4

122.5.5

132.5.6

132.5.7

142.5.8

17 17

III. 183.1 18**IV.**

224.1 224.2

22**V.** 23**VI.**

Anexos **23**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Prueba de Tabla 1

Tabla 2. Presupuesto estimado de inversión inicial para equipos de audio y video 18

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas (Planteamiento del problema) 2
Figura 2. Arquetipo de usuario (Mateo Novoa) 8
Figura 3. Mapa de empatía 9
Figura 4. Lienzo de Propuesta de valor 11
Figura 5. Modelo de Negocio (Canvas de "Descarga") 13
Figura 6. Logo del podcast "Descarga" 14
Figura 7. Interfaz de visualización del podcast en la plataforma Spotify 15
Figura 8. Interfaz de la página web oficial del proyecto "Descarga" 15
Figura 9. Ambientación del espacio de grabación y set del video podcast 16
Figura 10. Matriz/Checklist del Prototipado (Viabilidad) 16
Figura 11. Gráfico estadístico de evasión del entorno en situaciones de estrés 17
Figura 12. Gráfico estadístico de disposición a participar
en una Experiencia Transmedia 17

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

El fenómeno de la Nomofobia: Un estudio sobre la ansiedad por la desconexión digital en la sociedad moderna.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El fenómeno de la Nomofobia: Un estudio sobre la ansiedad por la desconexión digital en la sociedad moderna.aborda la Nomofobia en Lima Metropolitana, un fenomeno que genera ansiedad, aislamiento y phubbing en jóvenes debido a la dependencia que genera el aparato móvil como escape del caos urbano. El público objetivo comprende adolescentes, universitarios, profesionales jóvenes de 16 a 30 años (Generación Z).

Como solución, se propone " Descarga", un espacio de comunicación audio textual compuesto por video podcast transmedia de cuatro capítulos difundidos en Spotify y una página web. Su componente innovador y valor diferencial radica en el uso de narrativas inmersivas y testimonios reales de jóvenes peruanos, transformando el celular como herramienta de reflexión empática y autorregulación consciente, superando las aplicaciones tradicionales de bloqueo y de charlas tradicionales.

El impacto esperado es masificar el concepto de la nomofobia, construir una comunidad interactiva autosustentable mediante donaciones, y restaurar la convivencia familiar y la salud mental de los oyentes.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En el contexto peruano, el uso irracional de celulares en la población ha avanzado a un ritmo muy acelerado, especialmente en Lima Metropolitano. La conectividad móvil se ha vuelto en un servicio fundamental en la vida cotidiana de la población la cual ha traído el auge de la nomofobia, según INEI. En Perú el uso excesivo del celular no es solo herramienta para el estudio o trabajo, sino un escape al caos cotidiano del tráfico, el transporte público y distintos factores que afectan la vida cotidiana de una persona en Lima, Perú. Al ser un fenómeno actual, es importante ahondar en un tema como este, involucrando e informando a más personas quienes pueden estar pasando por esto sin saber siquiera de lo que se trata. Esta situación ha normalizado el phubbing en los espacios donde solo debería ser de compañía

familiar y de amistades generando conflictos y/o altercados por la preocupación respecto al tipo de relación que se está manejando con la otra persona.

II. Descripción de la innovación

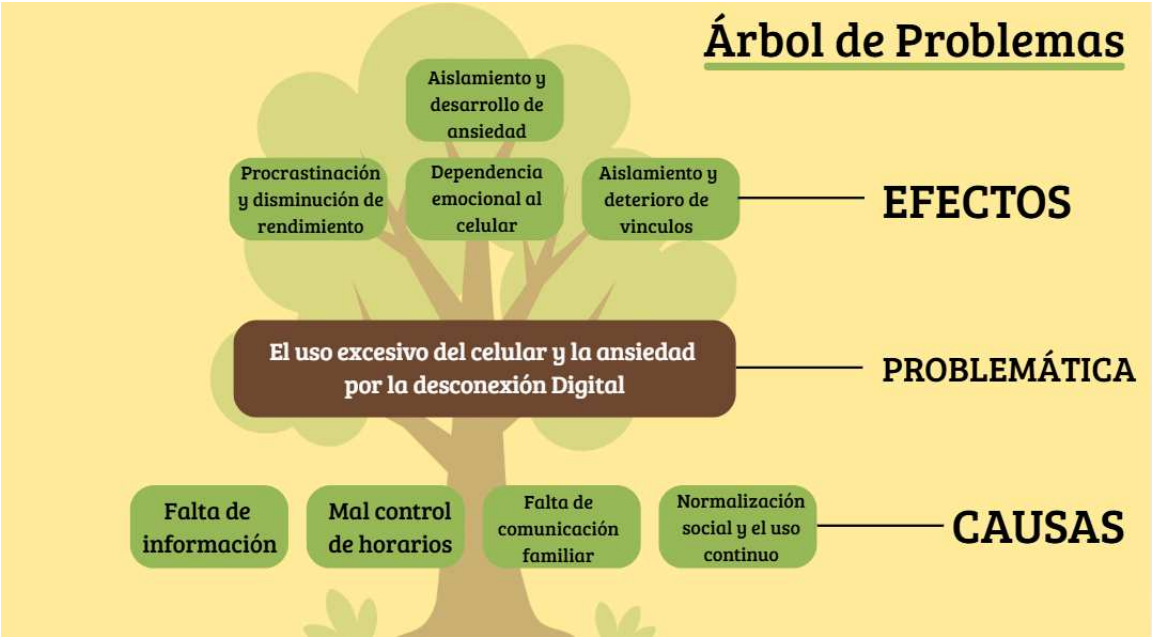
2.1 Planteamiento del Problema

Debido a la situación del Perú, la creciente dependencia de los dispositivos móviles ha generado una desconexión emocional y social en jóvenes urbanos, quienes experimentan ansiedad, aislamiento y deterioro en sus vínculos afectivos al enfrentarse a espacios sin conexión digital. Esta situación, conocida como nomofobia, no solo afecta su bienestar psicológico, sino que también limita su capacidad de estar presentes en el mundo físico, generando una fragmentación de la identidad y una pérdida de sentido en las interacciones cotidianas.

