

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

**Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos
jóvenes**

Ana Gabriela Hoyos Carvajal

Nicolás Stiven Ruiz Martín

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de maestro/a en Gestión y
Generación de Contenidos Digitales**

Asesor

Moisés Limia Fernández

Maestría Gestión y Generación de Contenidos Digitales

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Ciudad

2025



Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS	11
OBJETIVO GENERAL:.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
JUSTIFICACIÓN	12
MARCO CONCEPTUAL	16
METODOLOGÍA DESIGN THINKING	25
ESTADO DEL ARTE	33
PERSPECTIVA ÉTICA Y TRATAMIENTO DE DATOS	39
DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA Y HALLAZGOS	42
EMPATIZAR:	44
DEFINIR	81
IDEAR.....	82
PROTOTIPAR.....	88
TESTEAR Y AJUSTAR.....	115

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN	116
MODELO DE LO NEGOCIOS	122
CRONOGRAMA.....	126
CONCLUSIONES:	134
BIBLIOGRAFÍA.....	137
ANEXOS	143

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Resumen

Sin Ruido es un proyecto digital orientado a disminuir la infoxicación, entendida como la sobresaturación de información en una sociedad hiperconectada. Su principal público objetivo son los y las jóvenes de Colombia, quienes representan una de las poblaciones más expuestas a los efectos del consumo excesivo de contenidos digitales. A través del diseño de una aplicación y una estrategia de difusión digital, el proyecto busca ofrecer herramientas pedagógicas, diagnósticos personalizados sobre los niveles de infoxicación y programas de acompañamiento que promuevan un consumo más consciente, equilibrado y saludable de las redes sociales. Además, esta apuesta contempla procesos de sensibilización que permitan a los usuarios identificar patrones de uso problemático y adoptar prácticas que le aporten de manera integral a su bienestar. De esta manera, Sin Ruido no solo interviene en los hábitos de consumo, sino que también busca contribuir con a la generación de contenidos digitales más conscientes que impacten de manera positiva áreas como la salud mental y el desarrollo personal.

Palabras clave: *Infoxiación, redes sociales, ruido digital, sobrecarga informativa, bienestar digital.*

Abstract

Sin Ruido is a digital project aimed at reducing hyperconnectivity., understood as the oversaturation of information in a hyperconnected society. Its main target audience is the youth of Colombia, who represent one of the populations most exposed to the effects of excessive digital content consumption. Through the design of an application and a digital outreach strategy, the project seeks to offer educational tools, personalized diagnostics on levels of infodemic exposure, and support programs that promote a more conscious, balanced, and healthy use of social media. In addition, this initiative includes awareness processes that help users identify problematic usage patterns and adopt practices that contribute holistically to their well-being. In this way, Sin Ruido not only addresses consumption habits but also aims to foster the creation of more mindful digital content. The project acknowledges the need to build more sustainable virtual spaces, where information serves as a tool for empowerment rather than a source of overload. Thus, it promotes a preventive approach that addresses infodemic risks before they lead to negative impacts on mental and social health.

Keywords: Infoxication, social media, digital noise, information overload, digital well-being.

Introducción

Según el informe de *Digital 2024: Global Overview Report*, plataforma que mide las tendencias globales en relación con los entornos digitales, una persona en el mundo puede pasar un promedio aproximado de 6 horas y 40 minutos frente a las pantallas. Cifra que puede convertirse en casi 3.000 horas al año. Esta práctica que se ha venido expandiendo en los últimos años, ha impactado distintas dimensiones en los seres humanos. Expertos han relacionado esta conexión digital excesiva con: problemas del sueño, disminución de la productividad, falta de autoestima, síntomas de ansiedad y depresión, dificultad de relacionarse con otras personas, entre otros impactos negativos.

Es por esto que, pensando en cómo esta problemática a nivel más local ha impactado a la población en Colombia, que según el ranking de la revista Forbes (2024): “es el sexto país en el mundo en donde más se pasa tiempo en redes sociales”, el presente documento busca presentar de manera detallada el proyecto: *Sin Ruido, una apuesta por la desinfoxicación*. Iniciativa que, a través de una aplicación para celulares pretende contribuir al bienestar integral de las personas, que se ven expuestas a distintos niveles de ruido digital, y se han visto afectadas por los impactos negativos que esto conlleva.

Como se expondrá a lo largo del documento, *Sin Ruido* es un proyecto creado a través de la metodología Design Thinking, con los elementos presentados por los expertos David y Tom Kelley (2013). Donde se consideraron para el diseño y proyección de la implementación de la aplicación, las fases de: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Para lo cual, además se

sumaron etapas pensadas en la sostenibilidad de la iniciativa, tales como: sensibilización sobre la problemática a tratar, estrategia de comunicación y personalización del contenido.

Con el objetivo de poder conceptualizar la apuesta planteada por *Sin Ruido*, se tomaron a consideración para su aplicabilidad los siguientes términos: infoxicación, desinfoxicación, ruido digital, sobrecarga informativa, bienestar digital, economía de la atención, consumo consciente, curaduría de contenido y scrollear. Para lo cual, se adelantó una revisión de lo que desde la academia y la investigación se ha escrito hasta el momento sobre estos temas, como se podrá ver en la sección de *Marco conceptual*. Así mismo, estos conceptos fueron aplicados tanto en el planteamiento como en el diseño de la aplicación.

Para la construcción de la propuesta de valor de *Sin Ruido*, se utilizaron algunas herramientas de análisis, como se encuentra detallado en los distintos apartados del documento. Primero, se realizó un estudio de mercado a nivel global y regional para identificar las aplicaciones que tienen una apuesta similar. Segundo, se adelantó una identificación de las necesidades de los posibles usuarios del público objetivo, donde se realizó la construcción del buyer persona, determinado las narrativas de usuario en el marco del contexto colombiano. Y por último, se utilizó el modelo canvas, donde se plasmaron los elementos fundamentales del proyecto, tales como: identificación de las alianzas, financiación del proyecto y acciones claves a adelantar.

Como conclusión de la revisión de las herramientas mencionadas anteriormente, se determinó la importancia de que el contenido que los usuarios encontraran en la aplicación de *Sin Ruido* fuera personalizado. Para lo cual, en la arquitectura de la información se diseñó un quiz de

diagnóstico al iniciar la experiencia de usuario. Conforme a las respuestas, y según las necesidades expuestas, cada persona encontrará un plan según su nivel de exposición digital que en el marco del proyecto fueron catalogadas como: *Ruido bajo*, *Ruido alto* y *Ruido Medio*. El desarrollo de estas acciones, se encontrarán en los apartados correspondientes.

Es importante mencionar que, el proyecto *Sin Ruido* no consiste únicamente en la creación de una aplicación, sino que también contiene una estrategia de difusión inspirada en el contenido *transmedia storytelling*. Lo cual, se limitará a la creación de una comunidad a través de las plataformas de Instagram y Tik Tok, además de la construcción de narrativas comunes con los posibles aliados. Con el objetivo de hacer un *call to action* para descargar e interactuar con la app. A lo largo del documento se describirán estas acciones, apuestas y estrategias, que le han brindado solidez a la iniciativa.

Por otro lado, teniendo en cuenta que la apuesta del proyecto tiene un importante componente ético, debido a que busca impactar de manera positiva la salud mental del público objetivo – personas de entre 25 y 40 años que residen en Colombia en zonas urbanas y rurales –, el diseño del contenido audiovisual y de la aplicación en sí misma, en cuanto a sus formas, tuvo el acompañamiento de una profesional en psicología clínica, quien fungió como validadora de las propuestas adelantadas. Así mismo, conforme a la normativa vigente en el país en cuanto al tratamiento de datos. Como se detallará en el apartado de *Sección ética y privacidad*.

En conclusión, *Sin Ruido: Una apuesta por la desinfoxicación*, presenta un proyecto innovador que desde una visión ética le apuesta a abordar la problemática expansiva de los

impactos negativos de la sobresaturación digital. Por medio de una serie de acciones sencillas e interactivas, que van desde la sensibilización hasta la realización de actividades alternativas que le apuestan al bienestar integral de las personas, con el objetivo de que puedan hacer uso más consciente del contenido que consumen en las plataformas digitales.

Objetivos

Objetivo general:

Diseñar una aplicación móvil denominada *Sin Ruido*, que permita acompañar a personas adultas jóvenes en Colombia en procesos de desinfoxicación digital mediante diagnóstico personalizado, rutas de intervención y contenidos pedagógicos. Dese un enfoque ético y de bienestar integral.

Objetivos específicos

- Identificar los patrones de consumo digital del público objetivo del Proyecto, así como los impactos que esto está teniendo en su bienestar integral. Para ofrecer planes y alternativas personalizadas, para disminuir de manera progresiva los niveles de infoxicación.
- Posicionar en Colombia la aplicación de *Sin Ruido*, como una de las principales alternativas para atender los efectos negativos de la sobre exposición digital. Donde se evaluará y validará de manera constante el impacto del producto.
- Realizar una estrategia de difusión y sostenibilidad de la aplicación *Sin Ruido*, como producto.
- Construir una comunidad en las redes sociales de Instagram y Tik Tok alrededor del tema de la saturación digital.

Planteamiento del problema

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2024), Colombia es el quinto país en el mundo donde las personas pasan más horas conectadas a las pantallas, el promedio diario es de 8 horas y 43 minutos. Esto evidencia una sobre exposición a las plataformas digitales, lo cual podría considerarse como una infoxicación. Los principales afectados son los jóvenes entre 18 y 25 años, seguidos por el grupo etario de 26 a 40 años, siendo estos últimos los que por sus actividades cotidianas relacionadas al trabajo y al estudio tienen mayor ruido digital.

Los hábitos digitales relacionados con pasar tiempos prolongados en los entornos digitales consumiendo contenido de baja calidad, puede tener repercusiones directas sobre la salud mental y física, produciendo problemas de ansiedad, fatiga mental, baja autoestima y/o insomnio. Por ello, es fundamental contar con alternativas que respondan al contexto local colombiano debido a que la oferta que existe no tiene en cuenta estas particularidades.

Justificación

¿Por qué hacer un proyecto para la desinfoxicación en plena era de la hiperconectividad? Esa fue la pregunta fundamental con la que inició la idea de hacer *Sin Ruido*, una iniciativa que busca brindarle alternativas a las personas que por el ritmo de sus vidas cotidianas tienden a pasar más de 7 horas frente a las pantallas. Y es que, la relación constante con los dispositivos tecnológicos y los entornos digitales se ha convertido en una necesidad para el relacionamiento

con otros seres humanos, poder ser productivos en el sistema capitalista y responder a las nuevas estructuras sociales. Sin embargo, tiene efectos colaterales directos para el bienestar integral de las personas y comunidades.

Si bien son múltiples los beneficios que ha traído la evolución de las tecnologías de la comunicación para la humanidad -sobre todo en la democratización tanto del acceso de la información como de la creación de contenido-, diversos estudios han demostrado que la sobreexposición a estos entornos digitales ha afectado de manera negativa a los individuos. Teniendo en cuenta que el “uso excesivo de pantallas impacta negativamente en la salud mental y física, causando ansiedad, fatiga visual y trastornos del sueño” (SaludOnNet, 2024). Estos efectos secundarios se han convertido en un “dolor” colectivo que se ha venido expandiendo en los últimos años.

Es por esto que, el primer impulso creativo para realizar el proyecto *Sin Ruido* fue que sus creadores coincidieron que esa preocupación también resonaba en su ser. Y poco a poco fueron exteriorizándolo con su entorno más cercano, para descubrir que era un tema común en sus contemporáneos. Esto los llevó a hacer un estudio de mercado donde identificaron que en la región y en el mundo había oferta de aplicaciones que están orientadas a la desinfoxicación o consumo más consciente de contenido, pero en Colombia no había suficientes iniciativas similares. Por eso, a partir de la convicción, el sentido ético y la necesidad de generar y gestionar contenidos digitales, nace la idea de crear una aplicación para el contexto local.

El objetivo de *Sin Ruido* no responde solamente a disminuir el tiempo de conectividad en las pantallas, sino a tener un consumo más consciente del contenido digital al que se está expuesto. Con el fin de aportar al bienestar emocional y físico de las personas, impulsando conexiones más reales y la expansión del desarrollo personal. Por lo que, la apuesta que diferencia esta iniciativa, desde un punto de vista ético -tratándose de un tema tan fundamental y delicado como es la salud mental- es que el diseño de la experiencia de usuario de la aplicación cuenta con la validación y acompañamiento de psicólogos expertos. Porque no basta con ser estéticamente llamativos para responder a los intereses de los usuarios, es necesario poder brindar herramientas necesarias que no generen acción con daño.

El papel de la sobresaturación de información a través de las redes sociales y plataformas digitales ha tenido un impacto no solamente sobre los individuos sino también sobre cómo las sociedades se han transformado. Donde las decisiones y parámetros colectivos que se han impuesto están relacionados con el tipo de contenido digital que se ha vuelto tendencia. Lo que ha abierto un debate profundo sobre la responsabilidad ética del contenido para influenciar las preferencias de las masas, que algunas veces actúan impulsadas por información no verificada o noticias falsas. Por lo que, *Sin Ruido* a través de la pedagogía y de su apuesta por crear contenido de valor en redes busca también brindar elementos a los usuarios para un consumo digital más crítico y crear una comunidad alrededor de este tema.

¿Pero por qué crear una alternativa de disminución del ruido digital a través de la pantalla de celular? Porque *Sin Ruido* parte de un principio de realidad: el uso de la tecnología se ha vuelto

una parte fundamental de las interacciones humanas y sociales. Y el objetivo no es que los usuarios la eliminen de sus vidas, porque es una herramienta necesaria para actividades como comunicarse, estudiar, trabajar, etc. Por lo que, la aplicación pretende convertirla en su aliada para: a) mantener el contacto constante con los usuarios, y poder brindarles los planes personalizados para su desinfoxicación; b) promover un consumo más crítico y consciente del contenido y c) aprovechar la atención que el usuario tiene de por sí en el dispositivo.

Una vez identificado el para qué, es necesario tener claridad para quiénes se va a crear esta aplicación, con el fin de conseguir un impacto positivo en los usuarios. Por lo que, revisando las mediciones de conectividad de la población colombiana, se llegó a la conclusión que uno de los grupos etarios que se encuentra más proclive a la sobreexposición de pantallas son las personas de entre 25 y 34 años, quienes “registran un promedio de 6 horas y 42 minutos diarios” (XNSPY, 2023), tanto en las zonas urbanas como rurales. Y es así como, el público objetivo se centra en jóvenes adultos de entre 25 y 40 años (estos seis años adicionales responden al modelo de negocio que se plantea, teniendo en cuenta que los ingresos a esta edad tienden a aumentar).

En conclusión, *Sin Ruido* tanto como aplicación como apuesta de creación de contenido en redes sociales, es un proyecto innovador en Colombia, que busca aportar de manera responsable y ética al bienestar integral de los adultos jóvenes, disminuyendo su infoxicación por medio de planes personalizados con actividades validadas por expertos que buscan impactar positivamente su salud mental y física. Asimismo, tiene el propósito de incidir en el consumo crítico del contenido de masas. Siendo además un proyecto económica y socialmente sostenible.

Marco Conceptual

La interacción de los seres humanos con los entornos digitales ha venido creciendo de manera exponencial. Lo que ha permeado casi todas las dimensiones inherentes al ser. Y es que, el uso de herramientas tecnológicas ha aumentado la conectividad, siendo un factor fundamental en el marco de la globalización. Además, ha significado una mayor democratización para el acceso a la información, la creación de contenido por parte de usuarios que antes eran solo consumidores y la conceptualización de nuevas formas para trabajar, estudiar y aprender.

Si bien, este relacionamiento con las dinámicas digitales ha traído múltiples beneficios para las personas y sociedades del mundo. Se ha evidenciado que la expansión de estas ha impactado de manera negativa a los usuarios que se ven sobre expuestos al consumo de contenido digital. Causando fenómenos que se han conceptualizado como infoxicación y ruido digital. Y es que, según una investigación publicada en *el JMR Formative Research* en el 2023, después de la pandemia los usuarios en el mundo aumentaron el número de horas de su consumo digital. Especialmente la población entre 18 y 25 años, la cual pasó de 25.9 horas semanales de consumo digital en 2018 a 28.5 en 2020 (Liu et al., 2023).

En este sentido, distintas corrientes de la investigación en los temas de comunicación y entornos digitales han planteado algunos conceptos que pueden contrarrestar los fenómenos negativos mencionados anteriormente. Para lo cual, en la presente investigación se tomarán a consideración los siguientes términos: desintoxicación, bienestar digital y consumo consciente de medios. Teniendo en cuenta que le apuestan a contribuir al bienestar integral de las personas, disminuyendo los efectos colaterales de la sobre exposición a los entornos digitales.

A continuación, se desarrollarán de manera más amplia cada uno de los conceptos mencionados previamente:

Infoxicación o saturación digital

El término de *infoxicación* data del año 1999, cuando Alfons Cornella, fundador y presidente de la consultora Instituto Next, planteó la unión de las palabras *información* e *intoxicación*, para referirse a la cantidad ilimitada de datos que recibe una persona al día, la poca

capacidad de procesarlos todos de manera simultánea y la saturación que esto puede causar en el cerebro humano. Posteriormente, en el 2013 ahondó en esta definición, argumentando que:

La infoxicación es el exceso de información. Es, pues, lo mismo que el *information overload*. Es estar siempre ‘on’, recibir centenares de informaciones cada día, a las que no puedes dedicar tiempo. Es no poder profundizar en nada, y saltar de una cosa a la otra. Es el ‘working interruptus’. Es el resultado de un mundo en donde se prima la exhaustividad. (Cornella, 2013, párr. 1)

Investigaciones más recientes, como la de los expertos Jaime Alejandro Gaitán Sánchez y Paula Andrea Avendaño Casas, relacionan este concepto a los impactos negativos generados por la expansión de los entornos digitales en relación con la interacción sobre expuesta de los seres humanos. "Viendo los datos recolectados se evidencia que el estrés es la característica más notoria para las personas, junto a la ansiedad y la concentración, mostrando ser las características más comunes frente a la infoxicación." (Gaitán & Avendaño, 2022).

En este mismo sentido, relacionan como síntomas de la *infoxicación* el bajo desempeño de los empleados en sus entornos de trabajo, la falta de concentración, el insomnio, el agotamiento y la saturación mental. Lo que no solamente afecta a los individuos, sino también a las organizaciones y sociedades a las que pertenecen.

Ruido digital

El concepto de *Ruido digital* con relación al uso de plataformas digitales y redes sociales se refiere al “exceso de información y estímulos digitales que recibimos a través de nuestros

dispositivos, como smartphones, ordenadores y tabletas. Este bombardeo constante puede generar estrés, disminuir nuestra capacidad de concentración y afectar nuestra salud mental” (Díaz, 2024). Según expertos, la manera en que la arquitectura de la información está diseñada para el consumo de algunos entornos digitales, busca mantener de manera constante y prolongada la atención de las personas a través de este “ruido”.

En el marco de las interacciones digitales posmodernas, se entienden como elementos del ruido digital: notificaciones automáticas, contenido que no aporta valor en redes sociales, publicidad intrusiva en los entornos digitales y algoritmos de amplificación (Bridle, 2018). Esto al igual que la *infoxicación*, produce saturación en la capacidad cognitiva y fatiga mental, afectando tanto la salud física como mental de los individuos. Tendencia que se ha venido expandiendo de manera significativa, por lo que ha impactado de manera transversal la configuración de las sociedades.

Economía de la atención

El término de la *economía de la atención* se le atribuye principalmente al Nobel de economía, Herbert A. Simon, quien en 1971 refirió que:

La economía de la atención es la forma en que los humanos manejan la riqueza de la información a su disposición, lo que hace referencia a la competencia por captar nuestro interés a medida que la atención se convierte en un bien cada vez más escaso. (Simon, 1971)

Para la década de los 90s este término se usó principalmente en el ámbito de publicidad, donde se convirtió en una estrategia incisiva por captar la atención de los clientes. En el siglo XXI este concepto ha evolucionado conforme a la expansión de los entornos digitales, por lo que esta competencia por la atención, en este caso, de los usuarios se ha hecho cada vez más agresiva, teniendo en cuenta la hiperconectividad y los altos niveles de información que se ofrecen. La plataforma de anunciantes de Amazon resume este fenómeno de la siguiente manera:

Ya sea para enterarse de las últimas noticias, escuchar música o transmitir entretenimiento, los consumidores siempre tratan de estar conectados durante todo el día a través de múltiples dispositivos. La tecnología cambió la forma en que consumimos contenido, y como resultado, nuestra atención nunca había sido tan escasa. Esto presentó un desafío para los anunciantes, ya que trabajan para conectarse con las audiencias a través de estos puntos de contacto fragmentados. (Amazon ads, 2024)

Bienestar digital

Según una investigación realizada por la Universidad Isabel I, el término de *bienestar digital* consiste en el impacto en la salud física y mental de una persona con relación a su interacción con los entornos digitales y el uso de la tecnología. Por lo que, alcanzar dicho bienestar consiste en el encontrar el equilibrio entre la vida personal y el uso saludable de los dispositivos digitales (Universidad Isabel I, 2023). Esto con el objetivo de disminuir los impactos negativos que tiene la sobre exposición digital en los aspectos físicos y mentales de las personas, tales como:

insomnio, síntomas de ansiedad y depresión, falta de autoestima y problemas de autopercepción, entre otros.

Desinfoxicación digital

La *desinfoxicación digital* es un término que busca contrarrestar los efectos negativos de la infoxicación. El cual se entiende como el conjunto de prácticas para desintoxicarse del uso excesivo de las tecnologías y los entornos tecnológicos para lograr el bienestar digital. Según el Instituto Federal de Telecomunicación (IFT) de México: “la desintoxicación tecnológica o digital hace referencia a “desconectarse” o limitar el uso de las TIC, como teléfonos celulares, computadoras, tabletas, televisión, consolas de videojuegos, entre otras, así como de plataformas digitales y redes sociales, por determinado tiempo” (IFT, 2025).

Se entienden como actividades relacionadas a la *desinfoxicación digital*, aquellas que buscan disminuir el *ruido digital*. Donde se contemplan prácticas de higiene informativa como: dejar de seguir contenido que no “aporte valor”, silenciar las notificaciones, dejar de seguir cuentas que produzcan algún nivel de estrés o ansiedad, revisar de manera analítica el contenido que se está consumiendo, conectarse con la naturaleza, definir períodos de desconexión, entre otros. Estas acciones buscan el aumentar el bienestar físico y emocional.

Consumo consciente de medios

El *consumo consciente de medios* “implica que las personas reconozcan cómo, cuándo, por qué y para qué utilizan los medios de comunicación, y que tomen decisiones informadas sobre su

exposición y participación” (Livingstone & Helsper, 2007). Para el caso de las redes sociales y la constante interacción con los entornos digitales, este tipo de comportamientos conlleva que cada individuo pueda observar de manera consciente los impactos que la sobre exposición tienen sobre su bienestar integral: en lo cognitivo, mental, físico y espiritual.