A su vez, no solo en Perú sino a nivel mundial, se ve reflejado el impacto de la tecnología en las personas y su comportamiento. Las redes se ven plagadas de contenido nuevo todos los días, trends, tendencias y hasta temas sociales o psicológicos, que terminan influyendo a los jóvenes en su forma de pensar y relacionarse con el mundo, las personas y hasta ver la vida en base a lo que pueda salirle un día en su feed de su red social de preferencia.

La falta de masificación del tema de la nomofobia, su concepto y todo lo que significa en la vida cotidiana de una persona que tiene esta condición, hace que las personas vean normal el hecho de estar todo el tiempo pegado al celular, o estar siempre pendiente de una notificación, un mensaje, un nuevo video, nueva tendencia, etc.

La forma en como manejamos los tiempos con la tecnología también es importante de recalcar, se ve muy a menudo personas que están más de 8-9 horas en el celular, eso sin contar las horas detrás de una computadora, una televisión que llegan a afectar a largo plazo de distintas formas la salud.



Nota: Imagen de elaboración propia

2.2 Población beneficiaria

Teniendo como base todo lo anterior concluimos que los beneficiarios directos de este proyecto son adolescentes, estudiantes universitarios y jóvenes adultos que viven y han crecido en entornos hiperconectados. Dando como resultado que estén expuestos a la ansiedad digital y la dependencia emocional del celular.

Edad:

Adolescentes: 16-18.

Estudiantes Univ: 18 - 25.

Profesionales jóvenes: 25 - 30.

Los Beneficiarios Indirectos serían los centros de psicología, las plataformas que se encarguen o quieran empezar con la globalización del tema de la nomofobia, los psicólogos independientes, las salas de terapia, etc.

El entorno familiar primario como padre, hermanos y familiares directos quienes experimentaron una mejora en las dinámicas de convivencia familiar, la restauración de los canales de comunicación intrafamiliar y una reducción de los conflictos originados por el aislamiento digital del joven.

Algo clave a recalcar es que en el Perú, la desigualdad en el acceso digital entre zonas rurales y urbanas es profunda, lo cual condiciona los ámbitos digitales y la manifestación de fenómenos como la nomofobia. Por ejemplo, en el cuarto trimestre de 2024, sólo el **51,8 %** de la población de áreas rurales accedió a Internet, mientras que el acceso en zonas no rurales fue significativamente mayor. (INEI, 2024)

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo Principal:

La idea es provocar conciencia emocional y crítica sobre el impacto de la nomofobia en la vida cotidiana, utilizando experiencias transmedia que permitan al público encarnar, observar y reflexionar sobre la ansiedad digital desde múltiples formatos narrativos.

A su vez es de vital importancia evidenciar las diferencias generacionales frente al uso del celular y la experiencia de desconexión.

El objetivo principal para este proyecto es que los adolescentes, jóvenes y adultos jóvenes que padecen de nomofobia no se desconecten totalmente del celular, sino que lo utilicen de una forma que puedan saber cómo autorregularse de una forma consciente y sana. Para ello, se propone el desarrollo de un espacio de comunicación audio textual (podcast) que se encontrará en nuestra pagina web, donde los usuarios puedan participar y contar sus testimonios y problemas que ha causado la nomofobia en sus vidas y los oyentes puedan recapacitar y saber a que realmente le prestan atención cuando están rodeados de amigos o familiares, si a ellos o al celular y de una forma bastante consciente y utilizando al "gran objeto" del problema como una forma de concientizar a las personas sobre lo que causa la nomofobia a través de las narraciones de testimonios de otras personas con el problema. También esto es algo que a nuestro público objetivo les atrae mucho más que un app de bloqueo y una charla tradicional.

2.4 Marco referencial

Es bastante claro que la tecnología ha avanzado de una forma muy grande en el mundo haciendo que muchos adolescentes y adultos escapen de la rutina y los diferentes problemas ya comunes de la sociedad, también en expresarse a diferentes usuarios a través de redes sociales. Esta forma de expresarse y distraerse ha ocasionado dependencia y una adicción al celular. Hoy en día en la sociedad, el

uso de dispositivos móviles se ha consolidado como una necesidad fundamental que optimiza y simplifica distintas actividades en la vida cotidiana.
Según varios artículos investigados y analizados se hace como referencia que la aparición de la nomofobia como patología comportamental es de reciente aparición.

Problemáticas que ha traído en la sociedad

A su vez, es una condición que se detecta con facilidad, sin embargo, repercute en el público juvenil de una manera silenciosa. Esto demuestra que el apego tecnológico no responde a un deseo de satisfacción individual, sino que está fuertemente condicionado por el entorno social y estímulos cognitivos que el usuario recibe de su grupo.(García 2017)´´(Sosa Manchego & Pastor Molina,2021, p. 3).

Las problemáticas más comunes que ha traído son la dependencia, síndrome de abstinencia y ansiedad. Tomando en cuenta que estos problemas tienen tratamiento pero no cura en general. (Avelar, Sinthia Naneth & Rodríguez Pittí, Angela María, 2022).

Este trastorno tecnológico del siglo XXI tiene la capacidad de cambiar nuestras acciones y nuestra identidad; nos facilita la sensación de compañía, aunque no de manera física, sino a través de lo virtual. La nomofobia influye principalmente en los aspectos cognitivos, psicológicos, sociales y culturales, alterando la personalidad, la autoimagen, la autoevaluación, la autoestima, las destrezas sociales, entre otros. (Álvaro, 2015, como se citó en Sosa Manchego & Pastor Molina, 2021).

Según estudios en Panamá se llegó a una conclusión, después de realizar un cuestionario a 198 adolescentes, la encuesta arrojó que a un 59,79% les molestaría no poder utilizar sus celulares cuando ellos quisieran. Esto es claramente un síndrome de dependencia hacia el aparato electrónico. Para otros adolescentes el acompañamiento, el amor y la protección son pilares fundamentales en su desarrollo, sin embargo esto no impide que busquen también independencia. Esto

se refleja en los resultados obtenidos, donde el 79.07% de los encuestados manifestó sentir ansiedad ante la falta de comunicación con familiares o amigos. El problema radica en que estos apoyos emocionales se reciben a través de los celulares y no a través de gestos, abrazos o miradas.
Con toda la información recopilada y analizada, pudimos desarrollar una solución respecto a este tema que nos afecta.

Soluciones respecto al tema

Para hacer frente a la nomofobia, se pueden llevar a cabo diferentes estratégias. Entre estas, se sugiere formar áreas libres de tecnología, fomentar actividades sin dispositivos, organizar días para la desconexión digital, establecer fechas concretas para una desintoxicación digital, restringir el uso del teléfono móvil en las mañanas y definir horarios específicos para su utilización (Pineda Solorio et al., 2025).

Como señalan Bernat et al. (2016, como se citó en Pineda Solorio et al., 2025) "la reintegración de la práctica física y una enseñanza deportiva estricta es uno de los métodos utilizados en los centros de recuperación tecnológica". En otras palabras, la reintegración metódica de la actividad física y la disciplina en el deporte será fundamental. Promover el disfrute de la vida sin tecnología contribuirá a enfrentar la nomofobia, disminuyendo los peligros de la infoxicación y la hiperconectividad.

Lejos de limitarse a estos factores, la práctica de una desconexión intencional promueve elecciones mucho más sensatas en el economista digital. Asimismo juega un rol clave en el desarrollo de mecanismos individuales orientados a moderar el empleo diario de los smartphones. (Pineda Solorio et al., 2025)

Nuestra propuesta de solución no busca prohibir el celular como tal, sino generar una “Desconexión Consciente”, y no como las apps tradicionales de bloqueo que se utilizan mayormente. Nuestra propuesta utiliza un podcast narrativo en nuestra página web, donde los usuarios dejan de ser espectadores y se convierten en un participante activo, Esto se logrará con testimonios reales de jóvenes peruanos que

han sufrido de nomofobia, permitiendo que los oyentes encarnen la ansiedad y reflexiones sobre su propia salud mental desde la empatía, convirtiendo el celular (el mismo objeto que genera el problema) en una herramienta para la propia reflexión.

Consideraciones Teóricas

Esta condición suele estar en el completo anonimato en gran parte de la población, hasta el punto de desarrollar ciertos problemas con el apego al celular y normalizando el hecho de no poder estar lejos del internet. Una encuesta realizada por el Target Group Index (TGI) arrojó que un 75% de los encuestados confirma sentir periodos de adicción por el uso del internet, un 73% suele descubrir noticias, eventos de último momento gracias a las redes sociales y un 69% siente emoción por descubrir nuevas aplicaciones diariamente.

Otro punto a recalcar es que el papel de las Empresas grandes y comerciales juega un papel importante hoy en día al momento de recolectar, compartir y comunicar problemáticas o campañas en base a un tema en específico; en una sociedad mayoritariamente digitalizada, las redes se vuelven el puente más importante para masificar ciertos temas de preocupación.

Por ejemplo, Google, compañía conocida mundialmente también se unió a la lucha y prevención contra el uso excesivo del móvil y el internet mediante su función ¨Focus Mode¨ que pone en marcha un temporizador que bloquea temporalmente el acceso a determinadas aplicaciones, lo cual contribuye a que mantengas la concentración.
Si el modo de enfoque está activado, las aplicaciones no pueden abrirse y, por ende, tampoco recibimos sus notificaciones. Si una aplicación está desactivada, su ícono se muestra en gris para que la pantalla sea menos atractiva o menos propensa a distraerte.

A su vez, hoy en día han habido campañas internacionales ya sea en Sudamérica como es el caso de ¨Mente en Línea¨ (Paraguay) campaña sobre salud mental y el uso del internet realizada por TEDIC (Tecnología, Educación, Desarrollo, Investigación y Comunicación) en donde comparten a fondo los elementos que repercuten en el bienestar psicológico y el comportamiento humano frente a los entornos virtuales, se puede recurrir a fuentes informativos como publicaciones científicas, notas editoriales, foletos ilustrados y formatos de audio tipo podcast.

Es importante decir que la versatilidad de los teléfonos móviles los ha transformado en una herramienta incorporada al estilo de vida diario, especialmente en la población de estudiantes universitarios, también conocidos como "nativos digitales", término que se refiere a aquellos individuos que nacieron y se desarrollaron en un ambiente con una exposición digital más alta, como es el caso de la era tecnológica (Aliaga-Valenzuela & Morales-García, 2025).

¨Si bien no podemos negar las ventajas relacionadas al uso de tecnología, estar en estado constante de hiperconectividad y de alerta contribuye al aumento de estrés y de comportamientos relacionados a la ansiedad, depresión y otros riesgos psicosociales.¨(Mente en línea, 2025)

Una de las campañas más conocidas en contra de las nomofobia se realiza cada 2 de marzo en España llamada #NOPHONEDAY. Esta campaña propone dejar el celular todo un día completo para que las personas tomen conciencia de cuánto es el tiempo que le dedicamos por todo un día. Esto llegó a una conclusión de que el 5% de la población española sea adicta a los celulares y más que el 15% se encuentra en riesgo de serla.