El *consumo consciente de medios* trae consigo acciones puntuales como la identificación de los intereses y valores propios de cada consumidor, con el objetivo de adaptar de manera más saludable y equilibrada los entornos digitales a los que está expuesto o sobre expuesto. Lo que, además implica un accionar activo por parte del usuario desde una visión crítica, promoviendo la verificación de fuentes, el “contenido de valor”, limitar el tiempo de la exposición, cuestionar de manera reflexiva la información que emiten las plataformas digitales y evitar el consumo automático.

Otros conceptos asociados:

Contenido de valor:

En el ámbito de las redes sociales y las plataformas digitales, en los últimos años se ha venido posicionando el concepto de *contenido de valor*, que es aquel que “responde a las necesidades e intereses del público objetivo, aportando información útil, relevante y accionable” (Pulizzi, J., 2014). Por lo que, también desde algunas corrientes de la investigación del marketing digital, señalan que para que dicho contenido sea valioso “debe educar, entretener o inspirar; de lo contrario, es solo ruido.” (Content Marketing Institute, 2020).

Curaduría de contenidos

El término de *curaduría de contenido* está relacionado con el *consumo consciente de contenidos*, el cual desde una perspectiva educativa y de bienestar integral “promueve el pensamiento crítico, ya que el usuario no solo recopila información, sino que evalúa, categoriza y le da sentido dentro de un entorno específico de aprendizaje” (Gutiérrez, A. & Tyner, K.,2012). Al promover estas acciones conscientes en el consumidor, se les otorga un grado de responsabilidad a la hora de filtrar y seleccionar la información que considera de su interés, alineando el algoritmo de las plataformas que consume con *contenido de valor*.

Scrollear:

Una de las acciones que más se asocia al consumo de redes sociales es la de *scrollear*, un anglicismo que se “refiera a la acción repetitiva de deslizar contenido digital en busca de estímulos constantes, muchas veces sin una meta clara, lo que puede derivar en un uso automático y compulsivo del tiempo en pantalla” (Alter, A.,2017). Según expertos en el área de la psicología esta actividad tiene un alto impacto en el cerebro, debido a que genera una suerte de “shots” fugaces de dopamina, la hormona de la felicidad, en las neuronas. Pero debido a su corta duración, puede generar efectos similares al de la dependencia al consumo de sustancias estimulantes.

Según el teórico en comunicación Alberto Scolari, “*scrollear* se ha convertido en un gesto cotidiano que condensa la lógica de la economía de la atención, donde el movimiento del dedo esconde una búsqueda emocional, informativa o simplemente evasiva” (Scolari, C. A.,2022). Lo

cual, debido a la saturación de información que no puede ser procesada, puede causar muy rápidamente el fenómeno de la *infoxicación*. Y es que esta acción se ha asociado con el aumento del déficit de atención en los seres humanos. Exceso de contenido para poca atención.

Metodología Design Thinking

El proyecto *Sin Ruido* adopta el modelo de *Design Thinking* como metodología principal para la investigación, proyección, diseño y validación tanto de la aplicación como del contenido generado para redes sociales. Debido a que su enfoque pone en el centro al usuario y sus necesidades, al ser “un proceso de innovación centrado en las personas, que enfatiza la observación, la colaboración, el aprendizaje rápido, la visualización de ideas, el prototipado y la experimentación, para generar soluciones creativas a problemas complejos” (Lockwood, T., 2009)

La problemática a la que busca responder *Sin Ruido* es la saturación de información e infoxicación a la que se ve expuesta la población de entre 25 y 40 años en Colombia, a través de herramientas que aumenten su bienestar integral. Por lo que, es fundamental que todo el contenido y el diseño de la experiencia de usuario esté pensado en las características de las personas de este grupo etario, porque “reduce el riesgo y el costo de la innovación al involucrar a los usuarios de manera temprana y continua en el proceso de creación” (Liedtka, J, 2014).

Es por esto, que para *Sin Ruido* los usuarios y las necesidades propias de los intereses de su generación serán tomadas a consideración en todas etapas planteadas en este modelo, las cuales son: “empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Estas fases no son lineales, sino que forman un proceso iterativo y flexible que permite desarrollar soluciones innovadoras centradas en las personas” (Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L., 2011). La adaptabilidad del proyecto también contará con la validación de expertos en psicología, lo cual será un valor agregado de la iniciativa.

Esto con la finalidad de respetar la esencia del presente proyecto, que a través de una visión ética y funcional busca interactuar desde el principio con los usuarios, donde se validan sus emociones, dolores, intereses y preocupaciones, convirtiéndolos no solamente en un espectador sino parcialmente en cocreadores para responder de manera colectiva a la problemática que enfrentan.

A continuación, veremos el desarrollo de cada una de las etapas del modelo conforme a los objetivos planteados por *Sin Ruido*:

Etapas del proceso Design Thinking para *Sin Ruido*

Empatizar

La primera etapa del modelo Design Thinking es empatizar, que consiste en realizar un diagnóstico preliminar de los problemas, intereses y comportamientos del público para comprender “sus experiencias y emociones, y reconocer sus necesidades reales antes de comenzar a idear una solución” (Brown, T., 2009). Y es que, según el enfoque planteado la empatía es la base para delimitar el alcance del diseño de la experiencia de usuario sin las ideas preconcebidas de los creadores. Para *Sin Ruido* se llevarán a cabo las siguientes actividades para conectar con la perspectiva de las personas del target definido:

Realización de encuestas

Se llevarán a cabo encuestas estructuradas de un muestreo de 70 personas que residan en Colombia y tengan entre 25 y 40 años. Con el propósito de indagar sobre sus hábitos digitales, las

emociones que experimentan y su interés por contar con herramientas que le permitan tener un consumo más consciente. Posteriormente, en la etapa de la definición, se hará un análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados encontrados.

Revisión de las reseñas de las aplicaciones con objetivos similares

Posterior al estudio de mercado se hará la revisión de las reseñas de los usuarios que han usado aplicaciones que tengan objetivos similares a los de *Sin Ruido*, con la intención de considerar desde el diseño los intereses de las personas y las posibles oportunidades de mejora, para así mismo fortalecer la propuesta de valor que contemplará el proyecto.

Construcción del Buyer Persona

En esta actividad, conforme a lo observado en las etapas anteriores, se hará la construcción de un buyer persona, es decir, del cliente ideal de *Sin Ruido*. Para esto se considerarán datos demográficos como: edad, género, lugar de residencia, nivel educativo y ocupación. Así como sus principales miedos, intereses, hábitos digitales, motivos, aspiraciones y frases típicas sobre su interacción con el contenido digital.

Mapa de la empatía

En relación con la construcción del Buyer Persona se hará un mapa de la empatía, que es una herramienta que “permite ir más allá de los datos demográficos y captar lo que los usuarios piensan, sienten, escuchan, dicen, hacen y ven, para descubrir sus necesidades reales y diseñar soluciones significativas” (Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A., 2015). Esto se

hará a través de una representación gráfica conforme a los hábitos digitales de los posibles usuarios.

Resultado esperado: Definición de perfiles de usuarios, identificación de “puntos de dolor” (*pain points*) y posibles disparadores emocionales que justifiquen el desarrollo de la app.

Definir

En esta segunda etapa del Design Thinking se hace un análisis de los resultados generados en la fase de *empatizar* con el fin de definir la problemática a solventar, “con el objetivo de enunciar con claridad una necesidad del usuario que sea significativa y orientadora para el proceso creativo” (Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L., 2011). En este punto para *Sin Ruido* se analizará la información recolectada en las actividades planteadas en la etapa anterior, como se mencionará a continuación:

Análisis aplicación de encuestas

Se hará un análisis cualitativo y cuantitativo sobre las respuestas a la encuesta estructurada aplicada, para identificar los puntos en común y posibles patrones de los hábitos digitales de los encuestados.

Planteamiento del problema

Una vez analizada la información recolectada en la etapa de *empatizar* —a través de encuestas, revisión de reseñas, construcción del *buyer persona* y el mapa de empatía— se procederá a sintetizar los hallazgos más relevantes para formular el problema. La cual, será

construida desde la perspectiva del usuario, priorizando sus emociones, frustraciones y necesidades reales frente al uso excesivo de pantallas y la infoxicación digital.

Resultado esperado: Formulación del problema central a resolver desde una mirada humana y concreta.

Idear

Una vez planteado el problema e identificado los posibles patrones mencionados por los encuestados, se pasará a la etapa de *idear* que “es el proceso de generar una amplia gama de posibles soluciones a un problema, explorando nuevas perspectivas sin restricciones, para luego seleccionar las más prometedoras y desarrollarlas” (Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L., 2011). Por lo que, para el proyecto que busca responder a la problemática planteada se realizarán las siguientes actividades:

Lluvia de ideas

Conforme a la recolección de información realizada hasta este punto, los creadores plantearán posibles soluciones frente a la problemática formulada. En busca de respuestas a través de herramientas digitales, para la infoxicación producida por la sobre exposición a información emitida en plataformas consumidas por el público objetivo.

Resultado esperado: Selección de ideas viables y deseables para construir un prototipo de aplicación centrado en bienestar digital (ej. retos diarios, plan personalizado, seguimiento del progreso).

Prototipar

Una vez planteadas las posibles ideas y soluciones, en la fase de *prototipar* se selecciona la que más responda al interés del proyecto para así empezar a proyectar el diseño que se va a realizar, con el objetivo de:

Construir versiones simplificadas y funcionales de una idea para explorar cómo podría funcionar en la realidad. Estas representaciones pueden ser físicas, digitales o conceptuales, y permiten generar aprendizaje temprano, detectar fallos, obtener retroalimentación directa de los usuarios y refinar las soluciones antes de implementarlas a gran escala. (Liedtka, J., Ogilvie, T., & Brozenske, R., 2014)

Las actividades que se desarrollarán en esta fase para *Sin Ruido* son:

Arquitectura de la información

Para iniciar con el prototipo del producto se realizará una arquitectura de la información donde se definirán los contenidos, la estructura jerárquica de la información y el diseño de la navegación, incluyendo la definición del tono del lenguaje y el uso de marca. Para esto se hará una proyección gráfica de las interacciones.

Narrativa del usuario

Posterior al diseño de la arquitectura de la información se realizará la *narrativa del usuario*, la cual consistirá en describir cuál sería la posible experiencia del cliente navegando por el

producto. Donde se tomará como referencia el buyer persona construido en la primera etapa. Para esto, se realizará también un contraste con otra narrativa de usuario que responda a otras características distintas del cliente ideal.

Validación profesional en psicología

Teniendo en cuenta la apuesta ética del proyecto, se solicitará el apoyo de una profesional en psicología para validar el contenido, la línea de comunicación y los planes personalizados que se van a ofrecer. La idea en este punto es que la aproximación a los usuarios sea responsables, respetuosa y proteja tanto su privacidad como salud mental.

Prototipo del proyecto

En esta acción se prototipará el proyecto según la arquitectura de la información realizada previamente. Se creará una representación de la aplicación *Sin Ruido* a través de la herramienta Figma, donde se desarrollará una representación visual e interactiva de la aplicación, que permitirá simular la navegación, los flujos de usuario y la disposición de los contenidos. Este prototipo servirá como insumo clave para validar la experiencia propuesta antes de su desarrollo técnico, facilitando la iteración, el ajuste de funcionalidades y la evaluación del diseño desde una perspectiva centrada en el usuario.

Resultado esperado: MVP (Producto Mínimo Viable) funcional de la app *Sin Ruido*, listo para testeo.

Testear

La última fase planteada es la de testear, que consiste en poner en funcionamiento el prototipo, con el fin de revisar las oportunidades de mejora “permitiendo obtener retroalimentación, aprender rápidamente y mejorar la solución antes de su implementación final” (Brown, T., 2009).

Para esto se adelantarán las siguientes actividades:

Prueba del prototipo

Se seleccionarán cinco personas que prueben el aplicativo de *Sin Ruido*, posteriormente se les solicitará que hagan una retroalimentación, donde se identificarán los puntos fuertes, las oportunidades de ajuste para la experiencia de usuario y las emociones, sensaciones y emociones que experimentaron durante la navegación.

Ajuste

Conforme al feedback realizado en la actividad anterior se realizarán todos los ajustes pertinentes al prototipo de la aplicación de Sin Ruido.

Resultado esperado: Iteración del prototipo y ajustes de diseño para maximizar la experiencia de usuario y la eficacia del producto.

Estado del arte

Los entornos digitales han crecido de manera exponencial, y es que han permeado varias de las dimensiones de los seres humanos y de sus estructuras sociales. Convirtiéndose en herramientas fundamentales para la comunicación, la gobernanza, la academia, el comercio, etc. Lo cual ha generado altos grados de dependencia a los dispositivos digitales que emiten constantemente cantidades significativas de información, produciendo fenómenos con afectaciones directas al bienestar integral de las personas y sus comunidades, como lo son la saturación informativa y la infoxicación.

Según DemandSage, plataforma que mide las estadísticas globales en relación con los hábitos digitales, el promedio que pasa una persona frente a las pantallas en el mundo es de 6 horas y 40 minutos (DemandSage, 2025), lo que en un mes puede significar casi 200 horas del tiempo vital de un ser humano. Si bien, esta interacción con las plataformas digitales está asociada con actividades productivas y de entretenimiento, la sobrexposición durante un largo tiempo a estas cantidades de información digital tiene afectaciones sobre la manera cómo responde el cerebro a estos estímulos.

Estudios señalan que:

Pasar demasiado tiempo frente a una pantalla afecta el desarrollo del cerebro y aumenta el riesgo de trastornos cognitivos, emocionales y del comportamiento en adolescentes y adultos jóvenes, al afectar negativamente la atención y la concentración, el aprendizaje y

la memoria, la regulación emocional y el funcionamiento social, la salud física y el desarrollo de trastornos mentales y el uso de sustancias. (National Geographic, 2023)

Debido al aumento de estos efectos colaterales varias investigaciones académicas han centrado sus estudios en tratar de entender y describir los fenómenos asociados a estas conductas. De ahí han surgido conceptos como el de la **infoxicación**, planteado por el teórico Alfons Cornella quien señala que “el exceso de información. Es, pues, lo mismo que el *information overload*. Es estar siempre ‘on’, recibir centenares de informaciones cada día, a las que no puedes dedicar tiempo. Es no poder profundizar en nada, y saltar de una cosa a la otra” (Cornella, 2013).

En ese mismo sentido, en el campo de la comunicación se ha planteado el término de la **saturación de información**, “la cual se produce cuando los individuos se enfrentan a un exceso de información, que puede generar confusión y dificultad para tomar decisiones efectivas” (Eniversy, 2023). Poniendo de presente el debate de si la problemática de esto radica en la cantidad de información a la que están expuestos los usuarios, o la calidad de esta. Además de la consciencia crítica con la que se está consumiendo el contenido.

La forma en que están diseñadas las distintas plataformas digitales tienen como objetivo mostrar solo una parte parcial de la información, incentivando comportamientos y decisiones sin tener el panorama completo. Limitando el actuar crítico de los usuarios frente al contenido al que están expuestos, lo que pueda aumentar los sesgos ideológicos y la polarización.

Esto puede deberse a las dinámicas que señala el concepto **burbuja de filtros**, el cual plantea que en el caso de las redes sociales y otros entornos digitales, se tiende a crear un “propio

universo personal y único de información en línea, creado por algoritmos que deciden lo que ves en función de quién eres (o en función de lo que ellos creen que eres)” (Pariser, E., 2011). La limitación de poder interactuar con otro tipo de contenidos puede aumentar los sesgos ideológicos y la polarización, teniendo una relación directa con el tiempo que se pasa en las pantallas, afectando no solamente en las dimensiones individuales como se ha expuesto, sino también en las dinámicas sociales.

Es así como, el impacto que tienen los conceptos de infoxicación, saturación de información y las burbujas de filtros, trasciende de lo personal a los niveles donde se estructuran las dinámicas de las sociedades. Evidenciando que el papel de los entornos digitales ha permeado esferas tan trascendentales como la política, específicamente en dos vías: lo electoral y la toma de decisiones- tanto de los gobernantes como de la población-. Casos como el de Cambridge Analytica en las elecciones de Estados Unidos en el 2018, puso de presente cómo el uso poco ético de datos en las plataformas digitales puede ser determinante para la elección de gobernantes y el destino de las naciones.

Distintas corrientes han fomentado la incursión de investigaciones y acciones para disminuir estos efectos colaterales en lo individual y lo colectivo, por lo que se han posicionado conceptos como el de la **gobernanza algorítmica**, que “se refiere a las estructuras institucionales y sociales que influyen en cómo se diseñan, implementan y utilizan los algoritmos, reconociendo su impacto en la organización de lo social” (Katzenbach & Ulbricht, 2019). Posicionando prácticas

éticas para la transparencia y la participación ciudadana, que contribuyan a la toma de decisiones informadas.

Volviendo a la perspectiva individual, la promoción del uso consciente de las redes sociales y plataformas digitales le apuesta a aumentar el **bienestar digital**, el cual “se refiere al equilibrio saludable que una persona establece con el uso de las tecnologías digitales, de modo que estas contribuyan positivamente a su salud física, mental y social, sin generar dependencia, ansiedad o distracción excesiva.” (Universidad Isabel I, 2023). Este enfoque está pensando principalmente en los individuos que están más expuestos a la infoxicación.

En esta línea se han creado en el mundo distintas herramientas que buscan generar soluciones para atender la saturación digital, concentrando sus esfuerzos en limitar el tiempo en pantalla, bloquear las distracciones y aumentar la concentración. Según Google Play (2025), las aplicaciones más descargadas para este fin son: **Forest** (Estados Unidos), que busca aumentar la concentración en tareas específicas sin caer en la tentación de interactuar con plataformas digitales; **Digital Detox- Focus & Live** (Estados Unidos), que tiene como objetivo establecer periodos prolongados de desconexión y **One Sec** (Alemania), que introduce una breve pausa antes de abrir aplicaciones que generan adicción.

Como se puede observar, las herramientas expuestas anteriormente fueron creadas en Estados Unidos y Alemania, por lo que gran parte de su diseño y arquitectura de la información está pensada en los contextos de estos países. Para el caso de Colombia, donde la población que mayoritariamente está expuesta a la infoxicación son los jóvenes entre 18 y 25 años, seguidos por

los adultos jóvenes de 26 a 36 años, según el Ministerio de Tecnología de la Información (2024), estas alternativas disponibles no responden a las dinámicas del contexto.

Sin embargo, se han identificado algunos proyectos que buscan contrarrestar los impactos negativos de la infoxicación, entre los cuales se encuentran: *Estar bien*, una aplicación desarrollada por la Universidad del Norte para su comunidad educativa, que busca brindar herramientas de psicoeducación y autocuidado con relación al uso de las redes sociales. *Kioscos Vive Digital*, una iniciativa del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para promover el uso responsable del internet. Y **Detox Information Project (DIP)**, que es proyecto integral que “combina ciencias del comportamiento, comunicación y tecnología para ayudar a personas y organizaciones a desintoxicar sus entornos informacionales” (DIP, 2025).

Estas iniciativas han sido un aporte valioso a los esfuerzos que se han aunado para brindar opciones frente a la infoxicación. No obstante, en el país no se han diseñado aplicaciones que le apuesten a mejorar el bienestar integral de las personas, por medio de soluciones que respondan al contexto local y estén abiertas a todo tipo de público, desde un enfoque psicológico y ético. Por lo que, se hace pertinente la creación de *Sin Ruido*, una opción más cercana a los adultos jóvenes del país.

Conforme a un estudio realizado por el Ministerio de Salud y Prosperidad Social, el 66,3% de la población colombiana “declara que en algún momento de su vida ha enfrentado algún problema de salud mental” (2023). El origen de esto se debe a múltiples factores que no están

relacionados con los hábitos digitales, pero para los efectos del presente proyecto de investigación es importante tener este panorama, teniendo en cuenta que se ha identificado que, la salud mental es una de las principales afectaciones de la sobreexposición a las pantallas.

Esta relación entre salud mental y entornos digitales es relevante, sobre todo porque el proyecto busca impactar a la población objetivo tanto en los entornos rurales como urbanos. Que para el contexto de Colombia plantean dos realidades distintas, porque si bien el acceso a internet a través de los dispositivos móviles tiene una cobertura del 94% en el país (MinTIC, 2024), la brecha para atender la salud mental entre estas zonas es amplia. Por lo que, se hace necesario que todas las herramientas digitales que tengan una perspectiva incluyente, y sean accesibles y culturalmente pertinentes, que permitan ampliar la cobertura de herramientas de bienestar digital en la nación.

Perspectiva ética y tratamiento de datos

La esencia del proyecto *Sin Ruido* emerge del interés por proteger el bienestar integral de los usuarios, por lo que el enfoque ético será aplicado en cada una de las fases de la metodología Design Thinking y posteriormente en los planes de distribución y sostenibilidad de la aplicación. Donde se acogerán las recomendaciones realizadas por la UNESCO en las *Recomendaciones sobre la ética de la Inteligencia Artificial (IA)* emitidas en 2021. Con especial énfasis en acápite del impacto ético, donde se contemplan:

Las repercusiones en los derechos humanos y las libertades fundamentales, en particular, aunque no exclusivamente, los derechos de las personas marginadas y vulnerables o en situación de vulnerabilidad, los derechos laborales, el medio ambiente y los ecosistemas, así como las consecuencias éticas y sociales. (UNESCO, 2021)

El proceso de diseño e implementación tendrá como eje transversal la reflexión crítica y consideración de los posibles impactos que tendrá el contenido generado sobre los usuarios, tratando de minimizar cualquier tipo de acción con daño o violación de los derechos fundamentales. Alejándose de las prácticas del uso indebido de la información con fines comerciales que vulneren la integridad de las personas.

Teniendo en cuenta que los creadores de la aplicación *Sin Ruido* no son expertos en temas relacionados con la salud física y mental -dos de las dimensiones en las que está pensando el proyecto-, todo el contenido y diseño de la experiencia de los usuarios serán validados por expertos en estas ramas. Esta revisión consistirá en evaluar lo propuesto en el prototipo, la estrategia de

difusión y las reseñas que sean emitidas en la fase de testeo, con el propósito de aplicar una política de constante mejora en la implementación y sostenibilidad.

Así mismo, con la finalidad de proteger la privacidad de las personas que interactúan con el contenido digital propuesto, *Sin Ruido* se acogerá al marco normativo en esta materia en Colombia, empezando por la Ley 1581 de 2012 “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. Garantizando que cualquier información recolectada por la aplicación o las redes sociales del proyecto será tratada con responsabilidad y discrecionalidad. Por lo que, no será compartido por terceros sin el consentimiento informado previo de la persona relacionada.

Para esto, una vez inicie la experiencia de usuario se les informará a los usuarios sobre los deberes y derechos que tiene al momento de la navegación digital, en el marco de los contenidos de *Sin Ruido*. De este mismo modo, a las garantías que tienen para el acceso libre y voluntario, así como también a la corrección y cancelación de sus datos personales, conforme al habeas data “que permite a cualquier persona conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ella en archivos y bases de datos, tanto públicas como privadas” (Superintendencia de Industria y Comercio, 2024).