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Para la construcción del arquetipo de usuario, en base a una investigación enfocada en el grupo demográfico más vulnerable, la nomofobia. El dato resultó que el impacto directo se concentra en un público joven con un rango de edad de

16 a 30 años de edad. Con este dato de toda esta problemática escogimos a Mateo Novoa. El representante ideal de nuestro perfil de nuestros usuarios. Un estudiante universitario de Lima Metropolitana cuya dependencia a lo digital es al 100%, padece malestar por no tener el celular a la mano, pero también busca otros métodos para poder conectarse al mundo físico como el deporte o experiencias transmedia.

Figura 1 arquetipo de usuario



Nota: El gráfico muestra el arquetipo de usuario desarrollado para nuestra investigación. Mateo Novoa, un estudiante de Diseño Gráfico de 21 años en Lima Metropolitana. En sección izquierda y central se detalla sus datos demográficos, hábitos de consumo digital y conductas de hiperconectividad; mientras que en la sección derecha se mapea su relación directa con la propuesta, mostrando su necesidades de autorregulación emocional y desintoxicación digital frente a la nomofobia.

Para profundizar en la psicología de nuestro usuario, diseñamos este Mapa de Usuario, el cual nos permitió analizar cómo el entorno de Lima influye en su nomofobia. Al estar rodeado de de un ambiente urbano caótico pensamos en ¿Qué ve?, ¿Qué oye?, y el usuario busca su celular como un mecanismo de escape

(¿Qué dice y hace?). También pudimos analizar que le genera una fuerte ansiedad interna cuando no está sin el celular en la mano (¿Qué piensa y siente?). Después de mapear sus frustraciones y necesidades nos deja en claro que también busca métodos para reintegrarse al mundo.

Figura 2 Mapa de empatía



Nota: Creación propia

2.5.2 Información sobre el Mercado

El mercado objetivo está comprendido por jóvenes de ambos sexos de 16 a 30 años de edad (Generación Z) residente de Lima Metropolitano, pertenecen principalmente a nivel socioeconómicos B y C, y que se encuentran cursando estudios superiores.

Este segmento se caracteriza por ser considerado como “nativo digital”, con una penetración del uso del smartphone que supera el 95% en entornos urbanos. Sin embargo, este mismo hiperconsumo los convierte en la población más vulnerable a desarrollar conductas de dependencia digital y sintomatología de nomofobia, afectando directamente su rendimiento académico y sus relaciones interpersonales presenciales.

El público juvenil consume podcast cuando se encuentra en sus tiempos muertos o en tránsito mientras viajan en transporte público o realizan tareas del hogar. Esto valida la viabilidad del proyecto haciendo una distracción pasiva a un consumo cultural y reflexivo.

En cuanto a la competencia existe podcast de psicología en general, pero podcast centrados específicamente en la creación de narrativas y testimonios reales sobre la nomofobia en Lima, es prácticamente nula. Esto representa una ventaja competitiva y una oportunidad de posicionamiento para el proyecto, que trae una propuesta fresca con la mezcla de temas y actividades que se realizan dentro del mismo.

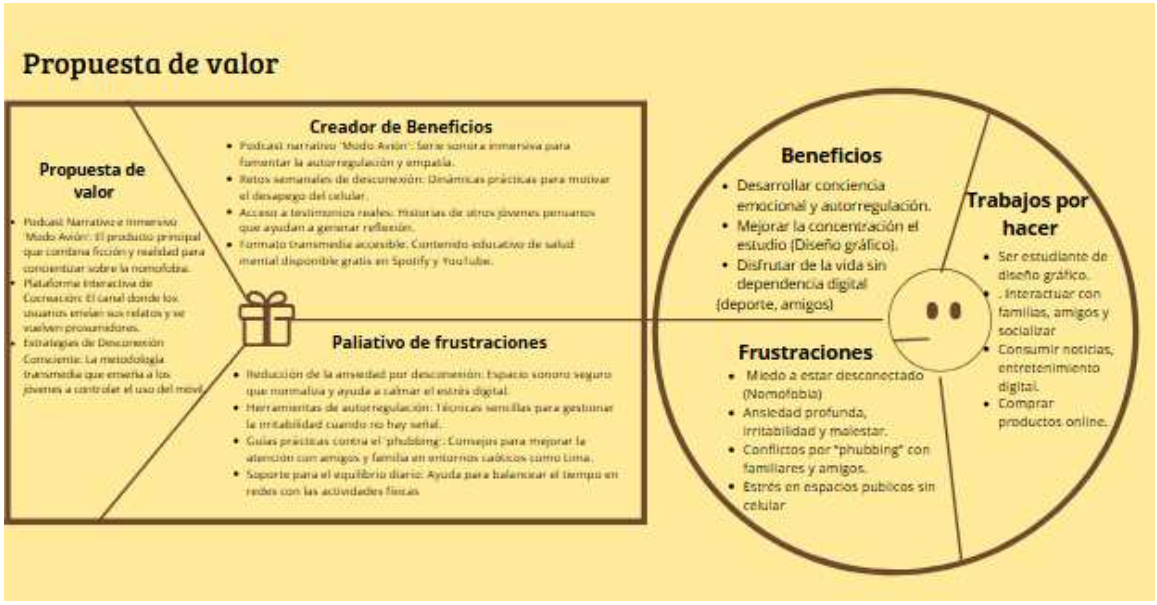
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Por ello, la construcción de esta propuesta de valor surge a partir de la identificación de una problemática cada vez más presente en jóvenes: la dependencia al celular y la ansiedad asociada a la desconexión. Para desarrollar el modelo, primero se analizó el comportamiento del público objetivo jóvenes estudiantes, especialmente universitarios identificando sus actividades cotidianas, necesidades y patrones de consumo digital.