En conclusión, el proyecto *Sin Ruido* no solo persigue poder realizar una aplicación que responda a un modelo de negocio sostenible, sino que pretende acompañar a los usuarios en la reducción del ruido digital, desde una perspectiva ética que proteja la integridad de las personas y sus derechos fundamentales. Dando garantías éticas y legales para la navegación libre y voluntaria

dentro de la experiencia digital de la iniciativa, tomando en cuenta que busca impactar aspectos tan delicados y fundamentales como la salud mental y física, por lo que la construcción e implementación irá acompañada por validadores expertos.

El equipo desarrollador y de investigación se compromete a realizar una evaluación periódica del impacto ético de la aplicación, así como a actualizar sus políticas conforme a cambios legislativos, avances tecnológicos o recomendaciones derivadas de auditorías internas o retroalimentación.

Desarrollo de la metodología y hallazgos

En los siguientes apartados se desarrollará cada una de las fases del modelo del Design Thinking, el cual se ha pensado para la proyección e implementación del proyecto Sin Ruido, donde contemplarán cada una de las etapas mencionadas a continuación y las actividades relacionadas:

Empatizar

- Estudio de mercado y revisión de reseñas de aplicaciones con objetivos similares
- Realización de encuestas estructuradas
- Construcción del Buyer persona
- Mapa de la empatía

Definir

- Análisis de los resultados de la encuesta
- Matriz DOFA
- Planteamiento del problema

Idear

- Lluvia de ideas e identificación de la posible solución
- Justificación del nombre del proyecto
- Propuesta valor
- Posibles funcionalidades que debería tener.

Prototipar

- Diseño de la arquitectura de la información
- Definición del logo y la línea gráfica
- Construcción de la narrativa de los posibles usuarios
- Validaciones profesionales en psicología
- Realización del prototipo

Testear

- Probar y ajustar

Adicionalmente, para el fortalecimiento del proyecto se relacionarán tanto el modelo de negocio como la estrategia de difusión.

Empatizar:

Con la finalidad de poder entender el contexto, los intereses, miedos y hábitos de los posibles usuarios del proyecto *Sin Ruido*, se adelantaron las siguientes acciones que se desarrollarán a lo largo del este apartado: un estudio de mercado con el contexto global y local, además del análisis de las reseñas de aplicaciones con objetivos similares; la aplicación de la encuesta a los posibles usuarios; la construcción del buyer personas y del mapa de la empatía.

Estudio de mercado y análisis de aplicaciones similares

Para la primera etapa de la metodología de Design Thinking en relación con el proyecto *Sin Ruido*, se realizó el estudio de mercado, analizando las distintas fuentes de información para evaluar la competencia, las preferencias del público objetivo y las tendencias digitales. Con el fin de poder definir la propuesta de valor de la iniciativa, las oportunidades de inserción en el mercado y entender las dinámicas que se presentan para el contexto colombiano, con relación a lo que está ocurriendo a nivel regional y local. Además, de puntos a optimizar conforme las percepciones que tienen otros usuarios frente a aplicaciones y herramientas similares.

Aplicaciones para disminuir el ruido digital en Colombia

Haciendo una revisión exhaustiva de la oferta de aplicaciones para la disminución del ruido digital en Colombia, se llegó a la conclusión de que no se cuenta con alternativas abiertas al público para resolver esta problemática. Aunque existen algunos proyectos públicos y privados (no apps) que le están apostando a contrarrestar los efectos colaterales de la infoxicación. Sin embargo, lo

ocurrido en el panorama nacional no responde a la creciente tendencia en el mundo de generar opciones para combatir la saturación digital en las personas.

Oferta global

Centrando el análisis de las herramientas digitales ofertadas a nivel global para la desinfoxicación, se realizó una búsqueda en las tiendas de aplicaciones más usadas entre los usuarios de Colombia y el mundo, según los sistemas operativos disponibles: Google Play (Android) y Apple Store (iOS). Esto con el fin de identificar cuáles son las apps más descargadas y mejor calificadas para la disminución del ruido digital.

La metodología para la indagación consistió en poner en el buscador de las tiendas mencionadas palabras clave en inglés como: *focus*, *digital detox*, *ruido digital* y *screen time* y en español: *limitación tiempo en redes*, *desintoxicación digital* y *sin distracciones*. El objetivo de identificar las plataformas que posiblemente sean la competencia de *Sin Ruido*, conforme a los interés y alcance planteado.

Los resultados obtenidos en primera búsqueda no fueron satisfactorios debido a que muchas de estas aplicaciones no hacen explícito su propósito en su brandeo o en su nombre, lo que dificulta su localización mediante palabras clave directas. Además, se evidenció que gran parte de estas apps no cuentan con un número significativo de reseñas ni logran posicionarse en categorías destacadas dentro de las tiendas, lo que quiere decir que su popularidad aún es limitada.

No obstante, al navegar dentro de los resultados de ambas tiendas, se identificaron aplicaciones relevantes, populares y alineadas con el objetivo de reducir la sobreexposición digital. Lo que evidencia que varias de las aplicaciones que tienen propósitos similares a los de *Sin Ruido*, no hacen explícito en su posicionamiento marca la relación la finalidad que tienen, lo que dificulta su búsqueda.

Según el rastreo, las tres aplicaciones más populares en Android y iOS para la disminución del ruido digital son: Opal, Forest y ScreenZen¹. En la siguiente tabla se realizará un cuadro comparativo con para analizar la naturaleza de cada una de estas apps:

Tabla 1.

Apps populares en las tiendas iOS y Android

Apps	Opal	Forest	ScreenZen
Funcionalidades	Establecer períodos programados de desconexión digital, mediante el bloqueo temporal de aplicaciones distractoras. Crea rutinas de enfoque.	Por medio de la gamificación, incentiva el alejamiento del dispositivo, a través del crecimiento de árboles virtuales. Reporte semanal de uso del celular.	Convierte la interfaz del celular a una versión minimalista. Restringe el uso de apps de manera temporal. Reporte semanal de uso del celular.

¹ Si bien en el apartado del Estado del Arte se afirma que las aplicaciones más descargadas para la desinfoxicación son Forest, Digital Detox-Focus Live y One Sec, la diferencia con los resultados planteados en el presente estudio de mercado es aquí se revisaron las tendencias de la tienda de Apple Store y no solo Google Play.

	Reporte semanal de uso del celular.		
Idioma	Español y 4 más	Español y 13 más	Español y 5 más
Puntuación en tiendas	4.9 en iOS con 785 calificaciones	4.9 en iOS con 840 calificaciones	4.9 en iOS con 202 calificaciones
Modelo de negocio	Freemium, la versión paga interna de la app desactiva publicidad, diagnóstico de enfoque más profundo y rutinas de enfoque mucho más complejas y difíciles de desactivar. Cobro mensual de \$69.900 COP y anual de \$599.000 COP	Muro de pago de \$19.900 COP, además tiene compras internas	Crowdfunding, la app es gratuita pero incentiva a que los apoyes con propinas voluntarias
Frecuencia de actualización	1 vez a la semana	2 veces al mes	1 vez al mes

Nota: Fuente: Propia, 2025

Revisión de las reseñas de los usuarios según la aplicación:

Con el objetivo de tener en cuenta la perspectiva del usuario en esta etapa de empatizar, se tomaron a consideración las reseñas que dejaron los usuarios a las tres aplicaciones mencionadas.

La cuales se relacionan a continuación:

Tabla 2

Reseñas de los usuarios de Opal, Forest y ScreenZen

Opal	Forest	ScreenZen
<p><i>Por: Guess...128, 08/10/2024</i></p> <p>Una buena app para enfocarse</p> <p>Tengo una gran adicción a una app, gracias a Opal pude administrar mi tiempo mejor, relajarme y pasar menos horas allí. Definitivamente una de las mejores apps que he instalado</p>	<p><i>Por: vbopo, 23/03/2025</i></p> <p>Buena</p> <p>Me gusta que bloquea las actividades de verdad sin darte la opción de salir. Y los arbolitos son bonitos</p>	<p><i>Por: Yeison Lozano, 07/02/2025</i></p> <p>Súper</p> <p>Me ha ayudado mucho con mi adicción al teléfono, ya se que límites tengo, además me encanta que ya esté en español</p>
<p><i>Por: Untipoquequieremillonario, 11/04/2025</i></p> <p>Excelente opción para controlar tu tiempo frente a la pantalla</p> <p>Esta aplicación es fantástica: me ayudó a reducir mi tiempo frente a la pantalla de 9 horas a 4 en solo 2 días. Espero poder llegar a un máximo de 2 horas diarias en los próximos días.</p>	<p><i>Por: Ing. Naiza, 11/03/2025</i></p> <p>Vale completamente la pena</p> <p>Cada peso que invertí en esta app me ha retribuido un buen hábito y disciplina. Además es bonito saber que estás ayudando a plantar árboles con usar la app</p>	<p><i>Por: mari817372, 12/11/2024</i></p> <p>Increíble</p> <p>Me encanta cómo me permite distribuir el tiempo que quiero dedicar a cada aplicación. ¡Me ha ayudado mucho a ser más consciente de en qué estoy gastando mi tiempo!</p>
<p><i>Por: rdario92, 21/03/2025</i></p> <p>Ayuda por favor</p>	<p><i>Por: jlopez8211, 13/02/2025</i></p>	<p><i>Por: Una increíble app de parejas, 06/12/2024</i></p>

<p>Realmente me encanta la aplicación, es genial, pero configuré los Locks (bloqueos), que no había usado antes, ¡y están arruinando mi experiencia porque no puedo eliminarlos ni modificarlos, y puse dos! Lo único que puedo hacer es bloquear o desbloquear el lock, ¡y es realmente molesto! Mientras que con las otras funciones (sesión y límite de apps) sí puedo modificar o eliminar. ¡Ayuda por favor!</p>	<p>Más productividad Me he vuelto más productivo gracias a esta aplicación.</p>	<p>Ha cambiado muchos aspectos de mi vida Ame la app, me ha ayudado a construir un autocontrol que solo era complicado que pudiera lograrlo, agradezco a los creadores de la app :3</p>
---	--	--

Nota: Fuente: Propia, 2025

Análisis de las reseñas:

Opal

Como se observó en la tabla comparativa, *Opal* tiene una calificación de 4,9 estrellas. Lo que es respaldado por las reseñas que fueron tomadas a consideración, los usuarios valoraron la efectividad de la aplicación argumentando que efectivamente hubo una disminución significativa del tiempo que pasan conectados a las pantallas, logrando resultados en muy poco tiempo, como se evidencia en la persona que asegura haber logrado una reducción de “9 a 4 horas en dos días”. Sin embargo, en cuanto a la experiencia de usuario hay una oportunidad de mejora debido a que uno de los comentarios señala que no tiene la autonomía suficiente para usar los *locks*, herramienta para bloquear el ingreso a las aplicaciones.

Aspectos positivos para considerar: coherencia entre el objetivo planteado y la efectividad de la aplicación. Satisfacción de los clientes. Está en constante actualización. Cuenta con un reporte semanal del tiempo de conexión a las pantallas.

Aspectos por mejorar: Brindar más autonomía a los usuarios y ofrecer alternativas distintas al bloqueo de las aplicaciones. De las revisadas, esta aplicación es la más costosa (\$69.999 COP por mes). Considerar más los contextos locales de cada país para conectar más con los clientes, lo que permite entender las características de los posibles usuarios.

Forest:

Forest también cuenta con una calificación de 4,9 estrellas en las tiendas de aplicaciones, lo que es respaldado por los comentarios de sus usuarios. Destacan que han logrado una mayor disciplina y concentración después de interactuar con la app. También resaltan el concepto de gamificación y el sentido ambiental que establece, debido a que la propuesta de valor está centrada de manera simbólica y real en la protección de los bosques. Uno de los incentivos para cumplir con el reto de la desconexión es poder sembrar un árbol. Según su página web ya han plantado 1.825.434 (a corte de mayo de 2025).

Aspectos positivos para considerar: Existe coherencia entre la promesa de la aplicación y las herramientas brindadas. Tienen una propuesta de valor muy interesante desde el enfoque ambiental y lo resaltan en su brandeo. En comparación con *Opal* la suscripción es más barata (\$19.000 COP por mes). Cuenta con un reporte semanal del tiempo de conexión a las pantallas.

Aspectos por mejorar: Ampliar los incentivos de desconexión, que pueden ir en línea de la propuesta ambiental. Considerar más lo contextos locales de cada país para conectar más con los clientes.

ScenZen

Al igual que *Opal* y *Forest*, *ScreenZen* tiene una calificación de 4,9 estrellas. Los usuarios señalan la efectividad de la aplicación para reducir su tiempo en pantallas, destacando que los mecanismos que usan son eficaces, en especial el de la disminución de los estímulos visuales que utilizan las aplicaciones con mayor grado de conectividad, además de ofrecer la restricción de uso a algunas apps.

Aspectos positivos para considerar: La efectividad para lograr los objetivos propuestos. Las herramientas que usa para la disminución del ruido digital a través de un concepto visual. La gratuidad de la aplicación, siendo su modelo de negocio el crowdfunding, incentivando a través del lenguaje cercano a sus usuarios para que donen.

Aspectos por mejorar: Brindar otras herramientas que incentiven la desconexión de las pantallas. Considerar más lo contextos locales de cada país para conectar más con los clientes, lo que permite entender las características de los posibles usuarios.

Identificación de la necesidad de la desinfoxicación en Colombia y análisis del mercado potencial

Para establecer la necesidad de la desinfoxicación en Colombia, se revisaron diversos estudios sobre los hábitos digitales que ha tenido la población en los últimos diez años. Según la investigación realizada en el 2018 por Pragma, empresa colombiana de transformación digital, los principales pasatiempos de los colombianos son navegar a internet y conectarse a las redes sociales, por encima de pasar tiempo con la familia o pareja (Pragma, 2018).

Esto se concluyó a través del análisis de datos en cinco ciudades del país, donde se triangularon las variables de ingresos económicos, edad, acceso a servicios y a dispositivos, para lo cual se establecieron los siguientes los siguientes arquetipos digitales:

- **Entry Digital:** Jóvenes de la Generación Z con alto interés tecnológico, pero con acceso limitado por restricciones económicas y de conectividad.
- **Adopter:** Adultos entre 25 y 45 años con ocupaciones operativas e informales, que usan lo digital de forma casual, mayormente con fines sociales.
- **High Digital:** Profesionales de perfil administrativo o gerencial, con alta conectividad y acceso a múltiples medios de pago, exigentes frente a la experiencia digital.
- **Mixto:** Adultos mayores de 45 años con acceso digital, pero uso dedicado a su trabajo, prefiriendo medios tradicionales en lo personal.

- **Tradicional:** Mayores de 60 años con bajo conocimiento digital, enfocados en comunicación básica y que confían más en la interacción física.

Conforme a los datos emitidos por este estudio, se puede identificar que los arquetipos que pueden ser tomados en cuenta como público objetivo del *Sin Ruido*, teniendo en cuenta el contexto colombiano, son: adopter, high digital y entry digital. Esto debido a que son lo que están más expuestos a la infoxicación, tiene familiaridad con los dispositivos móviles y plataformas digitales.

Para las generalidades también se revisaron estudios más recientes, como el realizado por DataReportal, plataforma de análisis de datos del comportamiento digital en el mundo. Para el capítulo de Colombia, se revisaron las tendencias y data del 2024, donde este fue el panorama encontrado:

- En Colombia existen 39,51 millones de usuarios de internet, lo que equivale al 75,7% de la población total.
- Existen 36,7 millones de usuarios en redes sociales, lo que equivale al 70,3 % de la población total.
- A comienzos de 2024, en Colombia estaban activas 77,02 millones de conexiones móviles, una cifra que representa el 147,5 % de la población total.

- El crecimiento de usuarios de redes sociales en Colombia aumentó en 3.2 millones de personas a comparación del 2023
- Si bien la red social con más usuarios en Colombia es Facebook, el aumento de personas que usan Instagram y Tik Tok en 2024 fue significativo.

En este mismo sentido, se tuvieron en cuenta los datos publicados por la empresa de marketing digital, Branch Agencia, en el 2024. Con el objetivo de reforzar la identificación del público objetivo y las posibles plataformas de inserción del proyecto. Donde se destaca la siguiente información para el contexto colombiano, conforme a las variables de: dispositivos más usados, tiempo invertido en dispositivos digitales y las redes sociales más usadas:

Dispositivos más usados:

- **Teléfonos inteligentes (smartphone): 98.5%**
- Laptop u ordenador de escritorio (pc): 66.4%
- Tablets: 27.3 %
- Consola de videojuegos: 24.5%
- Relojes inteligentes: 26.3%
- Dispositivo de streaming de TV: 18.6%
- Dispositivo inteligente para el hogar (Smart Home): 11.5%

- Dispositivos de realidad virtual: 4.6%

Tiempo invertido en dispositivos digitales

- **8 horas y 43 minutos al día conectados a Internet. (18 minutos menos con respecto a enero del 2023).**
- 3 horas y 27 minutos al día mirando TV (Broadcast o Streaming)
- **3 horas y 23 minutos al día usando las redes sociales en Colombia.**
- 1 hora y 28 minutos al día leyendo noticias (en línea o de medios impresos).
- 1 hora y 47 minutos al día escuchando música a través de servicios Streaming.
- 1 hora y 08 minutos escuchando la radio.
- 59 minutos escuchando podcasts.
- 55 minutos al día jugando videojuegos de consola.

Redes sociales más usadas en Colombia

- **WhatsApp: 92.2%**
- **Facebook: 89.2%**
- **Instagram: 86.7%**

- Messenger: 68.2%
- **TikTok: 67.8%**
- Telegram 53.6%
- X (Twitter): 49.3%

Se encuentran resaltados (en negrilla) los datos más relevantes para el proyecto de *Sin Ruido*, donde se identifica que la mejor opción es crear una herramienta que esté diseñada para celulares, por lo que se contempla la creación de una aplicación. Así mismo, se reitera la necesidad que el objetivo sea combatir la infoxicación, teniendo en cuenta que el promedio de conexión a internet en el país es de 8 horas y 43 minutos, con especial énfasis en las redes sociales de WhatsApp, Instagram, Tik Tok y Facebook, aunque esta última puede ser descartada debido al ajuste que se hará conforme a las preferencias de población objetivo según la microsegmentación.

Los límites entre el uso saludable de las pantallas y la adicción

En el estudio se mercader también se tomó a consideración los estudios realizados en relación con las posibles conductas adictivas por posible saturación de información digital. Para esto se revisó el estudio adelantado por la Universidad Manuela Beltrán (UMB) en el 2023, que estableció el 40% de los y las colombiana no podría pasar un día sin su celular, priorizando este dispositivo incluso por encima de objetos como billeteras, tarjetas, efectivo o documentos de identidad (UMB 2023).

Según la ficha técnica de la investigación, se entrevistaron a 524 personas de 18 años en adelante con residencia en distintas regiones del país. Donde a la pregunta de *Si pudieran elegir un solo elemento para llevar durante 24 horas, ¿cuál sería?* El 38% manifestó que llevaría consigo su dispositivo móvil, mientras el 23% eligió las tarjetas o dinero y un 18% mencionó que escogería la billetera. Lo que puso de presente que en el país “las personas dicen no poder separarse de su celular, lo consideran casi como una extensión de su cuerpo y a muchos les cuesta admitirlo”, según Óscar Mejía, el director del programa de psicología de la Universidad Manuela Beltrán (2023)

Las conclusiones del estudio se emitieron desde el punto de vista psicológico, teniendo en cuenta que fueron los investigadores de esta facultad las que adelantaron este estudio. Donde se argumentó que el aumento de la conexión digital “genera un riesgo muy grande en temas de salud mental, específicamente en la socialización y la comunicación con en el entorno porque se reemplaza la interacción por el estar pendiente al celular”, (Mejía, 2023). Lo que, valida la hipótesis del proyecto *Sin Ruido*, que busca generar herramientas para la saturación digital con el objetivo contribuir con el bienestar integral de las personas.

Los niveles de dependencia también se reflejaron en la hiperconectividad y disponibilidad constante. Según lo reportado por los sujetos de estudio, el 63% respondió que tiende a responder mensaje laborales o académicos en su tiempo libre, y un 74 % indicó sentirse disponible para sus obligaciones las 24 horas del día, los siete días de la semana. Esto relacionado a que los dispositivos móviles se han convertido en una herramienta fundamental para actividades como el

estudio, el trabajo y el relacionamiento. Por lo que, se hace necesario contar con alternativas que promuevan un uso más consciente de los dispositivos móviles en los tiempos libres.

Lo anterior está relacionado con el concepto de productividad tóxica, que según Natalie Christine Dattillo, psicóloga de la Facultad de Medicina de Harvard, esto es “cuando te sientes presionado a ser productivo en todo momento y priorizas tu lista perpetua de tareas pendientes a expensas de tu bienestar” (2024, 8 de junio). En este sentido, el estudio subraya la importancia de adoptar estrategias para reducir la dependencia digital, como establecer límites de uso, priorizar las interacciones presenciales y fomentar actividades al aire libre.

El panorama presentado señala la importancia de que en Colombia se impulsen herramientas para la desinfoxicación, y es que según el más reciente ranking presentado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el país ocupa el quinto lugar en tiempo de conexión promedio diario frente a las pantallas, tomando a consideración los hábitos digitales de la población entre 16 y 64 años. Con un total de 8 horas y 32 minutos, tiempo que puede ser perjudicial para los efectos que trae la saturación digital.

Conclusiones del primer acercamiento al estudio de mercado:

- Existe una necesidad imperante en Colombia de buscar soluciones frente a la infoxicación, debido a que es uno de los países con más tiempo en promedio diario de conexión a la pantalla.

- El producto del proyecto *Sin Ruido* debe estar encaminado a ser utilizado en los celulares, debido a que es el dispositivo más usado en el país.
- No se evidencia oferta de aplicaciones móviles diseñadas para el contexto colombiano, con el objetivo de disminuir la saturación digital.
- Según la investigación adelantada por Pragma, los arquetipos que podrían ser utilizados para el proyecto son: adopter, high digital y entry digital
- Conforme a lo observado en las aplicaciones con objetivos similares y al estudio de la Universidad Manuela Beltrán, se hace necesario plantear en la construcción de proyectos un amplio espectro de soluciones que vayan más allá de limitar el tiempo en pantalla o el bloqueo de apps.
- Hay que considerar las características planteadas por cada una de las redes sociales más usadas en el país: WhatsApp, Facebook, Instagram y Tik Tok, para amplificar el impacto esperado.

Realización de encuestas

Para conocer más a profundidad los intereses de los posibles usuarios de *Sin Ruidos* y diseñar necesidades que se ajusten más a sus necesidades, se aplicaron encuestas estructuradas a personas que residen en distintas partes de Colombia, y que cumplen con las características de los

arquetipos definidos en el estudio de mercado - adopter, high digital y entry digital-. Las preguntas se concentraron en indagar sobre los hábitos digitales y las sensaciones relacionados con estos.