A partir de ello, se mapean tres aspectos clave del usuario, los trabajos por hacer, entendidos como las actividades a cumplir en su día a día; las frustraciones, relacionadas con el malestar emocional, la ansiedad y los conflictos generados por el uso excesivo del celular.

Con esta información se diseñó una propuesta centrada en el acompañamiento emocional y la autorregulación mediante un formato narrativo e inmersivo. Así nació “Descarga”, un podcast transmedia que combina historias, retos prácticos y herramientas de desconexión consciente para ofrecer una experiencia accesible, empática y cercana al contexto juvenil peruano.

Figura 3 Lienzo de Propuesta de valor



Nota: La imagen muestra la propuesta de valor para el proyecto. En el sector derecho (Perfil del cliente) se desglosan las tareas, frustraciones y alegrías del estudiante superior frente a la nomofobia. En el sector izquierdo se definen los productos, alivadores y creadores de beneficios que ofrece el podcast interactivo para mitigar dicha dependencia digital a través de la autorregulación consciente.

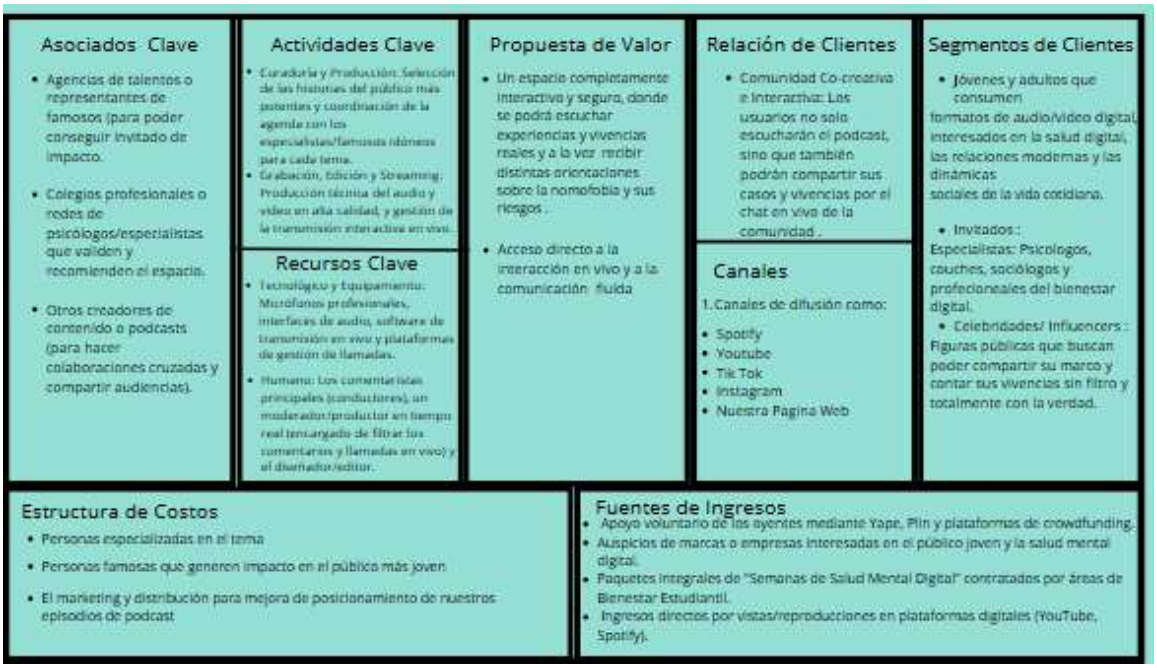
2.5.4 Diseño de producto/servicio

El servicio se compone de tres atributos comerciales y técnicos fundamentales:

- **Atributos de Contenido:** Cada episodio se estructura bajo una narrativa cercana pero con respaldo científico. Se abordan temáticas vinculadas a la salud mental, gestión del tiempo, neurobiología de las redes sociales y testimonios reales sobre nomofobia, contando con la participación de psicólogos, especialistas en tecnología y creadores de contenido jóvenes.
- **Atributos Visuales e Identidad**: Físicamente, el set de video-podcast proyecta una estética, minimalista y vanguardista. Utiliza una paleta de colores basada en contrastes oscuros con iluminación LED cálida/amarilla y señalética neón con las siglas "DP".

- **Atributos Técnicos de Audio y Video:** Grabación de vídeo en resolución 1080p a para plataformas como YouTube y Spotify Video, y un buen tratamiento de audio que garantiza una experiencia sonora envolvente y nítida

2.5.5 Modelo de Negocio



Nota: "Descarga" es un podcast interactivo y transmedia diseñado para combatir la nomofobia tanto en jóvenes como adultos, ofreciendo un espacio seguro donde la audiencia no solo escucha los casos en vivo, sino que también co-crea el contenido compartimiento sus casos en vivo. El proyecto se sostiene a través de alianzas clave como psicólogos y creadores de contenidos que pueden dar validez científica y alcance, difundiendo a través de Spotify , Youtube y Tik Tok. Finalmente, es un modelo económicamente viable que genera ingresos mediante patrocinios, reproducciones en plataformas, donaciones y un sector de contenido premium avanzado.

2.5.6 Resultados esperados

Esperamos que los resultados en cuanto a las entrevistas y las encuestas que se realizará a nuestro público objetivo con los puntos ya mencionados puedan conocer

la nomofobia, sus conflictos y la problemática que ha traído en la vida cotidiana de la personas. Las personas tendrán un rango de edad de 19 a 30 años.

A su vez esperamos un recibimiento positivo, de parte del público, de tal forma en que podamos crear una comunidad interactiva, donde no solo fomentemos el tema sino también hagamos llegar a más oídos y masificar nuestro contenido.