A continuación, se relaciona la ficha técnica de las encuestas aplicadas:

Tabla 3

Ficha encuesta “Hábitos de consumo digital”

Ámbito de aplicación:	Colombia (nivel nacional)
Universo:	Población colombiana entre 23 y 55 años
Tipo de encuesta	Aleatoria simple
Número de encuestas aplicadas:	72
Tema de estudio:	Hábitos de consumo digital, tiempo conectado a las pantallas, infoxicación
Tiempo de recolección	Abril y mayo de 2025
Tipo de aplicación	Virtual/Anonimizada
Número de preguntas	10

Nota: Fuente: Propia, 2025

Las siguientes fueron las preguntas realizadas a las personas encuestadas (Anexo 1):

1. ¿Cuántos años tienes?
2. ¿Cuánto tiempo pasas en promedio frente a las pantallas?
 - Menos de una hora
 - Entre 1 y 3 horas
 - Entre 3 y 5 horas
 - Más de cinco horas
3. ¿Te sientes satisfecha/o con el tiempo que pasas en redes sociales?
 - Sí
 - No
 - Me da igual
4. ¿Te sientes satisfecha/o con el tiempo que pasas en redes sociales?
 - Tik Tok
 - Instagram
 - YouTube
 - WhatsApp
 - Otra
5. Te sientes identificado con esta afirmación: "Lo primero que hago al levantarme y antes de acostarme es revisar el celular"
 - Muy identificado/a
 - Más o menos

- Nada indentificada/o

6. ¿Qué tipo de contenido buscas activamente en internet?

- Informativo
- Cultural
- Entretenimiento
- Bienestar
- Otro

7. Después de terminar de "scrollear" o deslizar tu dedo para ver los reels o videos cortos de las redes sociales, ¿cómo te sientes?

- Ansiosa/o, culpable, triste
- Inspirada/o, feliz, creativa/o
- Saturada/o, con fatiga mental
- Otro

8. ¿Presentas algunos de los siguientes síntomas en tu vida cotidiana? No tienes que responder si no te sientes cómoda/o.

- Insomnio
- Ansiedad

- Depresión
- Fátiga física
- Baja autoestima
- Otro

9. ¿Descargarías una aplicación que te ayudara a tener un uso más consciente del tiempo que pasas conectado a las pantallas?

- Por supuesto
- No la necesito
- Tal vez

10. ¿Estarías dispuesta/o pagar por un acompañamiento personalizado para mejorar tus hábitos digitales?

- Por supuesto
- No, yo puedo controlarlo sola/o
- Quizás

El análisis de los de los resultados se revisará en el apartado de *Definir*, donde se revisarán las respuestas emitidas por las 72 personas encuestadas.

Análisis de las encuestas aplicadas

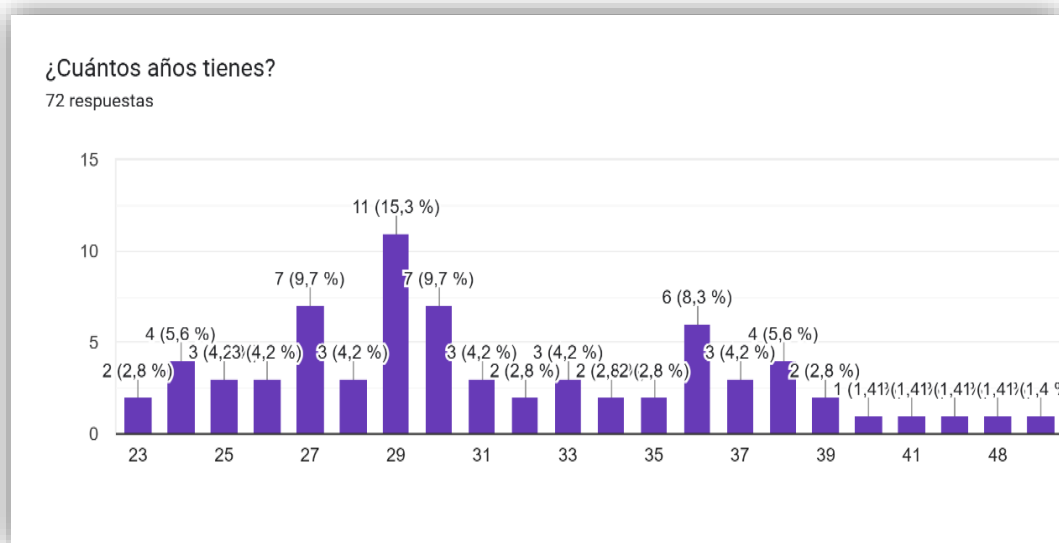
Como se explicó en el punto 1.2 de la fase de *empatizar*, para poder entender los intereses de los posibles usuarios se aplicaron 72 encuestas a personas de entre 23 y 55 años en el territorio nacional para indagar sobre sus hábitos digitales, sentimientos y preferencias en este tema (Anexo 2). Para lo cual a continuación se revisarán y analizarán cada una de las preguntas realizadas.

Rango de edad:

Si bien la convocatoria para responder la encuesta se hizo de manera abierta sin requisitos de edad, al haber sido principalmente difundida por Instagram el rango de edad que más respondió las preguntas sobre hábitos digitales fue el que se encuentra entre 23 y 40 años, lo que refuerza que el público objetivo al que debe apuntar el proyecto de Sin Ruido se encuentra en ese grupo etario.

Gráfico 3.

Edades de las personas encuestadas



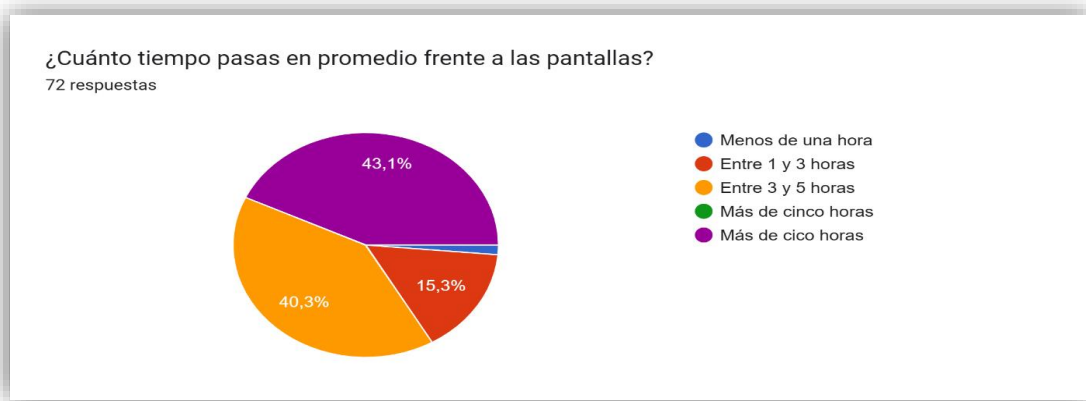
Nota: Fuente: Propia, 2025

¿Cuánto tiempo pasan las personas encuestas frente a la pantalla?

Para indagar sobre los hábitos de consumo de los encuestados se les preguntó sobre el tiempo que pasan frente a las pantallas, debido a que esta es una de las variables que más se relaciona con la infoxicación, donde los resultados fueron los siguientes:

Gráfica 4

Tiempo promedio en pantallas



Nota: Fuente: Propia, 2025

Se puede observar que las opciones más votadas fueron que el tiempo promedio en pantalla es de: entre 3 y 5 horas (40,3%) y más de 5 horas (43,1%). Lo que evidencia que alrededor del 80% tiene un consumo de más de cuatro horas, por lo que sería necesario analizar si este tiempo frente a la pantalla es de calidad. Estos resultados se relacionan con el ranking de la OCDE que pone a Colombia como el quinto país que pasa mayor número de horas frente a los dispositivos digitales.

Según expertos pasar más de 6 horas frente a la pantalla es un síntoma de saturación digital, por lo que los resultados emitidos por la encuesta pueden sugerir que casi el 50% de los encuestados puede tener un ruido digital alto. Lo que es un indicio importante para el proyecto.

Satisfacción con relación al tiempo invertido en redes sociales

Si bien el tiempo que pasan las personas en Colombia frente a las pantallas no está exclusivamente relacionado con el uso de redes sociales, en estas plataformas se encuentra el contenido con mayor consumo en el país. Por lo que, para indagar el relacionamiento emocional que tienen los usuarios con el *social media* se les preguntó sobre su nivel de satisfacción. Estas fueron las respuestas:

Gráfica 5

Nivel de satisfacción con relación a las redes sociales



Nota: Fuente: Propia, 2025

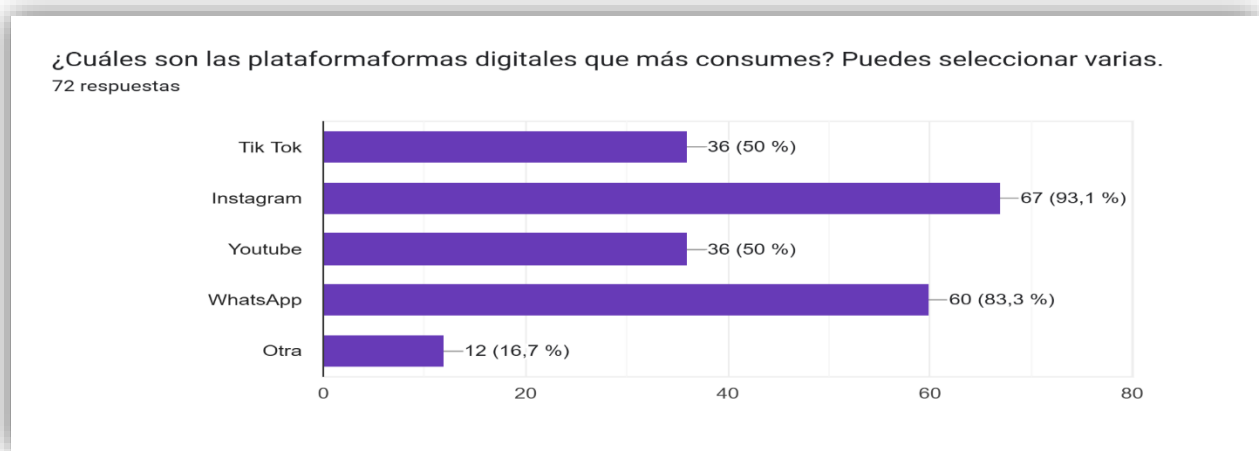
Teniendo en cuenta que tanto en la sección de *Estado del arte* como en la del *Estudio de mercado* del presente documento se mencionó que la sobre exposición a los entornos digitales pueden causar sensaciones incómodas, en los resultados se puede evidenciar que un 59,7% de los encuestados no se encuentra satisfecho en el tiempo que pasa en redes sociales. Esto puede estar realacionado directamente con el número de horas reportado en la pregunta inmediatamente anterior, porque casi un 80% (sumando los porcentajes de los individuos que pasan frente a la pantalla de 3 a 5 horas y los de más de cinco horas) podría tener una saturación de información.

Plataformas digitales más usadas

A lo largo del documento se han considerado estudios, como el de DataReportal(2024) y Branch (2024), para conocer cuáles son las plataformas digitales y aplicaciones que más usan las personas en Colombia. Esta información buscaba ser contrastada con la microsegmentación planteada en las encuestas aplicadas, los siguientes fueron los resultados:

Gráfica 6

Plataformas digitales más usadas



Nota: Fuente: Propia, 2025

Como se mencionó anteriormente, el principal rango de edad de las personas que respondieron la encuesta fue de 23 a 40 años, lo que pone de presente una diferencia con lo planteado en los estudios revisados frente a las aplicaciones más usadas en Colombia. En primer lugar, la aplicación con mayor número de consumo no es WhatsApp, que reportó un 83,3% sino Instagram con un 93,1%. En segundo lugar, Tik Tok y YouTube tuvieron un interés del 50%. Por último, Facebook no quedó entre las más votadas.

En relación a esto, se propone que desde *Sin Ruido* se pueda incluir en la experiencia de usuario una identificación de cuáles son las plataformas más usadas por los usuarios que están interesados en disminuir su ruido digital, para entender preferencias y ofrecer soluciones más personalizadas.

Hábitos de consumo digital

Según Harvard Business Review uno de los hábitos digitales que más consecuencias negativas tiene para el cerebro es mirar el celular antes de dormir o al levantarse. “Revisar el teléfono inmediatamente después de despertarse puede desencadenar estrés y ansiedad al exponerse a notificaciones y contenido relacionado con el trabajo, lo que activa una respuesta de estrés.” (Harvard Business Review , 2018). En este sentido, la encuesta aplicada por el equipo de *Sin Ruido* indagó en las personas que participaron, si este era un comportamiento con el cual se sentían identificados obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico 7

Hábitos digitales



Nota: Fuente: Propia, 2025

La información obtenida en esta pregunta arrojó que el 66,7% de las personas encuestadas tienen como hábito revisar el celular al despertarse y al acostarse. Lo que se suma al 31,9% de los encuestado que indica que este es un comportamiento que “más o menos” realiza. Es decir, que

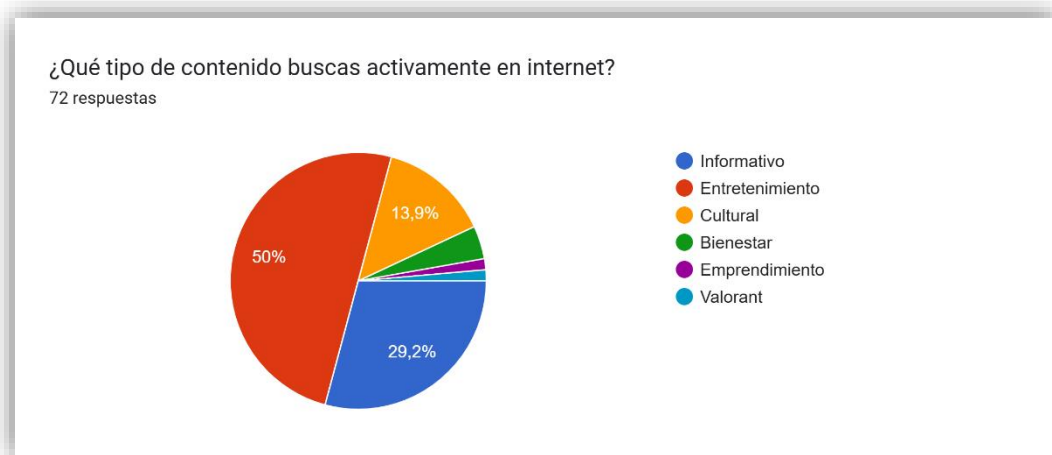
solo 0,4% no realiza esta acción. Para la presente investigación se convierte en un dato relevante para el planteamiento de las posibles soluciones para atender la infoxicación.

Preferencias temáticas de contenido digital:

La infoxicación no está exclusivamente relacionada con los tiempos prolongados de exposición frente a la pantalla, sino también con la calidad de los contenidos que se consumen. Por lo que, una de las preguntas centrales en la encuesta aplicada estuvo relacionada con el tipo de material digital con el que interactúan. Siendo estos los resultados:

Gráfico 8

Preferencias temáticas del contenido digital



Nota: Fuente: Propia, 2025

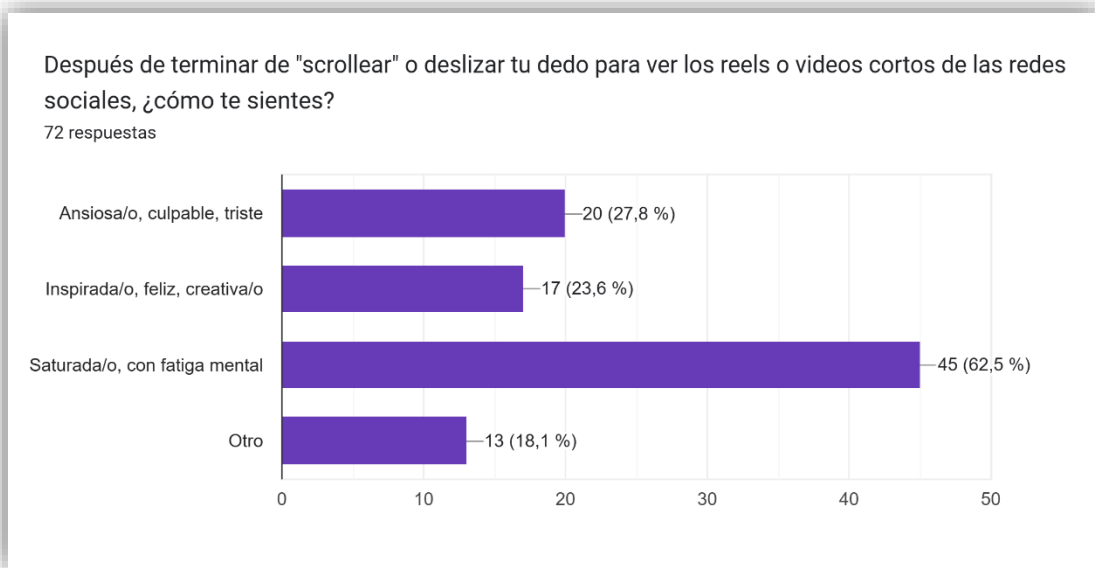
A los encuestados se les dieron varias opciones para que identificaran cuáles son los contenidos que más consumen. El 50% señaló que lo que más busca activamente en internet es el contenido de entretenimiento. Seguido por el material digital informativo con el 29,2% y el 13,9% aseguró que sus intereses están relacionados con los temas culturales. Esta información es relevante porque da indicios de cómo debería ser el contenido multimedia del proyecto *Sin Ruido*.

Sentimientos asociados la acción de scrollear

Según los estudios neuropsicológicos consultados para el presente trabajo, la acción de “scrollear” o deslizar para ver el contenido de videos cortos como reels en las redes sociales, tiene efectos similares a los de las adicciones. Debido a que cada vez que un contenido es llamativo, el cerebro emite pequeñas dosis de dopamina, la hormona de la felicidad, pero con efectos muy cortos. Por lo que, inmediatamente activa la búsqueda constante de estos estímulos, haciendo que esta tarea se vuelva interminable. Es por esto que, una de las preguntas de la encuesta buscaba indagar sobre los sentimientos asociados al finalizar esta acción, dando los siguientes resultados:

Gráfico 9

Sentimientos asociados la acción de scrollear



Nota: Fuente: Propia, 2025

Si bien, se les dieron a los encuestados varias opciones de respuesta, el 62,5% manifestó que los sentimientos con los que más se identifican después de realizar la acción de scrollear por horas prolongadas son lo de saturación y fatiga mental. Los cuáles están intrínsecamente relacionados con los síntomas de saturación de información.

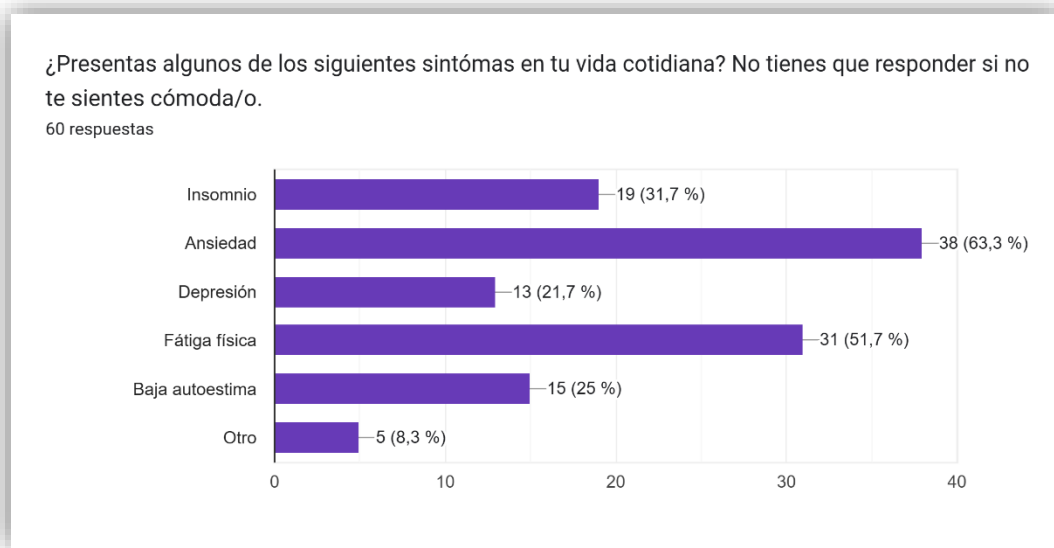
Posibles síntomas relacionados con la salud mental y los hábitos digitales

Varias de los estudios y estadísticas relacionados en la sección de *Marco conceptual*, señalan que una de las dimensiones que se ven más afectada por el fenómeno de la infoxicación son los de la salud física y mental. Es por esto, que entendiendo que los creadores de *Sin Ruido* no

son expertos en esta área, se le preguntó de manera voluntaria a los encuestados sobre las posibles señales físicas o mentales que tienen en su vida diaria, siendo los siguientes los resultados:

Gráfico 10

Posibles síntomas relacionados con la salud mental y los hábitos digitales



Nota: Fuente: Propia, 2025

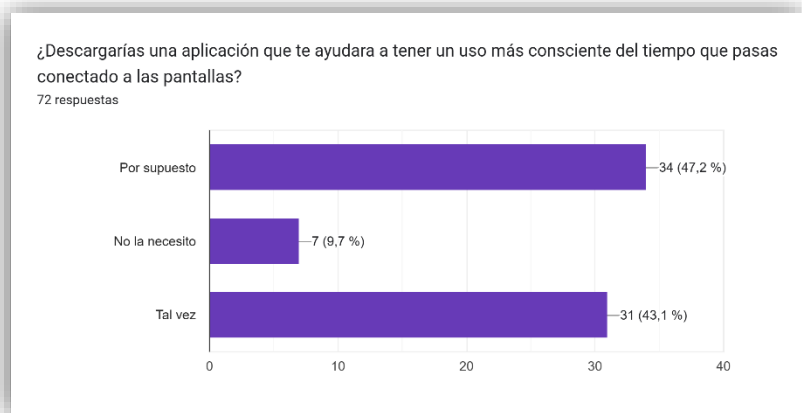
Lo primero a resaltar es que de las 72 personas encuestadas 12 decidieron no responder a la pregunta. Del universo total de las 60 respuestas, los porcentajes más altos de posibles síntomas o afecciones fueron de ansiedad (63,3%) y de fatiga física (51,7%). Lo que demuestra que el diseño de la experiencia de usuario de *Sin Ruido*, debe contar con validadores expertos en estas áreas.

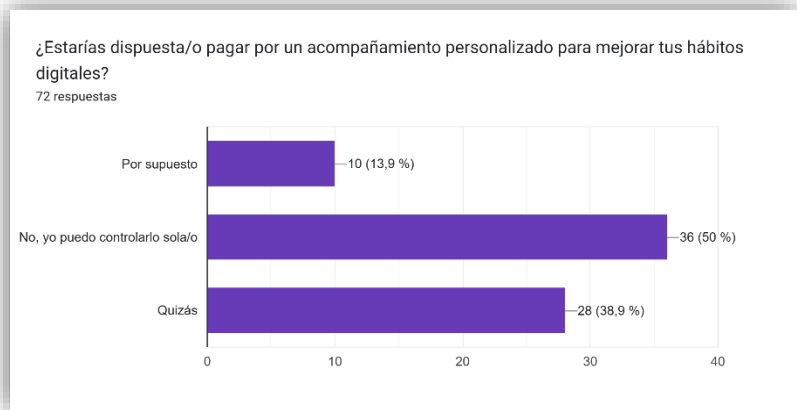
Alternativas para la desinfoxicación

Después de empatizar con los posibles usuarios para buscar alternativas que puedan disminuir el ruido digital, al aplicar la encuesta se planteó que dos de las alternativas posibles eran: la creación de una aplicación para dispositivos móviles como las identificadas en el estudio de mercado o un plan de acompañamiento personalizado para los clientes interesados. Por la cual, en el sondeo se les preguntó a los encuestados si estaban interesados en estas soluciones. Las siguientes fueron las respuestas:

Gráficos 10 y 11

Sondeo alternativas para la desinfoxicación





Nota: Fuente: Propia, 2025

A la pregunta de si estarían dispuestos a descargar una aplicación que les ayudara a tener un uso más consciente del tiempo que pasan conectados a las pantallas, el 47.5% afirmó que sí lo haría mientras que el 43,1% optó por la opción de “tal vez”. Solo un 9.7% manifestó que no lo haría. Lo que abre un panorama de que la alternativa de desarrollar una aplicación para dispositivos móviles sería una de las soluciones que más se adaptaría a sus necesidades.

En relación con si estarían dispuestos a pagar por este acompañamiento personalizado para la disminución del ruido digital solo el 13,9% tendría la disposición de hacerlo y el 38.9% estaría abierto a la posibilidad. Mientras un 50% no invertiría en esta solución porque podría “manejarlo solo/a”. Estos datos podrían incidir en la decisión del modelo de negocio de la aplicación de sin ruido, que podría generar un contenido freemium.

Principales conclusiones de la encuesta:

- Según los resultados, el rango de edad que más estaría interesado en abordar temas de disminución del ruido digital y la desinfoxicación sería el que se encuentra entre los 23 y 40 años.
- Se puede evidenciar que existe una posible saturación de información entre los encuestados, teniendo en cuenta que alrededor del 50% pasa más de 4 horas frente a las pantallas.
- Existe un número considerable de personas que no se sienten satisfechas con el tiempo que pasan en las redes sociales.
- Las plataformas donde debería concentrarse el call to action de los clientes son: WhtasApp, Instagram y por defecto Tik Tok.
- Las personas encuestadas manifiestan tener síntomas de salud física y mental relacionados con la sobre exposición a los entornos digitales. Por lo que, desde el enfoque ético estas dimensiones deben ser tomadas en cuenta en el proyecto.
- Si bien las personas estarían dispuestas a descargar herramientas que les permitan disminuir el ruido digital, no se ven inclinadas a pagar por ellos. Datos que deben ser tomados a consideración en la creación del modelo de negocio de *Sin Ruido*, planteando alternativas freemium y premium para el acceso a la aplicación.

Construcción del Buyer persona

Posterior al estudio de mercado y la aplicación de las encuestas para el proyecto *Sin Ruido*, surgió la necesidad de condensar la información utilizando el modelo de marketing digital del *buyer persona*, con la intención de representar cómo ser vería el/la cliente ideal. Identificando sus datos demográficos, sus intereses, hábitos digitales, puntos de dolor, aspiraciones y frases típicas. A partir de sus características y contexto local se definirán cuáles podrían ser las posibles soluciones para atender sus preocupaciones.

A continuación, se relaciona la representación gráfica según el modelo establecido del buyer persona de *Sin Ruido*:

Figura 1

Buyer persona Sin Ruido



Nota: Fuente: Propia, 2025

Como se puede observar Laura Gómez Hernández representa varias de las características que son relevantes para la finalidad del proyecto de Sin Ruido. Se encuentra dentro del grupo etario del público objetivo definido al tener 27 años, vive en la capital de Colombia y sus hábitos de consumo digital pueden estar relacionados con una posible infoxicación. Debido a su ritmo de vida y ocupaciones debe pasar hasta casi ocho horas frente a las pantallas, lo que ha afectado varios aspectos de su vida.

Con el objetivo de poder empatizar con Laura y los posibles usuarios que estén interesados en el proyecto, uno de los enfoques fundamentales es poder entender sus puntos de dolor, es decir, todo lo que le preocupa en relación con la problemática planteada. Siendo unas de las más relevantes: la falta de control frente a las pantallas y la sensación de pérdida de tiempo productivo. A estos temores es a los que busca responder con soluciones el proyecto de Sin Ruido.

¿Cómo Sin Ruido puede ayudarla?

- Ofreciendo un diagnóstico inicial para entender su nivel de infoxicación
- Brindando planes detox personalizados de acuerdo a su exposición de ruido de 7 días que se adapten a su rutina.
- Proporcionando recordatorios motivacionales para mantenerse en el proceso.
- Brindándole contenido pedagógico que le permita hacer más consciente su consumo digital

- Ofreciendo alternativas funcionales para la desconexión.
- Conectándola con otras personas que tengan sus mismos intereses.

Mapa de la empatía

Para complementar el ejercicio del *buyer persona* en dirección con la metodología planteada, se realizó un mapa de la empatía con información adicional para tener una comprensión más profunda de Laura Gómez Hernández y así de los usuarios que tengan características similares. Donde se adicionaron elementos con las frases que ella oye en su entorno en relación a sus hábitos digitales y las posibles ganancias que tendría al optar por soluciones que le ayuden a disminuir su ruido digital.

Figura 2

Mapa de la empatía Sin Ruido



Este mapa robustece el análisis de usuarios que se ha realizado hasta el momento, porque no solamente plantea información de los dolores y preocupaciones, sino también de las metas que el posible usuario está persiguiendo en relación del problema planteado. Lo que es un incentivo adicional para el planteamiento de las posibles alternativas. Trazando objetivos más claros como el que tiene Laura de “recuperar el tiempo de calidad para si misma”, “ser más productiva sin necesidad de dejar de estar conectada” y “disminuir su ansiedad para mejorar su salud mental”.

Así mismo, contempla las frases que escucha de su entorno, lo que puede trazar un camino desde el punto de vista psicológico para a través de las posibles soluciones que plantee *Sin Ruido*, se apunte a la redefinición de creencias disminuyendo los sentimientos de culpa y tristeza. Además, de proponer posibles actividades análogas que estén relacionadas con el reconectar con otras personas.

Definir

Conforme a lo expuesto en la etapa de *empatizar*, en esta fase de *definición* se harán las siguientes actividades: a) realización del modelo DOFA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto

Matriz DOFA

La definición de la problemática debe contener elementos que permitan tener un panorama amplio de las distintas variables que deben ser consideradas. Para *Sin Ruido*, conforme a las acciones adelantadas hasta este punto del desarrollo de la metodología Desing Thinkg, se hace necesario poder sintetizar lo recogido a través de una matriz DOFA, para identificar las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas del proyecto. Como se relaciona continuación:

Tabla 4

Matriz DOFA Sin Ruido

Fortalezas (F)	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Enfoque innovador en un problema creciente (infoxicación digital).• Adaptación cultural y lingüística al público colombiano.• Diagnóstico personalizado según nivel de saturación digital.• Diseño minimalista, amigable y centrado en la experiencia local.• Segmentación clara: entry digital, adopter y high digital.	<ul style="list-style-type: none">• Recursos limitados para marketing masivo y adquisición de usuarios.• Baja familiaridad del usuario promedio con el concepto de detox digital.• Dependencia inicial del segmento joven (riesgo de limitar la audiencia).• Falta de casos de éxito locales para generar confianza inicial.

<ul style="list-style-type: none"> • Modelo escalable: versión gratuita + premium con valor agregado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de diferenciarse fuertemente del enfoque “gamificado” (Forest) o bloqueador (Opal).
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado en expansión: +9.6 % de usuarios de redes sociales en 2024 • Creciente preocupación por la salud mental y bienestar digital. • Escasez de apps locales enfocadas en detox digital. • Interés institucional y mediático por regular el uso digital (apoyo mediático). • Potencial de alianzas con colegios, universidades, empresas y medios al ser una app colombiana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de competidores internacionales con grandes presupuestos. • Resistencia cultural al cambio: usuarios que temen “perderse de algo” al desconectarse. • Saturación de apps en tiendas (difícil destacarse en búsqueda orgánica). • Rapidez con la que cambian las tendencias digitales (riesgo de quedar obsoletos). • Usuarios que prueban y abandonan la app rápidamente por falta de engagement.

Nota: Fuente: Propia, 2025

Idear

De acuerdo con lo trabajado en las fases de *empatizar* y *definir*, en la presente etapa de *idear* se desarrollarán una serie de acciones que permitan delimitar los alcances del proyecto conforme al planteamiento del problema, sin dejar de vista las necesidades de los posibles usuarios. Para esto se hará: a) una lluvia de ideas, b) la justificación del nombre del proyecto, c) la propuesta valor y las posibles funcionalidades que debería tener.

Lluvia de ideas

En consonancia con las acciones de la etapa de previa, donde se identificó que la problemática que busca solucionar *Sin Ruido* es buscar alternativas para disminuir los grados de infoxicación de las personas de entre 25 y 40 años en Colombia, se hizo una lluvia de ideas de las alternativas y productos que se podían realizar mediante el proyecto. Donde las más relevantes se pueden observar en la siguiente tabla:

Gráfico 12

Lluvia de ideas *Sin Ruido*



Nota: Fuente: Propia, 2025

Las ideas que surgieron del ejercicio fueron: realizar un kit digital con un manual del paso a paso para lograr disminuir el ruido digital, complementado con playlists, videos con información pedagógica y tarjetas virtuales de recordatorios para la desconexión; una página de internet transmedia para generar consciencia sobre los efectos colaterales de la infoxicación; diseñar un paquete de charlas para entornos educativos y laborales para hablar sobre los riesgos de la hiperconectividad y saturación digital; crear una comunidad en redes sociales alrededor de la

desinfoxicación; y por último, idear una aplicación para dispositivos móviles con planes personalizados según los niveles de ruido.

Analizando las ideas y contrastándolas con la información recolectada en la etapa de empatizar, se llegó a la conclusión de que la opción más viable era la de aplicación móvil, teniendo en cuenta que, según los datos de consumo en Colombia, los teléfonos celulares son los dispositivos más usados. Por lo que, para los temas de retención de atención es el canal más efectivo, donde adicionalmente se puede hacer una posible limitación de tiempo de las aplicaciones más usadas. No obstante, no se descartó la posibilidad de complementar este producto con la creación de redes sociales para el proyecto y crear una comunidad alrededor de desinfoxicación por medio de material pedagógico.

Elección y justificación del nombre del proyecto

Una vez identificado el producto central del proyecto: la aplicación para dispositivos móviles. La decisión fundamental siguiente era elegir el nombre, eje fundamental para el brandeo. Después de revisar varias opciones y los conceptos centrales relacionados a la problemática identificada, uno de los que más resonó en sus creadores fue el de ruido digital, por lo que la primera asociación de manera lógica e incluso poética estaba relacionada con “silenciar” eso que incomodaba. Por lo que, la decisión final fue nombrar el proyecto como: *Sin Ruido*.

Tomando el nombre de Sin Ruido como un universo completo, se consideró que éste podía ser utilizado en la intención que tiene la aplicación de ofrecer soluciones personalizadas según los niveles de saturación digital. Por lo que, utilizando el mismo concepto se ideó que los planes

focalizados podrían estar relacionados con los grados de infoxicación digital, categorizándolos de las siguiente manete: ruido alto, ruido medio y ruido bajo.

Propuesta de valor

Tomando como punto de referencia el estudio de mercado realizado y la delimitación del alcance del producto se hizo una identificación de cuál sería la propuesta de valor de *Sin Ruido*, concluyendo que:

El diferenciador de *Sin Ruido*, es que es una aplicación que está pensada en el contexto local de Colombia, donde las funcionalidades no se limitan a la restricción de la interacción con las aplicaciones más usadas, sino busca ofrecer herramientas personalizadas según los niveles de ruido digital que tengan los usuarios. Para esto se ofrecerán una serie de tareas, validadas por una profesional en psicología, que le permitan a las personas reconectar con su ser y las personas que los rodean, disminuyendo así los efectos negativos de la sobreexposición digital en las dimensiones física y mental.

Así mismo, el modelo de negocio proyectado permitirá ofrecer a los clientes una serie de descuentos en las marcar aliadas, que están relacionadas con el fomento de experiencias que no dependen de los entornos digitales – viajes, libros, gimnasios, clases de yoga, restaurantes, planes a los aires libres, etc. –. Sumando a esto, la estrategia de difusión contempla la creación de comunidades en las redes sociales de Instagram y Tik Tok para la concientización del uso consciente y crítico de los entornos digitales.

A continuación, se relacionan algunos de los diferenciales adicionales identificados para el proyecto:

Propuesta offline integradora

No queremos que solo sea reducir tiempo de pantalla, queremos dar tareas que transformen ese tiempo en experiencias significativas fuera de los dispositivos digitales, como hablar con un familiar, meditar, ir a un parque, entre muchas actividades *offline*.

Plan premium con alianzas estratégicas

Alianzas con marcas locales (Teatros locales, restaurantes nacionales, centros culturales, etc.) que aportan valor, construyen comunidad y hacen crecer el engagement. A medida que tengas un avance veras recompensas reales que motivan el cambio de hábitos com descuentos en las actividades anteriormente mencionadas

Educación y pedagogía

La app no solo activa soluciones, también educa sobre el problema y experiencias directas para que el usuario viva el cambio.

Generación de comunidad

Incentiva que los usuarios compartan sus logros offline, generando un efecto viral positivo y reforzando el compromiso, para ello crearemos un ranking local para saber cuanto progreso has hecho frente a otros y hay un incentivo retador.

Modelo de negocio expansivo

El plan premium no depende solo de funcionalidades digitales, sino de acuerdos comerciales, lo que lo hace financieramente atractivo y diferenciador.

Distinción de planes según te nivel de *Ruido*

Con el quiz inicial en donde categorizamos la exposición de Ruido al que el usuario está expuesta (Ruido bajo, medio, alto) ofrecemos distintos tipos de planes de higiene digital.

Funcionalidades de *Sin Ruido* vs las necesidades de los usuarios en Colombia

Recogiendo los elementos expuestos en la definición del producto central, la justificación del nombre y la propuesta de valor, las siguientes son las funcionalidades que se propone se tengan en cuenta en la fase de prototipar:

Tabla 5

Funcionalidades de Sin Ruido

Funcionalidad de Sin Ruido	Necesidad del Usuario Colombiano
Diagnóstico inicial personalizado	Entender su nivel real de saturación digital y tener conciencia del problema.
Planes detox de 7 días adaptados al nivel de infoxicación	Obtener recomendaciones concretas, prácticas y progresivas para reducir el consumo digital.
Recordatorios motivacionales	Mantener la motivación y el compromiso diario por medio de un ranking local y nacional.

Reportes de progreso semanal	Visualizar avances, reforzar el cambio de hábitos y generar orgullo personal.
Curaduría de contenido alternativo (lecturas, podcasts)	Sustituir el consumo vacío por alternativas valiosas y atractivas.
Sugerencias de actividades offline tangibles	Reconectar con la vida real: salir al parque, charlar con un amigo, hacer ejercicio, disfrutar de hobbies.
Convenios premium con marcas/empresas	Incentivar experiencias reales atractivas: descuentos en cine, eventos culturales, restaurantes, centros psicológicos.
Interfaz minimalista y amigable	Tener una experiencia simple, ligera y clara.
Versión local en español	Sentirse identificado culturalmente.

Nota: Fuente: Propia, 2025

Prototipar

Finalmente, después de trabajar y analizar la información de las etapas de *empatizar*, *definir* e *idear* del modelo Design Thinking se pasa a la fase de *prototipar* para materializar lo proyectas. Para esto se adelantaron las siguientes fases que serán descritas en el presente apartado: a) diseño de la arquitectura de la información, b) definición del logo y la línea gráfica, c) construcción de la narrativa de los posibles usuarios, d) validaciones profesionales en psicología y f) prototipo de la aplicación.

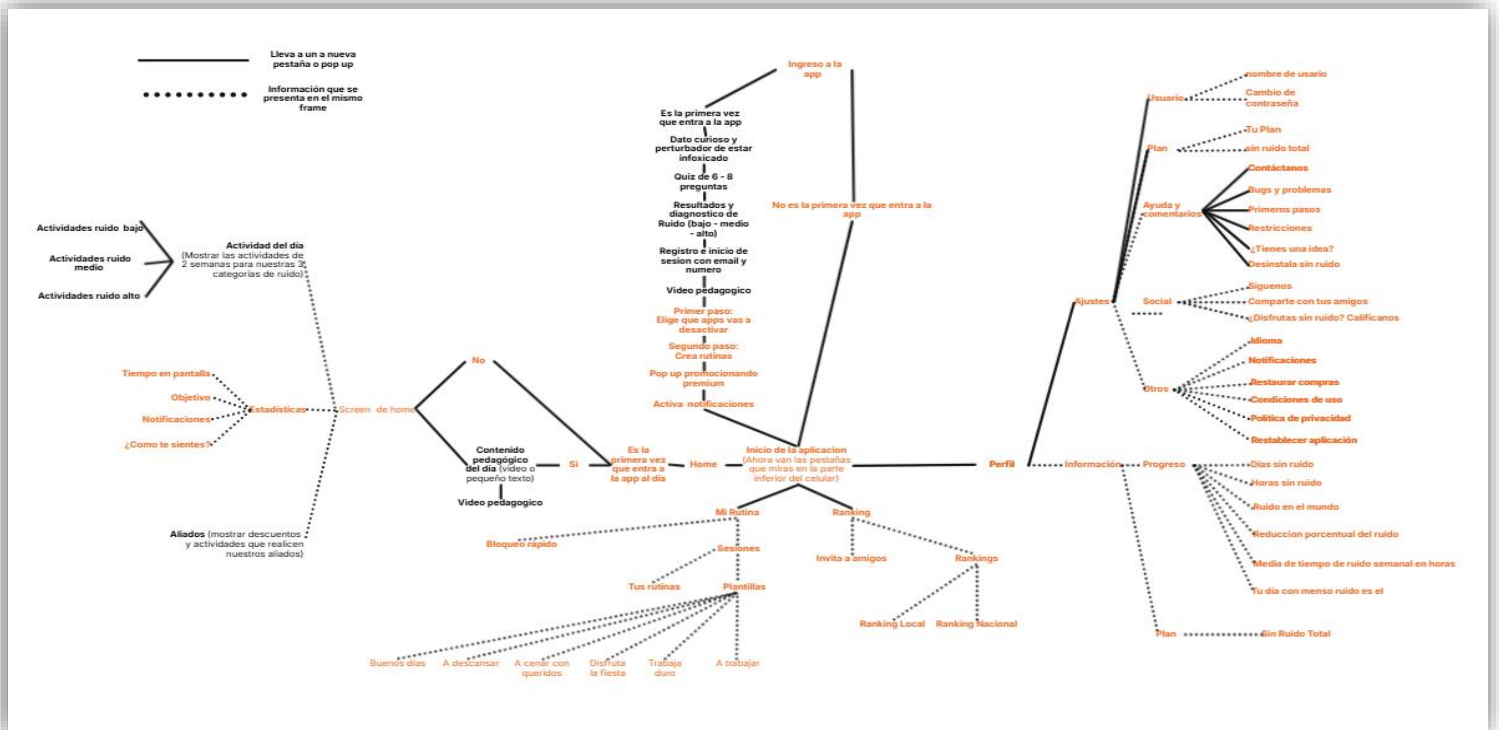
Diseño de la arquitectura de la información

Con respecto a lo definido en la etapa de *idear*, específicamente con la selección del producto, los posibles planes según los niveles de ruido, la propuesta de valor y las funcionalidades, se diseñó un mapa para establecer la arquitectura de la información², donde se definió el flujo de navegación en relación con el quiz inicial para definir los grados de ruido, los planes diferenciados para: *Ruido alto*, *Ruido medio* y *Ruido bajo*.

En el mismo sentido, se establecieron los copys según el tipo de lenguaje definido -cercano e inspirador-, las actividades de los planes personalizados según el nivel de ruido, los guiones de algunos de los videos pedagógicos de prueba, la identificación de los aliados y patrocinadores (ver Anexo 3). Y cómo llegaría en la navegación hasta el contenido premium. A continuación, se relaciona el bosquejo del mapa realizado inicialmente.

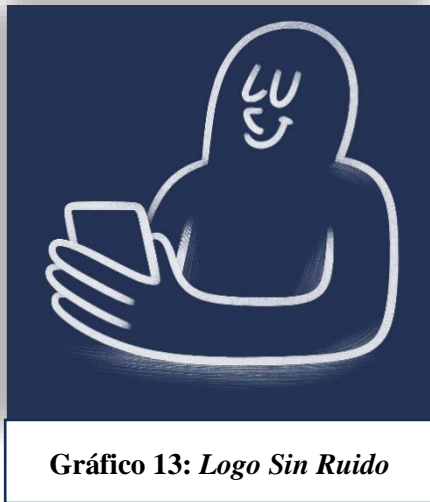
Gráfico 13

Mapa de arquitectura de la información



Nota: Fuente: Propia, 2025

Definición del logo y la línea gráfica



Posterior al diseño de la arquitectura de la información se definió el logo y paleta de colores del proyecto, con el fin de establecer la línea gráfica para la realización del prototipo. La colorimetría se escogió en dirección a los diferentes matices de azules, debido a que están relacionados con la paz, la calma y la tranquilidad, lo que va en línea de la apuesta de Sin Ruido. En cuanto al logo, se estableció uno sencillo cercano y divertido, con un personaje con un dispositivo móvil, con el fin de que los usuarios se sientan identificado y no juzgados.

Construcción de la narrativa de los posibles usuarios

Teniendo en cuenta la construcción del buyer persona y el mapa de la empatía se realizaron dos ejercicios de narrativa del usuario: el primero pensado en la experiencia que podrían tener

dentro del diseño de la arquitectura de la información Laura Gómez Hernández, y otro para Juan Pablo Rodríguez, quien tiene características opuestas, pero se encuentra dentro del público objetivo de *Sin Ruido*. A continuación, se relacionan las dos narrativas:

Narrativa de usuario caso Laura:

Laura tiene 27 años. Vive en Bogotá hace casi una década. Llegó a la ciudad para entrar a la universidad y estudiar administración de empresas, de la cual se graduó en el 2020. Entró a trabajar en la organización de sus sueños hace tres años, pero su vida cotidiana no es cómo se la imaginaba. Últimamente se siente muy ansiosa, excesivamente cansada, no se siente bien con su cuerpo y al menos tres veces al día piensa en renunciar y volverse blogger de viajes como su influencer favorita, pero cree que no tiene las herramientas y energía suficiente para hacerlo. “Eso es para las viejas bonitas y con vidas perfectas”, termina concluyendo casi siempre.