Lo ideal sería poder volver el proyecto rentable, de manera en que mediante códigos de yape y donaciones enlazadas al podcast para poder ampliar nuestro contenido y así volverlo autosustentable.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El Video Podcast es una experiencia sonora transmedia que combina ficción y testimonio. Cada episodio alterna escenas dramatizadas, con relatos reales enviados por jóvenes peruanos, generando un archivo vivo de experiencias sobre la nomofobia. El diseño sonoro simula la presión de las notificaciones constantes y el vacío que produce el silencio digital, provocando incomodidad y reflexión. A su vez también tiene espacios de tiempo donde los conductores conectan con los oyentes, fomentando la actividad física, como estiramientos, actividades físicas agradables a todo público.

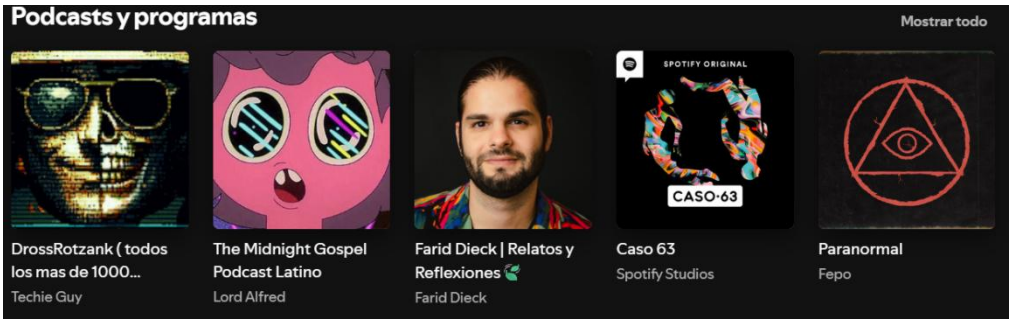
En Perú, el consumo de podcasts está en aumento: más del 35 % de jóvenes entre 18 y 35 años escuchan contenidos en Spotify o YouTube semanalmente (Statista, 2025), lo que convierte al formato en una vía inclusiva y accesible incluso en regiones donde no llegan experiencias físicas como VR o museos.

El objetivo del podcast es abrir un espacio íntimo para reflexionar sobre el vínculo emocional con la tecnología

La plataforma de difusión será por spotify y consta de 4 capítulos de 20 minutos.



Nota: Logo del podcast, de elaboración propia



Nota: Imagen de cómo se vería nuestro podcast en la plataforma Spotify



Nota: Imagen de cómo se vería la interfaz de nuestra página web,

con sus apartados y su menú principal con las distintas opciones



Nota: Imagen de cómo se el espació de grabación del video podcast, con ambientación y los presentadores.

Checklist

Checklist del Prototipado (Viabilidad)

Hacer la propuesta tangible

- Tener el concepto central del show ☑
- Grabar un maqueta de audio ☑
- Lanzar un episodio piloto corto ☑

Evaluar y Validar

- Conectar con la problematica actual ☑
- Revisar demo con los oyentes de prueba ☑
- Detectar fallas técnicas y de guion ☑

Comunicar efectivamente

- Presentar una propuesta de valor atractiva ☑
- Entregar retos prácticos para la audiencia ☑
- Asegurar la facilidad de distribución digital ☑

Recursos y presupuestos

- Tener herramientas de grabación alcanzables ☑
- Evaluar el potencial crecimiento del format ☑
- Ordenar y planificar tiempos de entregas realistas ☑

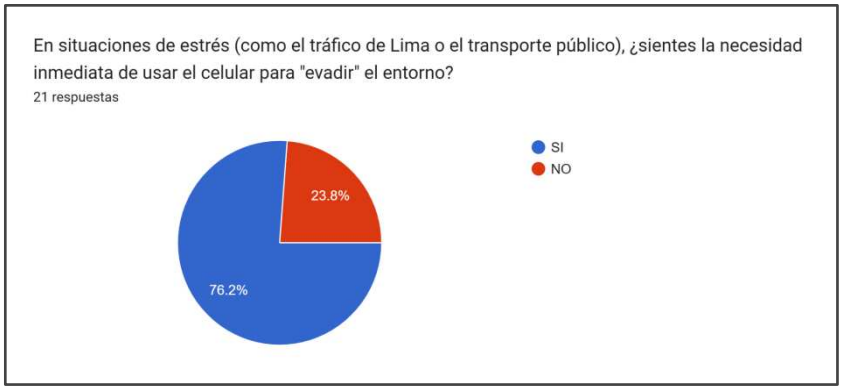
Nota:El prototipo "Descarga" es un video-podcast transmedia sobre la nomofobia en Lima, cuya viabilidad se validó técnicamente mediante el *Checklist del Prototipado*. A través de esta matriz, se consolidó un episodio piloto tangible, se evaluó el formato con el público objetivo (16 a 30 años), se aseguró la comunicación efectiva de retos de desconexión en Spotify y YouTube, y se optimizaron los recursos y presupuestos dentro de un cronograma realista

2.5.8 Experimentos

Actualmente, el proyecto se encuentra en una **fase de exploración inicial con el público objetivo** (jóvenes de 16 a 30 años). En esta etapa, el enfoque del equipo se ha centrado en validar las hipótesis principales sobre la nomofobia y medir el nivel de recepción hacia la propuesta transmedia. A través de las primeras encuestas y entrevistas cualitativas, estamos testeando la interacción directa del usuario con el concepto de "desconexión consciente" para ajustar el tono del contenido, la estructura de los guiones y la dinámica de los episodios piloto antes de pasar a la fase de escalamiento masivo.

En base a una encuesta realizada a 21 personas, se rescataron los siguientes puntos:

1.-



Nota: **El 76.2% de encuestados siente la necesidad inmediata de usar el celular para evadir el entorno.**

2.-



Nota: El 66.7% dijo que estaría dispuesto a participar en una Experiencia Transmedia, como escuchar un podcast que le ayude a reflexionar sobre su propia dependencia digital .