Su existencia se ha convertido en una espiral sin fin. Se levanta a las 7 de la mañana. Aunque pone su alarma desde las 6. Lo primero que hace al despertarse es entrar a su WhatsApp y luego, casi inmediatamente, a su cuenta de Instagram. Mira las historias de sus amigas y después de eso, se queda casi una hora mirando los reels. Como vive relativamente cerca de su trabajo, tiene la falsa creencia de que tendrá todo listo a tiempo para llegar temprano. Pero como siempre le coge la tarde, alista todo de afán, no alcanza a desayunar, tiene que tomar un taxi (a pesar de que sus finanzas no se lo permiten del todo. Ha gastado un promedio de 500.000 pesos en este transporte, cuando su presupuesto destinado a este gasto es de 150.000). Se siente frustrada. Llega

casi 40 minutos tarde a su trabajo, su jefe la mira con desaprobación, pero como es tan buena en lo que hace, esa molestia es fugaz.

Por su rol en la organización tiene que pasar un promedio de 7 horas en el computador y estar conectada a WhatsApp (desde su celular o smartwatch). Si hace un break siempre se lleva el celular, incluso lo lleva consigo cuando va al baño. Llega cansada a casa. Y la manera que ha encontrado de darse un respiro es entrando a Instagram o Tik Tok a mirar videos cortos. Su atención se ha vuelto muy dispersa, por lo que casi nunca el contenido termina cautivando del todo su atención, entonces el “scrollear” se vuelve una acción eterna. En la noche, cuando se va a la cama, revisa el celular. Como no logra conciliar el sueño vuelve a mirar sus redes sociales para ver si esto la arrulla, pero no lo logra. “No me alcanza el día, siempre estoy conectada”, termina pensando.

Laura lleva meses queriendo tener una vida más saludable, la ansiedad se ha hecho insostenible. Por eso, el día que vio el primer video de Sin Ruido, sintió que era un llamado para ella. Era un reel que decía:

“¡Para ahí! ¿Cuánto tiempo llevas usando pantallas hoy? Haz la cuenta. A veces no somos conscientes, pero podemos usar hasta el 50% de nuestro tiempo en esta actividad. Tiempo que podríamos dedicar a trabajar, estudiar o compartir con quienes amamos. Según el **Digital 2024 Global Overview Report**, las personas entre 18 y 24 años pueden pasar aproximadamente 7 horas en una pantalla. Mientras que las personas entre 25 y 34 años pueden llegar hacerlo en un promedio

de ocho horas ¿Eres uno de ellos? En sin Ruido de te ayudamos a tener una relación más saludable con las pantallas” (video perfil Sin Ruido, 2025).

Quería saber de inmediato de qué trataban esos videos que había visto. Entró al perfil de Instagram de *Sin Ruido* y se dio cuenta de que lo que promocionaba era una aplicación para disminuir el ruido digital. “Es justo lo que necesito”, pensó. Entró a la Play Store de su celular y la descargó de inmediato. Una vez le dio *iniciar*, se sintió muy conectada con el copy inicial de la app: *Sin Ruido te da la bienvenida, ¡gracias por regalarte este tiempo para ti!* “Eso es lo que necesito, tiempo para mí”, se dijo a sí misma y le dio *continuar*.

¿Cuál es tu nivel de ruido digital? ¡Descúbrelo ahora! Fue lo siguiente que vio en la pantalla de su celular y le dio *continuar*. Realizó el quiz, se demoró menos de cinco minutos. Y éstas fueron sus respuestas:

1. ¿Cuántos años tiene? Selecciona una opción

- Entre 18 y 25
- **Entre 26 y 35**
- Entre 36 y 40
- Entre 41 o más

2. ¿Cuánto horas al día pasas en tu celular?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 3 horas
- Entre 3 y 5 horas
- **Más de 5 horas**

3. ¿Sientes que pasas más tiempo del que te gustaría frente a las pantallas?

- Nunca
- A veces
- **Siempre**

4. ¿Eres de los que apenas se levanta revisa el celular?

- **Sí soy**
- De vez en cuando
- No, jamás

5. ¿Usas tu celular antes media hora antes de dormir?

- **Sí soy**
- De vez en cuando
- No, jamás

6. Aquí entre nos, ¿si una de tus publicaciones en redes sociales no recibes los likes que esperabas cómo te sientes?

- **Frustrado/a, triste o ansioso/a**
- Feliz, emocionada/o, inspirado/a
- Me da igual

7. ¿Consideras que has dejado a un lado actividades que son importantes para ti por pasar demasiado tiempo expuesto a las pantallas?

- **Sí soy**
- De vez en cuando
- No, jamás

8. ¿Pierdes fácilmente la concentración en tus tareas diarias cuando entras a redes sociales?

- Sí, siempre
- **A veces**
- No, nunca

Al finalizar el quiz, la aplicación le arrojó el resultado. Y como era de esperarse, esto le apareció: *¡Auch! Tu nivel **ruido es alto**. Pero no te preocupes, estamos aquí para ayudarte. ¡Conoce el plan que tenemos para ti!* Para continuar, a pesar de que no se sintió tan cómoda dando estos datos: puso su email, porque así se lo pidió la aplicación. Una vez realizado este pasó, la app le sugirió este plan gratuito:

Ruido alto:

¡Eres de los que logra lo que se propone! Súmate a este reto de 10 días y reduce tu ruido digital hasta en un 40%.

***Día 1:** Todo reto tiene un punto de partida. Hoy vas a interactuar en las pantallas como siempre lo haces. Obsérvate sin juzgarte. Al final del día anota en una hoja cómo te sentiste con el contenido que consumiste. Guarda la hoja hasta el final.*

***Día 2:** Desactiva las notificaciones de tus redes sociales. El sonido que emiten pone tu mente en alerta. Así que por hoy, ¡bajémosle a ese ruido!*

***Día 3:** ¡La música nos cura! Tu reto de hoy es poner una canción que te encante, cerrar los ojos y disfrutarla. Eso sí, mientras suena, nada de mirar el celular.*

***Día 4:** Hoy conectaremos con experiencias reales. Elige una actividad del catálogo de Sin Ruido en tu ciudad y date 15 minutos para planearla.*

Día 5: *¡Sabemos que pueden llegar a ser tu compañía! Pero hoy te retamos a desayunar, almorzar y cenar sin mirar las pantallas.*

Día 6: *¿Adivina qué? ¡Hoy si se vale usar el celular! Pero no para usar tus redes sociales, solo aprender durante 20 minutos algo que siempre quisiste.*

Día 7: *¡Cuidar nuestro entorno es cuidar nuestra mente! Elige un rincón de tu casa y dedica 20 minutos para organizarlos y ponerle tu toque.*

Día 8: *¡La magia de soñar! En una cartulina o papel, vas a dibujar tres sueños que quieres que se hagan realidad en los próximos cinco años.*

Día 9: *Escribe una carta a alguien a quien le guardas palabras importantes. Tú decides si la entregas, la guardas o la dejas ir.”*

Día 10: *¡Llegaste hasta aquí! ¡Eres lo máximo! Toma la hoja del primer día, anota cómo te sientes hoy. Compara las respuestas y prémiate de la manera que solo tú sabe hacerlo.*

Narrativa de usuario caso Juan Pablo:

Juan Pablo Rodríguez tiene 23 años. Vive en la zona rural del municipio de Cajamarca, en el departamento del Tolima. Hace seis meses montó junto a su mamá un negocio de venta de huevos, pensando en mejorar la economía familiar. El negocio ha crecido más de lo que se imaginada, por lo que ha retomado su sueño de poder estudiar una carrera universitaria. Cuando

se graduó del colegio, su abuelo murió porque la situación económica se agravó para él y su familia. Lo que lo distanció de su sueño de estudiar comunicación social.

Desde que el negocio de los huevos empezó a dar frutos, lo primero que hizo fue comprarse una moto para poder bajar la producción al pueblo y adquirir un mejor celular del que tenía. En el casco urbano uno de sus antiguos profesores del colegio, le contó que había la posibilidad de poder estudiar la universidad por internet. Pero que antes tenía que presentar un examen de ingreso, y para eso tenía que estudiar. Le indicó que el material podría encontrarlo en el celular, en unos links que él iba a pasarle. Luis se comprometió a estudiar. Había decidido que dedicaría tres horas en las noches a revisar e interiorizar los temas que le había compartido su docente. Pero el plan no estaba saliendo como se imaginaba, había descargado Tik Tok en su celular y las horas que tenía libres las estaba utilizando para ver videos cortos. Incluso su mamá le recordaba todo el tiempo que desde que había comprado ese “aparato” no hacía sino estar conectado, ya no compartía casi tiempo con ella y ni siquiera con sus amigos. Y lo de estudiar para el examen era una realidad que se desvanecía.

“Estoy pasando mucho tiempo en el celular, y no me está alcanzando el tiempo”, pensaba Juan todas las noches. Pero un día mientras hacía su habitual *scrolleo*, un video llamó particularmente su atención porque se sintió identificado porque salía una persona diciendo lo siguiente:

¿Llevas muchas horas scrolleando? Esta actividad puede impactar no solamente tu salud mental sino también la forma como reacciona tu cerebro. No sé si has experimentado esa sensación de

saber que ya no quieres pasar más tiempo en tu Instagram o Tik Tok, pero no puedes parar de ver videos. Pues resulta, que esto se debe a la sensación de recompensa inmediata que experimenta tu cerebro, es como si tus neuronas recibieran un shot de dopamina, la hormona de la felicidad. Pero es un efecto muy fugaz y es ahí donde sientes que necesitas volver a experimentar esa sensación con el siguiente video. El siguiente. Y el siguiente. Expertos han comparado esta reacción con la que producen las drogas en nuestro cerebro. Si quieres saber más ve al perfil de Sin Ruido en nuestras redes sociales (Vídeo Sin Ruido, 2025).

—Parce, eso es justo lo que me está pasando... ¿Qué será eso de Sin Ruido? —pensó. De inmediato salió de Tik Tok y fue directamente a buscar *Sin Ruido* en Instagram. Se dio cuenta que el objetivo era promocionar una aplicación dónde diagnosticaban el nivel de ruido digital al que cada uno está expuesto, y hacían un plan personalizado para cada necesidad. Decidió descargarla en su App Store de Android. Al entrar, lo primero que encontró fue una ventana con datos del promedio de horas que las personas en Colombia pasan en las redes sociales al año: 2.555 era el resultado. Le pareció que era demasiado. Decidió decir y le puso *Continuar*. Posteriormente, en su pantalla apareció esto: *¿Cuál es tu nivel de ruido digital? ¡Descúbrelo ahora!*

Una vez le dio a *Continuar*, se desplegaron las preguntas para responder:

1. ¿Cuántos años tiene? Selecciona una opción

- **Entre 18 y 25**
- Entre 26 y 35
- Entre 36 y 40
- Entre 41 o más

2. **¿Cuánto horas al día pasas en tu celular?**

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 3 horas
- **Entre 3 y 5 horas**
- Más de 5 horas

3. **¿Sientes que pasas más tiempo del que te gustaría frente a las pantallas?**

- Nunca
- **A veces**
- Siempre
-

4. **¿Eres de los que apenas se levanta revisa el celular?**

- Sí soy
- **De vez en cuando**
- No, jamás

5. **¿Usas tu celular antes media hora antes de dormir?**

- **Sí soy**
- De vez en cuando
- No, jamás

6. **Aquí entre nos, ¿si una de tus publicaciones en redes sociales no recibes los likes que esperabas cómo te sientes?**

- Frustrado/a, triste o ansioso/a
- Feliz, emocionada/o, inspirado/a
- **Me da igual**

7. **¿Consideras que has dejado a un lado actividades que son importantes para ti por pasar demasiado tiempo expuesto a las pantallas?**

- **Sí soy**

- De vez en cuando
- No, jamás

8. **¿Pierdes fácilmente la concentración en tus tareas diarias cuando entras a redes sociales?**

- **Sí, siempre**
- A veces
- No, nunca

Este fue el resultado que le apareció en pantalla: *Mmm... Tu nivel de **ruido es medio**. Con algunas herramientas, juntos podemos hacer que tu relación con las pantallas esté en equilibrio y se sienta bien para ti.* Sintió alivio cuando vio que su resultado no estaba tan mal como creía, pero decidió que quería continuar para mejorar sus hábitos. Le dio click a *Conoce tu plan* y esto fue lo que le salió:

Sabemos lo comprometido/as que estás con tu bienestar y salud mental, te invitamos a unirme a este reto de 10 días, donde podrás disminuir hasta en 30% tu ruido digital.

Día 1: *Todo reto tiene un punto de partida. Hoy vas a interactuar en las pantallas como siempre lo haces. Obsérvate sin juzgarte. Al final del día anota en una hoja cómo te sentiste con el contenido que consumiste. Guarda la hoja hasta el final.*

Día 2: *Desactiva las notificaciones de tus redes sociales. El sonido que emiten pone tu mente en alerta. Así que por hoy, ¡bajémosle a ese ruido!*

Día 3: *¡La mejor forma de aprender es enseñar! Hoy elige un reel de Sin Ruido, memoriza el dato que más te impacte y compártelo con alguien para reflexionar juntos.*

Día 4: *Cantidad no es calidad. Hoy limpia tu feed: entra a tu red social favorita y marca al menos cinco contenidos que no te aportan como 'no me interesa'. ¡Tu mente lo agradecerá!*

Día 5: *Elige un lugar cercano que te llene el alma. Planea una visita: haz un pequeño presupuesto, elige fecha y prepárate. Si no sabes dónde, revisa las ideas que Sin Ruido tiene para ti.*

Día 6: *Haz del sueño un ritual. Por dos días, espera 20 min al despertar antes de mirar el celular, y siléncialo 20 min antes de dormir.*

Día 7: *El arte de agradecer. Has una lista a mano de las 10 cosas por la que hoy te sientes agradecido/a. ¡Es un regalo para el!*

Día 8: *¡Poner el cuerpo en movimiento! Cuando lo sientas, levántate y haz durante cinco minutos los estiramientos que te proponemos a continuación (piernas, brazos, torso).*

Nota: Si tienes alguna condición de salud que te lo impida, por favor consulta a tu médico de confianza.

Día 9: *¡El poder de hacerlo junt@s! Hoy vas a elegir el reto que más te haya gustado de los días anteriores y lo vas a hacer junto a alguien que sea importante para ti.*

Día 10: *¡Llegaste hasta aquí! ¡Eres lo máximo! Toma la hoja del primer día, anota cómo te sientes hoy. Compara las respuestas y prémiate de la manera que solo tú sabe hacerlo.*

Validaciones profesionales en psicología

Una vez proyectados los copys se le solicitó a una profesional en psicología clínica de la Universidad Católica de Colombia que hiciera las correspondientes validaciones. Si bien, valoró de manera positiva el contenido propuesto realizó las siguientes recomendaciones:

- Aclarar previo a la realización del quiz, que la categorización de los niveles de ruido no representa un diagnóstico psicológico y que las actividades propuestas no sustituyen terapia.
- Indicar en la realización de las actividades de los planes que si existe alguna actividad que afecte u aumente la sintomatología de enfermedades mentales abstenerse de hacerla
- Ajustó algunas de las actividades que consideró podían representar algún tipo de riesgo. Estas recomendaciones fueron incluidas dentro de la aplicación.

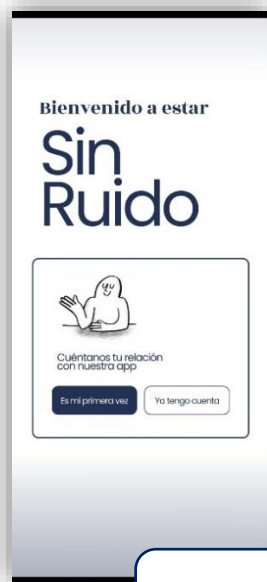
Prototipo de la aplicación

El prototipo de la aplicación *Sin Ruido* se creó en la plataforma Figma, donde se contemplaron la mayoría de los elementos recogidos en el diseño de la arquitectura de la

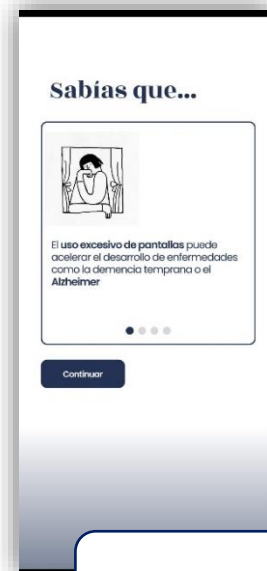
Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

información³, como se puede observar en las siguientes imágenes de algunos de los *frames* tomados del prototipo original:

Muestra visual aplicación Sin Ruido:



Frame de bienvenida



Dato pedagógico

³ La interacción real de aplicación se encuentra en el siguiente link, para lo cual se debe descargar previamente en el celular la aplicación de Figma: <https://www.figma.com/proto/Y3EymiM6v4u5m6vGEQtOM2/Sin-Ruido?page-id=7%3A9&node-id=9-131&viewport=1885%2C1795%2C0.43&t=JwKrhfps1He8RYr9-1&scaling=min-zoom&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=9%3A131>

Ayúdanos respondiendo,
¿Qué edad tienes?

Entre 18 y 25

Entre 26 y 35

Entre 36 y 40

Entre 41 o más

Continuar

Pregunta demográfica

¿Cuántas horas al día pasas en tu celular?

Menos de 3 horas

De 3 a 5 horas

De 5 a 7 horas

Más 7 horas

Continúa

Pregunta hábitos digitales

¿Usas tu celular media hora antes de dormir?

Sí soy

De vez en cuando

No, jamás

Continuar

Pregunta hábitos digitales

Aquí entre nos, ¿si una de tus publicaciones en redes sociales no recibes los likes que esperabas cómo te sientes?

Frustrado/a, triste o ansioso/a

Feliz, inspirado/a

Me da igual

Continuar

Pregunta hábitos digitales

¿Consideras que has dejado a un lado actividades que son importantes para ti por pasar demasiado tiempo expuesto a las pantallas?

Sí soy

De vez en cuando

No, jamás

Pregunta hábitos digitales

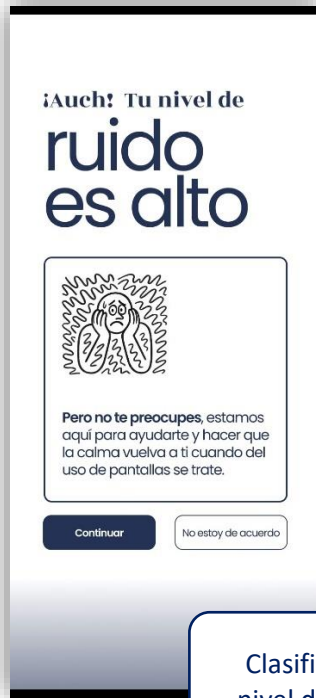
¿Pierdes fácilmente la concentración en tus tareas diarias cuando entras a redes sociales?

Sí soy

De vez en cuando

No, jamás

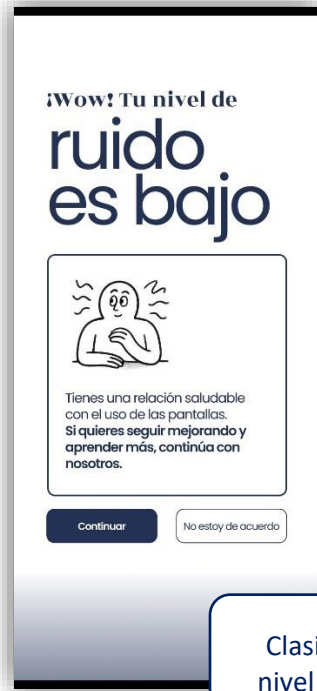
Pregunta hábitos digitales



Clasificación nivel de ruido



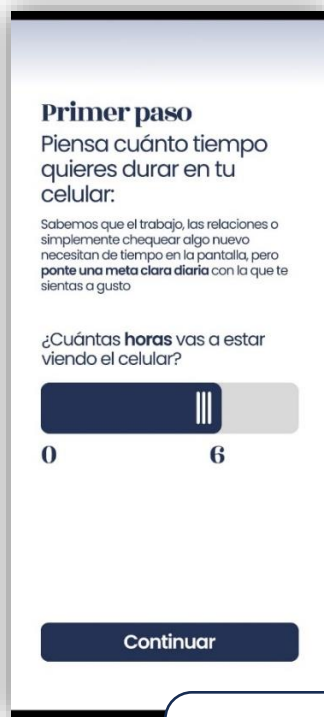
Clasificación nivel de ruido



Clasificación nivel de ruido



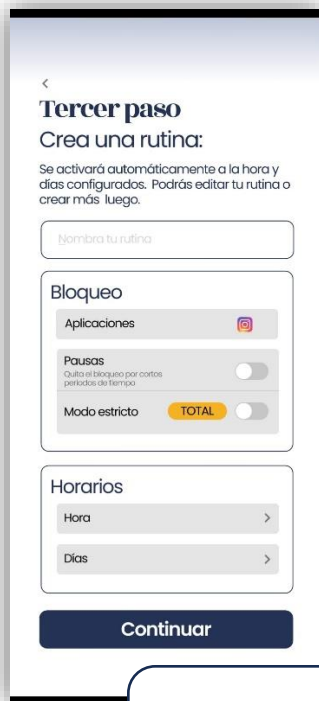
Solicitud de información de registro



Solicitud información de diagnóstico complementaria



Identificación de las apps más usadas



Definición del tiempo para el bloqueo de las apps que más distraen



Planes pagos de Sin Ruido



Pago de planes
pagos de sin ruido



Tareas de los
planes
personalizados

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes



Ranking en Colombia de las personas lograron alcanzar su objetivo

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Sesiones Sin Ruido



Incentivos para continuar Sin Ruido



Balance de las notificaciones revisadas.



Aliados y balance de prácticas relacionadas con la infoxicación

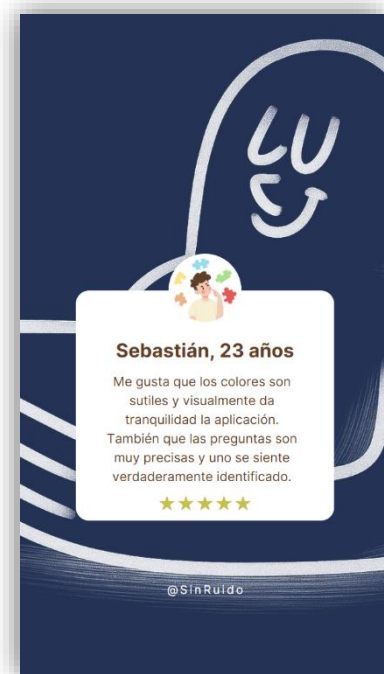
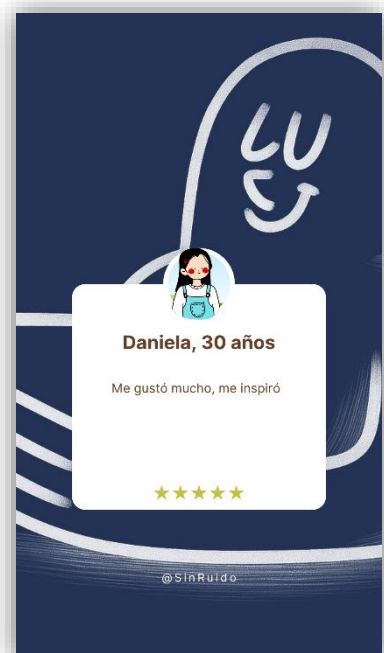
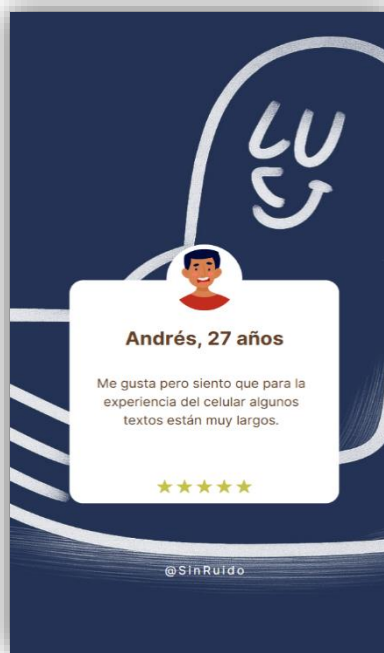
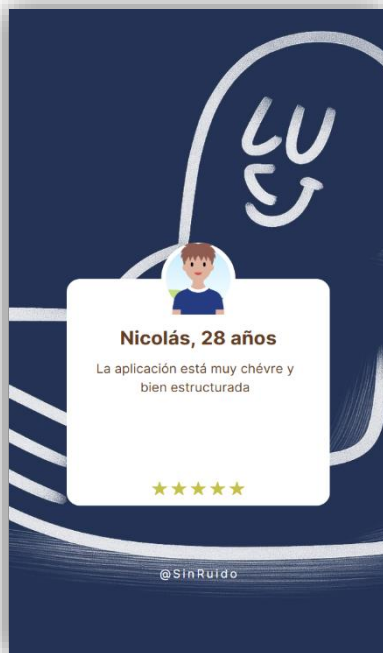


Aliados e identificación emocional

Testear y ajustar

5.1 Testear y ajustar

Para cerrar el ciclo de las acciones del modelo de Design Thinking para el proyecto de *Sin Ruido* se realizó la fase de testear, donde se le pidió a cinco personas que viven en Colombia y tienen entre 25 y 30 años que navegaran en el prototipo diseñado en la aplicación y escribieran sus opiniones sobre la experiencia de usuario, a lo cual respondieron lo siguiente:



De acuerdo con las sugerencias realizadas se acortaron los textos y se resaltó el tono cercano e inspirador. Se mantuvieron los colores debido a que según las reseñas de los usuarios estos transmiten calma. Así mismo, se dejó la estructura de la aplicación conforme al diseño de la arquitectura de la información. Una vez se consiga la financiación para el desarrollo final de la aplicación se hará un testeo con muestreo más amplio.

Estrategia de difusión

El proyecto Sin Ruido plantea la siguiente estrategia de difusión para lograr que la aplicación sea descargadas y usada de manera permanente. Donde se contemplan las fases de: lanzamiento, activación temprana y fidelización y seguimiento, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5

Estrategia de difusión:

Fase	Objetivo	Acciones clave	Canales	Tipo de contenido	KPIs principales
Lanzamiento	Generar primeras descargas y awareness rápido	Publicidad en Instagram y TikTok Ads; Landing page con dato curioso, preguntas y CTA; Segmentación por intereses y públicos similares	Meta Ads, TikTok Ads, Landing Page	Videos estilo TikTok; Preguntas provocadoras; Estadísticas de infoxicación	CTR de campañas; Descargas desde landing; Costo por descarga

Activación Temprana	Incentivar que los usuarios usen la app más de 1 vez	Push notifications con tareas del día; Email con beneficios; Actividades offline desde el día 1	App (push), email.	Retos de 24h sin celular; Emails de bienvenida; Mensajes motivadores	% de usuarios activos tras 1 y 7 días; Participación en retos; Uso de beneficios
Fidelización & Crecimiento Orgánico	Retener usuarios y que inviten a otros	Programa de referidos; Actividades semanales nuevas; Testimonios reales en Ads	Email, Push, Publicidad retargeting	Testimonios visuales; Casos de uso reales; Mensajes de conexión auténtica	Tasa de retención mensual; Nuevas descargas por referidos; Feedback cualitativo

Nota: Fuente: Propia, 2025

El plan de difusión de *Sin Ruido* tiene como objetivo llegar a jóvenes entre los 18 y 38 años en Colombia que sienten que su tiempo se les escapa entre notificaciones, redes sociales y distracciones digitales. Queremos hablarles en su idioma: de forma cercana, directa y auténtica, sin caer en el tono institucional. Nuestras creatividades estarán diseñadas con ritmo, visuales y lógica de TikTok, simulando contenido generado por usuarios reales, no marcas. En lugar de construir una presencia tradicional en redes, optamos por mantener perfiles sociales ocultos que no buscan construir comunidad, sino ser canales estrictamente dedicados a pauta, optimizados para probar y escalar piezas que conviertan. Lo mismo ocurre con nuestra landing page, oculta de motores de búsqueda: es una herramienta de performance que muestra un solo dato curioso sobre el ruido digital, ofrece un test breve para diagnosticarlo y cierra con un llamado claro a descargar la app en App Store o Play Store. Nada más. Nada que distraiga.

En la fase de lanzamiento, buscamos generar awareness inmediato y las primeras descargas. Activaremos campañas en Meta y TikTok Ads dirigidas a públicos con intereses afines (productividad, salud mental, minimalismo digital, etc.) y audiencias similares a quienes ya descargaron. El contenido será sobrio visualmente y emocionalmente provocador: estadísticas sobre la infoxicación, preguntas que incomodan, pero formuladas desde la cercanía. Esta etapa se medirá por el CTR de las campañas, la cantidad de descargas desde la landing y el costo por adquisición.

La fase de activación temprana tiene como meta que los usuarios no solo descarguen la app, sino que regresen a ella. Para lograrlo, emplearemos notificaciones push personalizadas y correos de bienvenida que expliquen los beneficios desde el primer día. Además, se activarán retos y actividades offline que se encuentran en la app y en el prototipo diseñado —como caminar sin celular, dibujar o escribir a mano— además del plan TOTAL donde se desbloquean descuentos con aliados estratégicos como librerías, gimnasios o centros turísticos. Evaluaremos el éxito por la tasa de usuarios activos al día 1 y día 7, así como por la participación en actividades y uso de beneficios.

Por último, la fase de fidelización y crecimiento orgánico busca convertir usuarios en promotores de *Sin Ruido*. A través de un sistema de referidos, retos semanales nuevos y contenidos generados por terceros, promoveremos una relación emocional y duradera. Reforzaremos esto con campañas de retargeting basadas en testimonios reales y casos de éxito, mostrando cómo vivir con

menos ruido digital transforma la vida cotidiana. Esta etapa será medida por la retención mensual, las descargas por referidos y el feedback cualitativo que recojamos.

A continuación, dejaremos los visuales con sus respectivos copies de cómo se vería la historia de publicidad que lleva al landing page con tres preguntas y un call to action, y una historia para que se haga una referencia visual de los elementos mencionados.



Alguien obsesionado con su celular pasa más de 10 años con los ojos cuadrados.

Eso es más tiempo del que usas para comer o hablar con tus amigos.



Descarga

Sin Ruido

Empieza a recuperar tu tiempo. Empieza a vivir más pleno.



¿Eres de los que apenas se levanta revisa el celular?

Sí soy

De vez en cuando

No, jamás

Continuar

¿Usas tu celular media hora antes de dormir?

Sí soy

De vez en cuando

No, jamás

Continuar

Modelo de lo negocios

Para la implementación y sostenibilidad del proyecto *Sin Ruido* se determinó un presupuesto inicial para poner en marcha lo diseñado. Por lo que, en el presente apartado se hará una descripción de los posibles costos y se desarrollará el modelo Canvas y Lean Canvas para la identificación de la posible fuente de financiación para llevar a cabo lo planteado.

A continuación, se describe el presupuesto proyectado para poder arrancar en un periodo de tres meses:

Tabla 6

Presupuesto Sin Ruido

Concepto	Descripción	Costo Estimado (COP)
Análisis y planificación	Reuniones, análisis de requerimientos, wireframes	\$ 3.900.000
Diseño UI/UX	Diseño de interfaz, experiencia de usuario	\$ 7.800.000
Desarrollo frontend (móvil)	iOS y Android (Flutter o React Native)	\$ 19.500.000
Desarrollo backend	API, base de datos, autenticación, estadísticas	\$ 11.700.000
Integraciones (Google, Apple)	Notificaciones, calendario, screen time, etc.	\$ 3.900.000
Pruebas y QA	Corrección de errores, pruebas en distintos dispositivos	\$ 3.900.000
Equipo creativo	Un creador audiovisual y community manager inicialmente por tres meses	\$ 24.000.000
Infraestructura (hosting, DB)	Servidores, mantenimiento por 6 meses	\$ 1.950.000
Gestión de proyecto	Coordinación, seguimiento	\$ 5.000.000

Total estimado		\$ 81.650.000
-----------------------	--	---------------

Nota: Fuente: Propia, 2025

Según el modelo de Lean Canvas, utilizado principalmente para emprendimientos, los siguientes son los elementos que deberían ser tomados a consideración en el modelo de negocios:

Tabla 7

Lean Calvas Sin Ruido

Lean Canvas Sin Ruido	
1. Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de infoxicación digital en jóvenes adultos • Pérdida de bienestar por sobreexposición a redes y contenidos • Falta de soluciones locales y éticas para el manejo del uso digital
2. Segmentos de clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Personas jóvenes adultas en Colombia (18-35 años) • Estudiantes universitarios y trabajadores digitales • Personas interesadas en su bienestar digital y mental
3. Propuesta de valor única	<ul style="list-style-type: none"> • App colombiana que ofrece diagnóstico personalizado, rutas de intervención, y contenidos pedagógicos para disminuir la infoxicación digital, con enfoque en bienestar integral, ética y comunicación consciente.
4.Solución	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de hábitos digitales • Planes de intervención adaptados (tiempo de pantalla, pausas, detox)

	<ul style="list-style-type: none"> • Microcursos, cápsulas educativas y retos • Evaluación constante del progreso
5. Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram y TikTok (creación de comunidad) • Universidades, colectivos juveniles • Tienda de apps (iOS / Android) • Influencers de salud mental y digital
6. Fuentes de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Versión premium con rutas avanzadas • Alianzas con instituciones educativas y gubernamentales • Patrocinios de marcas afines (ética y salud digital) • Contenido exclusivo patrocinado (no invasivo)
7. Estructura de costos	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la app • Producción de contenido pedagógico • Equipo interdisciplinario (psicología, comunicación, tecnología) • Marketing y posicionamiento • Investigación y mejora continua
8. Métricas clave	<ul style="list-style-type: none"> • N° de diagnósticos realizados • Participación en rutas de intervención • Niveles de desinfoxicación alcanzados • Engagement en comunidad digital • Satisfacción y retención de usuarios

Nota: Fuente: Propia, 2025

Para que el proyecto pueda entrar en funcionamiento es necesario poder llevar a cabo las siguientes actividades clave: definición de la identidad de la marca, desarrollo, testeo y mantenimiento de la aplicación; abrir las cuentas de la app en Instagram y Tik Tok; creación de contenido y generación de pauta para la difusión en redes sociales; definición de las actividades de los planes de cada una de las categorías establecidas , según el nivel de exposición digital - *Ruido bajo, Ruido medio y Ruido alto*-, y la validación por expertos en psicología de los contenidos generados, con el fin de tener un impacto integral y ético en los usuarios.

Con el objetivo de hacer sostenible el proyecto se requiere tener recursos para su implementación. Donde se contempla la contratación de un desarrollador para el diseño, testeo y mantenimiento de la aplicación, la adquisición de herramientas para la creación del contenido digital - smart phone de alta gama (que servirá para el uso de redes y la grabación del contenido), luces y micrófonos de solapa-. Así como también, la vinculación de dos profesionales que se dediquen a la creación del contenido para redes sociales y el pago por prestación de servicios de un/a psicólogo/a, que pueda validar desde el punto de vista ético y terapéutico el contenido.

En este sentido, se tienen trazadas tres líneas de financiamiento: el pago por la suscripción de los usuarios para que accedan al contenido *premium* de la aplicación; la pauta de patrocinadores que será difundida en la modalidad freemium de la aplicación y las cuentas de Tik Tok e Instagram de marca; y la venta de paquetes, que incluirán talleres sobre el uso consciente del contenido digital y las suscripción a la app, a entidades e instituciones educativas que busquen aportar al bienestar de sus comunidades. Adicionalmente, se ha contemplado la generación de alianzas con

emprendimientos y organizaciones que le apuesten al cuidado emocional, la promoción de nuevas experiencias - relacionadas con el turismo, la música, la lectura, etc.- y el bienestar físico.

Tabla 16: Canvas Modelo de negocio

Canvas del modelo de negocio -Sin Ruido



Nota: Fuente: Propia, 2025

Teniendo en cuenta las actividades trazadas, para el diseño y la implementación de la aplicación Sin Ruido se anexa el cronograma general planteado para el proyecto de Sin Ruido: (Anexo 4).

Estrategia de contenido pedagógico transmedia para Sin Ruido

Uno de los pilares fundamentales del proyecto Sin Ruido es su dimensión pedagógica, orientada a promover la conciencia crítica sobre el uso excesivo del celular y sus consecuencias en la salud mental, la productividad y las relaciones sociales. No obstante, siendo coherentes con el propósito del proyecto —que invita a reducir el tiempo frente a pantallas y a fomentar una vida más presente—, se ha optado por una estrategia transmedia sencilla, honesta y no invasiva, que complementa la experiencia de la app sin generar más ruido digital.

La estrategia se basa en la utilización de un canal transmedia principal —un podcast pedagógico— y una extensión ligera dentro de la misma app al que tendrán acceso todos los usuarios, gratuitos y premium Total, que permite que el contenido se interiorice de forma activa sin requerir más exposición digital.

1. Canal principal: Podcast “Momentos Sin Ruido”

El podcast se ha consolidado en los últimos años como un formato que favorece el aprendizaje, la introspección y el acompañamiento sin recurrir a pantallas, lo cual lo convierte en un medio ideal para los fines de Sin Ruido. A diferencia de otras estrategias transmedia que incluyen redes sociales o contenidos audiovisuales, el podcast permite que el usuario se mantenga alejado del celular mientras se informa, reflexiona y se motiva a transformar sus hábitos.

Características del podcast:

- Nombre del canal: Momentos Sin Ruido

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

- Duración promedio por episodio: Entre 8 y 12 minutos, para mantener la atención del oyente sin resultar extenso.

- Frecuencia de publicación: Un episodio semanal.

- Estilo narrativo: Cercano, reflexivo y pedagógico, con un lenguaje claro y emocionalmente empático.

- Formato: Combinación de narración personal, entrevistas breves con expertos e historias reales.

Ejes temáticos propuestos:

- Educación sobre los efectos del uso excesivo del celular en el cerebro y el bienestar emocional.

- Microhábitos y estrategias prácticas para reducir el tiempo de pantalla de manera gradual.

- Historias reales de personas que han recuperado su tiempo, creatividad o relaciones personales al reducir su dependencia digital.

- Recomendaciones offline, como caminar, leer, escribir a mano, observar la naturaleza o reconectar con hobbies olvidados.

- Aportes de psicólogos, sociólogos, educadores o profesionales del bienestar digital.

Elemento motivador: Cada episodio cerrará con una sección llamada “Tarea Sin Ruido”, que consiste en una acción concreta y sencilla que el oyente puede realizar durante ese día o semana. Esta propuesta busca traducir el contenido teórico en una práctica real y cotidiana.

2. Extensión complementaria dentro de la app: Bitácora Sin Ruido

Con el fin de integrar el contenido del podcast dentro de la experiencia digital del usuario sin saturar su atención, se ha diseñado una sección denominada Bitácora Sin Ruido. Esta función aparecerá de forma opcional después de escuchar cada episodio y consistirá en dos preguntas breves de reflexión:

1. ¿Qué fue lo más valioso que escuchaste hoy?
2. ¿Cuál será tu acción Sin Ruido esta semana?

Esta dinámica tiene una doble función: por un lado, permite que el usuario interiorice el contenido escuchado y lo conecte con su propia vida; por otro lado, funciona como una herramienta de autoobservación que refuerza el cambio de hábitos.

A nivel técnico, esta bitácora no requiere de un desarrollo complejo ni implica una interacción prolongada con la app, lo que garantiza que el usuario no se distraiga ni prolongue innecesariamente su tiempo frente a la pantalla.

3. Alineación con los principios del proyecto

Esta estrategia fue pensada cuidadosamente para no contradecir la misión de Sin Ruido. A diferencia de otras iniciativas digitales que expanden su presencia a múltiples plataformas y redes

sociales, aquí se prioriza la calidad sobre la cantidad. Se evita generar nuevos estímulos que puedan aumentar el ruido digital, y se enfoca en un solo canal auditivo, complementado con una herramienta de reflexión breve y opcional.

De este modo, la estrategia transmedia:

- Mantiene la coherencia entre el contenido pedagógico y el propósito de la app.
- Fomenta el aprendizaje autónomo y el cambio de hábitos sin dependencia de la tecnología.
- Invita a construir una relación más saludable con los dispositivos móviles, incluso en la forma en que se accede a los contenidos educativos.
- Fortalece el vínculo emocional del usuario con el proyecto a través de relatos reales, voces cercanas y desafíos semanales significativos.

En conclusión, la propuesta transmedia para Sin Ruido no busca ser masiva ni viral, sino significativa. Al centrarse en un solo canal adicional y en una dinámica de reflexión interna, se logra una experiencia coherente, sostenible y transformadora que acompaña a los usuarios en su proceso de desinfoxicación digital.

Versión TOTAL: beneficios principales y extensiones funcionales

La versión TOTAL de *Sin Ruido* ha sido concebida como una propuesta integral para usuarios que desean avanzar de manera más comprometida en su proceso de desinfoxicación digital. A

diferencia de la versión gratuita —que ya incluye funciones esenciales como el bloqueo de aplicaciones, el sistema de ranking, las tareas diarias y el acceso a contenido pedagógico básico—, la versión TOTAL amplía significativamente la experiencia en cuatro pilares fundamentales:

Material pedagógico de alta calidad y actualizado diariamente: acceso exclusivo a contenidos curados y tercerizados que incluyen ensayos científicos, artículos especializados, video-ensayos, y publicaciones que permiten una comprensión más profunda del impacto del consumo digital excesivo. Este material busca educar al usuario desde un enfoque ético y riguroso.

Experiencias TOTAL: descuentos y beneficios con aliados estratégicos como librerías, gimnasios, agencias de viaje, y otros espacios que fomentan actividades analógicas, pausadas y conscientes. La idea es que la desinfoxicación no se limite a dejar de usar el celular, sino que se complemente con experiencias reales que nutran el bienestar integral.

Modo estricto de uso de aplicaciones: bloqueos avanzados, personalizables y más resistentes a la manipulación. Este modo permite configuraciones donde el usuario, por voluntad propia, renuncia a modificar los tiempos de uso por intervalos prolongados, lo que fortalece su autodisciplina.

Desbloqueo total de tareas semanales y rutinas: mientras la versión gratuita solo permite el acceso parcial a las tareas y plantillas de rutina, la versión TOTAL libera todas las actividades de la semana, lo cual acelera el progreso en el ranking y permite una planificación más completa y estructurada del proceso de desinfoxicación.

Extensiones funcionales para fortalecer la versión TOTAL

Además de los beneficios ya definidos, se proponen dos funcionalidades complementarias que podrían integrarse a la versión TOTAL con el objetivo de reforzar el acompañamiento, la personalización y la dimensión social de la aplicación.

Comunidad y retos colaborativos

La implementación de grupos temáticos (por ejemplo: “Lectores sin ruido”, “Caminantes conscientes”, “Creativos detox”, entre otros) permitirá a los usuarios encontrar afinidad y compartir su experiencia con personas que tengan intereses similares. Estos grupos podrían participar en retos colaborativos semanales, donde las tareas cumplidas por cada integrante sumen al total del grupo, incentivando así la constancia y el compromiso colectivo.

Se plantea también la posibilidad de habilitar espacios de conversación moderados dentro de la app, que funcionen como foros o chats grupales para compartir avances, dificultades o recomendaciones. Esto convierte el proceso de desinfoxicación en una experiencia más acompañada y menos solitaria.

Coaching automatizado con inteligencia artificial

En lugar de implementar sesiones con coaches reales —lo cual implicaría costos operativos elevados—, se propone el uso de un **agente conversacional basado en inteligencia artificial** que funcione como guía personalizada del usuario. Este sistema analizará datos como el tiempo de uso

del celular, las aplicaciones bloqueadas, las rachas cumplidas y el historial de tareas, para generar **recomendaciones automatizadas** y específicas que acompañen el proceso.

Este mismo agente se utilizará también para la **verificación automatizada de tareas diarias**, especialmente aquellas que pueden evidenciarse con una foto. Por ejemplo, si una tarea consiste en dibujar, leer o hacer ejercicio, el usuario puede subir una imagen como comprobante, y la IA evaluará si la evidencia corresponde con lo solicitado. De esta forma, se asegura un proceso más justo y dinámico dentro del sistema de ranking.

Proyección a futuro

Como una visión de largo plazo, y dependiendo del éxito de la aplicación en su primera etapa, se contempla en fases futuras la **sincronización multiplataforma**, permitiendo extender los beneficios de *Sin Ruido* a otros dispositivos como tablets o computadores. Esto reforzaría la idea de acompañamiento integral, aunque por ahora solo se plantea como una posible línea de expansión posterior.

Conclusiones:

La aplicación *Sin Ruido* es una alternativa viable y funcional a la problemática que presentan los jóvenes adultos en Colombia de entre 25 y 40 años, quienes según los estudios realizados presentan altos niveles de saturación digital relacionados con temas laborales, educativos y de entretenimiento. Por lo que, las herramientas personalizadas, pedagógicas e interactivas que ofrece la app se adaptan a sus necesidades y podrían tener un impacto directo en la disminución de los efectos negativos de la infoxicación en la salud mental y física, contribuyendo al concepto de bienestar digital: que busca que las personas puedan tener un equilibrio entre sus hábitos digitales y las diferentes dimensiones de sus vidas.

Conforme a la revisión de las herramientas que tienen como objetivo la desinfoxicación de los usuarios, se identificó la necesidad de crear soluciones que se adapten al contexto colombiano de acuerdo con las dinámicas, intereses y actividades realizadas por los posibles usuarios. Teniendo en cuenta que las aplicaciones que existen para solucionar la problemática identificada han sido diseñadas en otros países y tienen alternativas que son más genéricas. Por lo que, desde *Sin Ruido* se plantearon acciones que fueran más allá de la restricción de aplicaciones, promoviendo planes de experiencias análogas que incentiven la desconexión digital por ciertos periodos de tiempo, desde la oferta que se encuentra en el país.

Considerando que los creadores de *Sin Ruido* no están relacionados con las áreas de la salud física y mental – dos de las dimensiones que el proyecto busca impactar –, se determinó la importancia de contar con el acompañamiento de validadores en estos campos, desde un enfoque

ético, con el objetivo de que la intervención a la problemática de la infoxicación se haga de manera responsable disminuyendo las posibilidades de generar autodiagnósticos y acciones con daño. Por lo que, se hace necesario que el contenido pedagógico y de la experiencia de usuario en la aplicación cuente de manera constante con esta aprobación y se hagan los ajustes necesarios.