3.- En las entrevistas realizadas a 5 personas entre estudiantes y trabajadores que redondean la edad de entre 20 y 30 años, se plantearon 10 preguntas. Entre ellas fueron: ¿Crees que un podcast o un fanzine ilustrado sobre salud mental te llamaría más la atención que una charla técnica tradicional?), la mayoría de respuestas fueron que si les gustaría participar en este tipo de solución.
Otra de las preguntas fue: ¿Por qué crees que la actividad física y el deporte son tan efectivos para reducir la necesidad de estar conectado?, ante la cual respondieron que sí la consideran como una distracción sana y más efectiva.
Finalmente, a la pregunta: ¿Crees que usar el celular como escape al tráfico de Lima realmente nos relaja o nos suma un estrés digital innecesario?. la respuesta común es el escape, ya que los usan más como un medio de entretenimiento y descanso por todo el día de trabajo o estudio.
Esta fueron algunas preguntas realizadas y la tendencia de las respuestas. Para poder escuchar todas las entrevistas completas, se adjunta el enlace de Drive en el anexo.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Nuestro presupuesto es la primera prueba en base al prototipo que tenemos como solución para nuestra problemática. Lo hemos organizado en 4 distintos puntos en base a nuestro Modelo de negocio.

Si este proyecto se concreta, se realizará un segundo presupuesto más general y más específico.

Presupuesto

1. Inversión Inicial (Equipamiento Tecnológico)

Elemento	**Descripción / Especificación**	**Costo Estimado (S/.)**
Micrófonos Profesionales (x2)	Audio-Técnico AT2020 o blogs dinámicos tipo Shure MV7X (esenciales para alta calidad).	S/. 800
Interfaz de Audio	Focusrite Scarlett 2i2 o Behringer U-Phoria (para conectar los micros a la PC).	S/. 450
Iluminación y Soporte	2 aros de luz LED grandes o paneles básicos + trípodes para celular/cámara.	S/. 200
Cables y Accesorios	Cables XLR, brazos articulados para mesa y filtros antipop.	S/. 150
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		**S/. 1,600**

2. Costos Operativos Mensuales (Software y Plataformas)

Herramientas necesarias para mantener "Nuestra Página Web", el chat interactivo y las transmisiones en vivo

Servicio	Página Web	**Costo Mensual (S/.)**
Hosting y Dominio Web	Para alojar la web propia y el sistema de Chat en Vivo.	S/. 40
Plataforma de Streaming	StreamYard o Restream (versión básica para gestionar llamadas en vivo y transmitir a YouTube/Twitch).	S/. 80

Servicio	Página Web	Costo Mensual (S/.)
Distribución de Podcast	Anchor/Spotify for Podcasters (Subida a Spotify, Apple Podcast, etc.).	S/. 0 (Gratis)
TOTAL MENSUAL TECNOLÓGICO		**S/. 120**

3. Recursos Humanos y Marketing (Por Temporada / Mes)

Optimizado asumiendo que tú o tu equipo asumen la conducción principal

Concepto	Estrategia de Ahorro	Costo Estimado (S/.)
Diseñador / Editor	Edición de los episodios completos + cortes dinámicos (clips) para TikTok e Instagram. Alianza con estudiantes de ciclos finales o freelance.	S/. 600
Moderador en tiempo real	Encargado de filtrar llamadas y comentarios del chat en vivo durante el streaming. (Puede ser un socio del proyecto por porcentaje de ingresos futuros).	S/. 250
Marketing y Distribución	Pauta digital pagada (Ads) en TikTok e Instagram enfocada en Lima Metropolitana para ganar oyentes rápidamente.	S/. 200
TOTAL, MENSUAL HUMANO/MKT		**S/. 1,050**

4. Costo de Invitados (Especialistas y Famosos)

· **Psicólogos / Especialistas:** S/. 0. Se maneja mediante convenios con los Colegios Profesionales o clínicas. A ellos les conviene la exposición gratuita y el posicionamiento (marca personal).

· **Celebridades / Influencers:** S/. 100 (Presupuesto de cortesía / viáticos). Se les invita bajo el concepto de colaboración cruzada. Tú pones el espacio, la producción en alta calidad y los clips para sus redes, y ellos ponen su presencia. Los S/. 100 son para cubrir su movilidad, un buen café o un presente de agradecimiento de la marca.

Resumen Financiero para Lanzar el Proyecto

· **Para arrancar el Mes 1 (Equipos + 1 mes de operación + Mkt):** S/. 2,770

· **Costo de mantenimiento fijo mensual (A partir del Mes 2):** S/. 1,170

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- **Conciencia emocional sobre la nomofobia:** Se visibilizó la ansiedad por desconexión en jóvenes de 16 a 30 años, usando testimonios reales en el celular para generar autoanálisis.

· · **Validación de experiencias transmedia:** Se confirmó que un video podcast interactivo genera más empatía y aceptación que las apps de bloqueo o charlas técnicas tradicionales.

· · **Desconexión consciente y autorregulación:** Se motivó un uso saludable del celular sin llegar a la prohibición total, promoviendo actividades físicas contra el estrés urbano.

· · **Reducción del phubbing social:** Se evidenció la importancia de restaurar la convivencia presencial y mejorar la comunicación en el entorno familiar y de amistades.

-

4.2 Recomendaciones

Se propone producir y lanzar microepisodios de podcast enfocados en testimonios reales sobre la desconexión voluntaria, permitiendo que los jóvenes empaticen con la problemática.

Se recomienda establecer "zonas libres de tecnología" dentro de los salones de clase durante los trabajos grupales para priorizar la interacción analógica y la concentración.

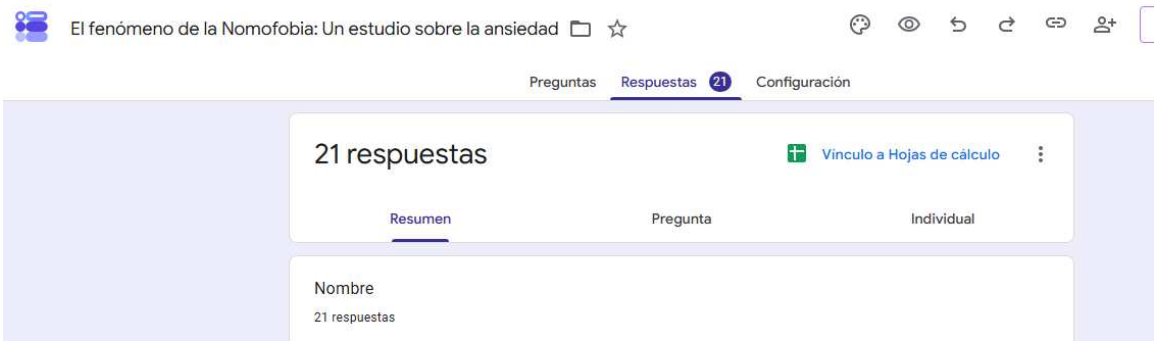
Se sugiere programar talleres interactivos dentro del aula donde se debatan los efectos de la nomofobia y se compartan técnicas prácticas de manejo de la ansiedad.

V. Referencias Bibliográficas

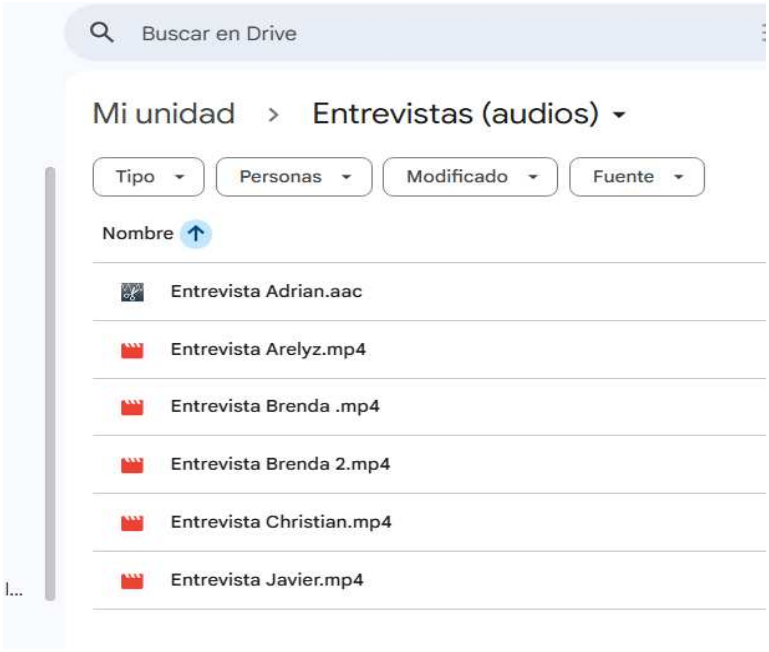
1) Ramos-Galarza, C., Jadán-Guerrero, J., Paredes, L., Bolaños, M., & Gómez, J. (2021). Análisis de la tecno-dependencia en estudiantes universitarios. **http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442021000400203&script=sci_arttext**
2) Bernat, E., & Martínez, J. (2016). La nomofobia como una adicción conductual en la sociedad hiperconectada. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (03). **http://www.eumed.net/rev/cccss/2016/03/nomofobia.html**
3) Sosa Manchego, L. M., & Pastor Molina, L. (2021). Factores problemáticos relacionados a la nomofobia..
4) TEDIC. (2021, 12 de mayo). *Lanzamiento de Mente En Línea, nuestra campaña sobre Salud Mental en Internet* **Lanzamiento de Mente En Línea, nuestra campaña sobre Salud Mental en Internet – TEDIC**
5) TEDIC. (2022, 15 de julio). *Mente En Línea: Espacios seguros e interacciones saludables a través de las pantallas digitales.* **Nomofobia y su implicación en la salud mental de estudiantes universitarios: una revisión bibliográfica | Socialium**
6) BBC News Mundo. (2019). *Focus Mode, la herramienta de Google que te permite desactivar temporalmente las aplicaciones que más te distraen* https://www.bbc.com/mundo
7) Pantallas Amigas. (2025). *Día mundial sin móvil #NoPhoneDay:dependencia y usoabusivo.*https://www.pantallasamigas.net/dia-mundial-sin-movil-no-phone-day-dependencia-uso-abusivo/

VI. Anexos

1) Dorich Gonzales, J. G., & Acosta Rosado, B. S. (2026). *Resultados de la encuesta sobre Nomofobia y dependencia digital en Lima Metropolitana* [Formulario de Google]. **https://docs.google.com/forms/d/1bPu_y44zMfNgxZVA6z-1COP-46LW4GManFh3Z7svGZ8/edit?hl=es#responses**



2) Dorich Gonzales, J. G., & Acosta Rosado, B. S. (2026). *Entrevistas cualitativas sobre el uso del celular como escape urbano* [Carpeta de Google Drive]. **https://drive.google.com/drive/folders/1bu5plGjo9yzX_iIcYe_ijTGotB_10C8d**


Buscar en Drive
Mi unidad > Entrevistas (audios)
Tipo
Personas
Modificado
Fuente
Nombre
Entrevista Adrian.aac
Entrevista Arelyz.mp4
Entrevista Brenda .mp4
Entrevista Brenda 2.mp4
Entrevista Christian.mp4
Entrevista Javier.mp4