Según el estudio de mercado realizado para el presente proyecto y la encuesta que se realizó a un muestreo del posible público objetivo, se identificó la pertinencia de desarrollar una aplicación como *Sin Ruido*, por lo que si bien hasta ahora se encuentra en la fase del prototipo se hace posibles buscar fuentes de financiación para el desarrollo y sostenibilidad de la aplicación. Según las respuestas recolectadas del sondeo realizado, el 47.5% de los encuestados afirmó que descargaría una app con características similares a las de *Sin Ruido* y el 43,1% mencionó que posiblemente estarían interesados. Al combinar estas cifras, se obtiene un 90.6% de potencial aceptación en el mercado, lo que subraya la existencia de una necesidad latente y un público receptivo dispuesto a adoptar una herramienta que les ayude en la desinfoxicación digital.

Por último, el valor fundamental de "Sin Ruido" reside en su capacidad para generar un impacto tangible y positivo en la calidad de vida y la productividad de los jóvenes adultos. La infoxicación digital no es solo una cuestión de tiempo de pantalla; se traduce en ansiedad, estrés, menor concentración, problemas de sueño, disminución de la creatividad y un deterioro en las relaciones interpersonales. Al facilitar un proceso de desintoxicación, la aplicación permite a los usuarios recuperar el control sobre su atención, su tiempo y su bienestar emocional. Esto se traduce directamente en una reducción del estrés, una mejora en la capacidad de concentración para el

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

estudio o el trabajo, un sueño más reparador y un redescubrimiento de actividades y relaciones fuera del ámbito digital.

Bibliografía

Alter, A. (2017). *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*.

Amazon Ads. (s.f.). *¿Qué es la economía de la atención? Cómo abrirse paso*.

<https://advertising.amazon.com/es-co/library/guides/attention-economy>

Bawden, D., & Robinson, L. (2009). The dark side of information: Overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of Information Science*, 35(2), 180-191.

<https://doi.org/10.1177/0165551508095781>

Berdichevsky, D., & Neuenschwander, E. (1999). Toward an ethics of persuasive technology.

Communications of the ACM, 42(5), 51-58. <https://doi.org/10.1145/301353.301410>

Bridle, J. (2018). *New Dark Age: Technology and the End of the Future*. Verso Books.

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harvard Business Press.

Content Marketing Institute. (2020). *What is content marketing?*

<https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>

Cornella, A. (2000). *Infoxicación*. Infonomia. <http://www.infonomia.com/infoxicacion>

Cornella, A. (2013, 2 de octubre). *Infoxicación...*

<https://alfonscornella.com/2013/10/02/infoxicacion>

Cross, N. (2011). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Berg.

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2023). *Design Thinking: A Quick Overview*. Interaction Design Foundation.

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Press.

DemandSage. (2025). *Screen Time Statistics: Average Usage Data (May 2025)*. DemandSage.

<https://www.demandsage.com/screen-time-statistics/>

Díaz, R. (2025, abril). *El «ruido digital»*. <https://rubdiaz.com/ruido-digital-lo-has-sentido/>

DIP – Detox Information Project. (s.f.). *Conoce DIP*. Recuperado el 23 de mayo de 2025, de

<https://www.somosdip.com/conocedip>

Elorza, Y. (27 de diciembre de 2018). <https://www.pragma.co/es>.

<https://www.pragma.co/es/blog/estudio-revela-cuales-son-los-habitos-digital-de-los-colombianos>

Eniversy. (2023). *Estrategias para evitar la saturación informativa y mejorar la experiencia del alumno*. [https://eniversy.com/articulos/articulo-estrategias-para-evitar-la-](https://eniversy.com/articulos/articulo-estrategias-para-evitar-la-saturacion-informativa-y-mejorar-la-experiencia-del-alumno-4796)

[saturacion-informativa-y-mejorar-la-experiencia-del-alumno-4796](https://eniversy.com/articulos/articulo-estrategias-para-evitar-la-saturacion-informativa-y-mejorar-la-experiencia-del-alumno-4796)

Gaitán Sánchez, J. A., & Avendaño Casas, P. A. (2022). Infoxicación e impacto en la sociedad.

Tecnología Investigación y Academia, 10(1), 66–84.

<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/tia/article/view/18749>

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Gómez, A. (2024, 8 de julio). *Qué es la productividad tóxica y cómo combatirla, según Harvard.*

Infobae. <https://www.infobae.com/mexico/2024/07/09/que-es-la-productividad-toxica-y-como-combatirla-segun-harvard/infobae>

Gutiérrez, A., & Tyner, K. (2012). *Educación para los medios y la información en la era digital.* Gedisa Editorial.

Huang, M.-H., Rust, R., & Maksimovic, V. (2019). The Feeling Economy: Managing in the Next Generation of Artificial Intelligence (AI). *California Management Review*, 61(4), 43–65. <https://doi.org/10.1177/0008125619863436>

IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design.* <https://www.designkit.org/resources/1>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2025). *Bienestar digital: guía para una relación saludable con la tecnología.*

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/otros/bienestardigital2025.pdf>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (s.f.). *Detox Digital.* Recuperado el 18 de mayo de 2025, de <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/detox-digital>

Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All.* Crown Business.

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report.* DataReportal.

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbox: A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods*. Wiley.

Liedtka, J. (2014). Perspective: Linking Design Thinking with Innovation Outcomes through Cognitive Bias Reduction. *Journal of Product Innovation Management*, 31(6), 925–938.

Liedtka, J. (2015). Perspective: Linking design thinking with innovation outcomes through cognitive bias reduction. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 925–938.

<https://doi.org/10.1111/jpim.12163>

Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. *Harvard Business Review*, 96(5), 72–79.

Liu, S., Coulter, R., Sui, W., Nuss, K., & Rhodes, R. E. (2023). Determinants of recreational screen time behavior following the COVID-19 pandemic among Canadian adults. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 48(5), 500–509. <https://doi.org/10.1139/apnm-2022-0379>

Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.

<https://doi.org/10.1177/1461444807080335>

Lockwood, T. (2009). *Design thinking: Integrating innovation, customer experience, and brand value*. Allworth Press.

Marroquin Ciendúa, F., Palacios Chavarro, J. A., Sandoval Escobar, M. C., & Sierra Puentes, M. C. (2019). Ecological consumption: Exploratory study on women behavior in Colombia. *Espacios*, 40(24). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85071177627&partnerID=40&md5=210a3adf06a2235a3f342c66e6b43f8e>

Sin Ruido: aplicación de desinfectación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Meister, A., & Dael, N. (2024, febrero 12). *Do You Have a Phone Addiction?* Harvard Business Review.

Mejía, O. (2023, 26 de septiembre). *El 40% de los colombianos no podría pasar un día sin su celular, según estudio.* W Radio. <https://www.wradio.com.co/2023/09/26/el-40-de-los-colombianos-no-podria-pasar-un-dia-sin-su-celular-segun-estudio/>

MinTIC. (2023). *Boletín trimestral de las TIC - Cuarto trimestre 2023.*

Ministerio de Salud y Protección Social. (2023). *66% de los colombianos declara haber enfrentado algún problema de salud mental.* <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/66-porciento-de-colombianos-declara-haber-enfrentado-algun-problema-de-salud-mental.aspx>

Naciones Unidas. (2024). *Reporte sobre el impacto de las tecnologías digitales en el bienestar mental.* United Nations. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391983>

Osorio, C. (2024, 08 de junio). *Colombia busca su hoja de ruta para desconectar a sus adolescentes de los teléfonos móviles.* El País América Colombia. <https://elpais.com/america-colombia/2024-06-08/colombia-busca-su-hoja-de-ruta-para-desconectar-a-sus-adolescentes-de-los-telefonos-moviles.html>

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You.* Penguin Press.

Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (2011). *Design thinking: Understand–improve–apply.* Springer.

Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less.* McGraw-Hill Education.

Sin Ruido: aplicación de desinfectación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

Redacción National Geographic. (2023, 24 de febrero). *Cómo afecta al cerebro el uso excesivo de las pantallas*. National Geographic en Español.

<https://www.nationalgeographic.com/ciencia/2023/02/como-afecta-al-cerebro-el-uso-excesivo-de-las-pantallas>

SaludOnNet. (2024, octubre 4). *¿Cómo afecta en la salud mental y física el uso excesivo de pantallas?*

<https://www.saludonnet.com/blog/como-afecta-en-la-salud-mental-y-fisica-el-uso-excesivo-de-pantalla>

Sanidad, Mi. de. (2020). *Enfermedad por coronavirus. Actualización 18 De Mayo, 19*, 1–61.

<https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/documentos/ITCoronavirus.pdf>

Saavedra, F. (22 de septiembre de 2023). <https://www.infobae.com/colombia/>.

<https://www.infobae.com/colombia/2023/09/22/estudio-revela-que-el-40-de-los-colombianos-tiene-dependencia-del-celular/>

Scolari, C. A. (2022). *Cultura snack. Ensayos sobre la juventud digital*.

Simon, H. A. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. En M. Greenberger (Ed.), *Computers, Communications, and the Public Interest* (pp. 37–72). Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.

Statista. (2023). *Daily time spent with digital media worldwide from 2011 to 2023*.

<https://www.statista.com/statistics/319732/daily-time-spent-with-digital-media/>

Sin Ruido: aplicación de desinfoxicación digital para el bienestar integral de adultos jóvenes

UNESCO. (2021). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. Organización de las

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_spa

Universidad Isabel I. (2023). *¿Qué es el bienestar digital?*. [https://www.ui1.es/blog-ui1/que-es-el-](https://www.ui1.es/blog-ui1/que-es-el-bienestar-digital)

[bienestar-digital](https://www.ui1.es/blog-ui1/que-es-el-bienestar-digital)

We Are Social. (2024, abril 3). *Colombia es el sexto país del mundo en donde más tiempo se pasa en*

redes sociales. Forbes Colombia. [https://forbes.co/2024/11/03/actualidad/colombia-es-el-](https://forbes.co/2024/11/03/actualidad/colombia-es-el-sexto-pais-del-mundo-en-donde-mas-tiempo-se-pasa-en-redes-sociales)

[sexto-pais-del-mundo-en-donde-mas-tiempo-se-pasa-en-redes-sociales](https://forbes.co/2024/11/03/actualidad/colombia-es-el-sexto-pais-del-mundo-en-donde-mas-tiempo-se-pasa-en-redes-sociales)

XNSPY. (2023). *Estadísticas de tiempo frente a las pantallas: ¿cuánto es demasiado?*

<https://xnspy.com/blog/es/screen-time-statistics.html>

Anexos

- Anexo 1: Formato encuesta aplicada
- Anexo 2: Resultados encuestas
- Anexo 3: Copys aplicación Sin Ruido
- Anexo 4: Cronograma y sostenibilidad Sin Ruido

[← Modo de vista previa](#) **Publicado**[Copiar enlace de encuestado/a](#)

Hábitos de consumo digital

Esta es una encuesta para medir los hábitos de consumo digital de las personas en Colombia de ente 25 y 40 años.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar anahoyoscarvajal@gmail.com como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

¿Cuántos años tienes? *

Tu respuesta

¿Cuánto tiempo pasas en promedio frente a las pantallas? *

Menos de una hora

Entre 1 y 3 horas

Entre 3 y 5 horas

Más de cico horas



[← Modo de vista previa](#)[✓ Publicado](#)[🔗 Copiar enlace de encuestado/a](#)

- Sí
- No
- Me da igual

¿Cuáles son las plataformaformas digitales que más consumes? Puedes seleccionar varias. *

- Tik Tok
- Instagram
- Youtube
- WhatsApp
- Otra

Te sientes indentificado con esta afirmación: "Lo primero que hago al levantarme y antes de acostarme es revisar el celular" *

- Muy identificada/o
- Más o menos
- Nada indentificada/o



[← Modo de vista previa](#)[✔ Publicado](#)[🔗 Copiar enlace de encuestado/a](#)

- Informativo
- Entretenimiento
- Cultural
- Bienestar
- Otro:

Después de terminar de "scrollear" o deslizar tu dedo para ver los reels o videos cortos de las redes sociales, ¿cómo te sientes? *

- Ansiosa/o, culpable, triste
- Inspirada/o, feliz, creativa/o
- Saturada/o, con fatiga mental
- Otro

¿Presentas algunos de los siguientes síntomas en tu vida cotidiana? No tienes que responder si no te sientes cómoda/o.

- Insomnio
- Ansiedad
- Depresión
- Fátiga física
- Baja autoestima
- Otro



[← Modo de vista previa](#)✓ Publicado[Copiar enlace de encuestado/a](#)

- ¿Cuánto tiempo que puedes conectarte a las pantallas?
- Por supuesto
 - No la necesito
 - Tal vez

¿Estarías dispuesta/o pagar por un acompañamiento personalizado para mejorar * tus hábitos digitales?

- Por supuesto
- No, yo puedo controlarlo sola/o
- Quizás

[Enviar](#)[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

¿Parece sospechoso este formulario? [Informe](#)

Google Formularios



← Modo de vista previa

✔ **Publicado**

🔗 Copiar enlace de encuestado/a



Marca temporal	¿Cuántos años tienes?	¿Cuánto tiempo pasas en promedio frente a las pa	¿Te sientes satisfecho/a con el tiempo que pasas e	¿Cuáles son las plataformas digitales que me	Te sientes identificado con esta afirmación: "Lo pi	¿Qué tipo de contenido buscas activamente en inte	Después de terminar de "scrollear" o deslizar tu dec	¿Presentas algunos de los siguientes síntomas en	¿Descargarías una aplicación que te ayudara a teni	¿Estarías dispuesto/a pagar por un acompañamien	Dirección de correo elec
22/05/2025 17:17:56	28	Entre 3 y 5 horas	Si	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Depresión	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 17:19:14	36	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Bienestar	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Ansiedad, Fátiga física, Baja autoestima	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 17:19:41	29	Entre 1 y 3 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste	Insomnio, Ansiedad, Baja autoestima	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o, Quizás	
22/05/2025 17:23:31	27	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental		Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 17:29:28	40	Entre 3 y 5 horas	Si	Tik Tok, WhatsApp	Muy identificada/o	Informativo	Otro	Ansiedad, Fátiga física	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 17:30:07	37	Más de cinco horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Depresión, Fátiga física	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 17:38:50	31	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 17:44:52	24	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio, Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 17:50:23	30	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram	Muy identificada/o	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 17:51:08	33	Más de cinco horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Más o menos	Informativo	Otro		Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 17:51:33	39	Entre 3 y 5 horas	Me da igual	Instagram, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Fátiga física	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 17:54:36	30	Entre 3 y 5 horas	Si	Tik Tok, Instagram	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio, Fátiga física	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 17:58:55	29	Entre 1 y 3 horas	Si	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Ansiedad, Depresión	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:08:47	29	Más de cinco horas	Si	Instagram	Más o menos	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:09:45	24	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste	Ansiedad	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:09:53	31	Entre 3 y 5 horas	Si	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Cultural	Ansiosa/o, culpable, triste, Inspirada/o, feliz, creativi	Insomnio, Ansiedad, Depresión, Fátiga física	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:13:07	36	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Depresión	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:16:19	38	Más de cinco horas	No	Instagram	Muy identificada/o	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental		Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 18:17:15	34	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Otra	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Fátiga física, Baja autoestima	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 18:24:12	30	Entre 1 y 3 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Cultural	Saturada/o, con fatiga mental	Baja autoestima	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 18:25:39	27	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Nada identificada/o	Informativo	Otro	Ansiedad	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 18:28:58	29	Entre 3 y 5 horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Otro	Ansiedad, Fátiga física, Baja autoestima	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:35:54	28	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Más o menos	Cultural	Otro	Ansiedad	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 18:45:55	45	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Fátiga física, Baja autoestima	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 19:04:38	25	Más de cinco horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Insomnio, Ansiedad, Fátiga física, Baja autoestima	Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 19:14:39	38	Entre 3 y 5 horas	Si	Youtube, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Otro	Otro	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 19:21:12	27	Más de cinco horas	No	Instagram, Otra	Más o menos	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Insomnio, Fátiga física, Otro	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 19:33:17	38	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Inspirada/o, feliz, creativi	Ansiedad, Depresión, Baja autoestima	Tal vez	Por supuesto	
22/05/2025 19:47:28	29	Entre 1 y 3 horas	No	Instagram, WhatsApp	Más o menos	Cultural	Saturada/o, con fatiga mental	Baja autoestima, Otro	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:08:52	23	Menos de una hora	Si	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativa/o		Tal vez	Quizás	
22/05/2025 20:11:27	39	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Informativo	Inspirada/o, feliz, creativo/a		Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 20:12:14	24	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, Otra	Más o menos	Informativo	Ansiosa/o, culpable, triste, Inspirada/o, feliz, creativi	Insomnio, Ansiedad	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:12:32	27	Más de cinco horas	No	Instagram, Youtube	Muy identificada/o	Cultural	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Baja autoestima	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 20:15:20	29	Más de cinco horas	Si	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental		Tal vez	Por supuesto	
22/05/2025 20:17:07	33	Más de cinco horas	Me da igual	Instagram, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a		Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:20:42	48	Entre 1 y 3 horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 20:22:21	55	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Cultural	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 20:22:26	26	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Ansiedad, Baja autoestima	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 20:23:46	30	Entre 3 y 5 horas	Si	Instagram, Youtube, Otra	Más o menos	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 20:23:56	23	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Cultural	Ansiosa/o, culpable, triste, Inspirada/o, feliz, creativi	Ansiedad, Depresión, Fátiga física, Baja autoestima	Por supuesto	Por supuesto	
22/05/2025 20:24:01	37	Más de cinco horas	No	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:24:21	26	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Emprendimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio, Ansiedad, Fátiga física	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 20:27:56	37	Más de cinco horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental		Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 20:28:20	26	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a	Ansiedad, Depresión	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:29:10	30	Más de cinco horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a, Otro	Ansiedad	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:30:55	25	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Cultural	Inspirada/o, feliz, creativo/a, Saturada/o, con fatiga	Fátiga física	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:31:15	36	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a	Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:34:51	27	Más de cinco horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Otro	Insomnio, Ansiedad, Depresión, Fátiga física, Baja i	Tal vez	Quizás	
22/05/2025 20:38:17	30	Más de cinco horas	No	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n		Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:48:05	35	Entre 1 y 3 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a, Saturada/o, con fatiga	Ansiedad	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 20:52:50	27	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio, Ansiedad, Depresión, Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:09:57	31	Entre 1 y 3 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n		Tal vez	Quizás	
22/05/2025 21:12:32	28	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Valorant	Otro	Fátiga física	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:16:33	25	Entre 1 y 3 horas	Me da igual	WhatsApp	Más o menos	Informativo	Inspirada/o, feliz, creativo/a, Otro	Ansiedad, Depresión, Fátiga física, Baja autoestima	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o, Quizás	
22/05/2025 21:35:17	29	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Informativo	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:39:41	36	Más de cinco horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	No la necesito	Quizás	
22/05/2025 21:39:54	29	Más de cinco horas	No	Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Saturada/o, con fatiga mental	Fátiga física	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:55:00	36	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube	Muy identificada/o	Informativo	Inspirada/o, feliz, creativo/a	Insomnio	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:56:32	34	Más de cinco horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretenimiento	Inspirada/o, feliz, creativo/a, Saturada/o, con fatiga	Ansiedad	Por supuesto	Quizás	
22/05/2025 21:56:57	27	Más de cinco horas	Me da igual	Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Cultural	Inspirada/o, feliz, creativo/a	Insomnio, Ansiedad, Depresión, Fátiga física, Baja i	No la necesito	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:59:04	38	Entre 1 y 3 horas	No	Instagram, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental		Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 21:59:54	32	Entre 1 y 3 horas	No	Tik Tok, Instagram, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Entretenimiento	Ansiosa/o, culpable, triste, Saturada/o, con fatiga n	Insomnio, Ansiedad	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	
22/05/2025 22:14:14	29	Más de cinco horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Fátiga física	Por supuesto	No, yo puedo controlarlo sola/o	eileenape@gmail.com
22/05/2025 22:44:17	24	Más de cinco horas	Si	Tik Tok, Instagram, Youtube	Muy identificada/o	Informativo	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	catalinadenos@gmail.co
23/05/2025 4:50:15	35	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp, Otra	Muy identificada/o	Bienestar	Saturada/o, con fatiga mental	Insomnio	Por supuesto	Por supuesto	lorisandrea@gmail.com
23/05/2025 8:45:40	32	Entre 3 y 5 horas	Me da igual	WhatsApp	Más o menos	Cultural	Ansiosa/o, culpable, triste	Ansiedad, Fátiga física	Por supuesto	Quizás	andruz916@gmail.com
23/05/2025 9:05:17	41	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Bienestar	Saturada/o, con fatiga mental	Ansiedad, Fátiga física	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	lauri.ro@gmail.com
23/05/2025 9:07:31	36	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, Youtube, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Otro	Otro	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	lecany@gmail.com

Marca temporal	¿Cuántos años tienes?	¿Cuánto tiempo pasas en promedio frente a las p...	¿Te sientes satisfecho/a con el tiempo que pasas e...	¿Cuáles son las plataformas digitales que m...	Te sientes identificado con esta afirmación: "Lo pi...	¿Qué tipo de contenido buscas activamente en inf...	Después de terminar de "scrollar" o deslizar tu dec...	¿Presentas algunos de los siguientes síntomas en...	¿Descargarías una aplicación que te ayudara a teni...	¿Estarías dispuesta/o pagar por un acompañamier...	Dirección de correo elect...
23/05/2025 10:20:33	29	Entre 1 y 3 horas	Me da igual	Tik Tok, Instagram, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretención	Otro	Tal vez	No, yo puedo controlarlo sola/o	linas5361@gmail.com	
23/05/2025 11:12:46	30	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube, WhatsApp	Muy identificada/o	Entretención	Ansiosa/o, culpable, triste	Depresión, Fátiga física	Por supuesto	Por supuesto	anahoyoscarvajal@gma
23/05/2025 11:50:30	33	Entre 3 y 5 horas	No	Tik Tok, Instagram, Youtube	Muy identificada/o	Entretención	Ansiosa/o, culpable, triste	Ansiedad	Por supuesto	Quizás	juantamorant@gmail.co
24/05/2025 7:43:54	29	Entre 3 y 5 horas	No	Instagram, WhatsApp	Más o menos	Informativo	Inspirada/o, feliz, creativa/o	Fátiga física	Tal vez	Quizás	dannaswee@gmail.com

Copy de bienvenida: Sin Ruido te da la bienvenida, ¡gracias por regalarte este tiempo para ti!

Dato curioso sobre las afectaciones negativas del uso de pantallas:

- ¿Sabías que el uso excesivo de pantallas puede acelerar el desarrollo de enfermedades como la demencia temprana o el Alzheimer?

Fuente del dato:

<https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2023/02/como-afecta-al-cerebro-el-uso-excesivo-de-las-pantallas>

- ¡El scroll es la peor pastilla para dormir!
Estudios ha demostrado que el 70% de los y las jóvenes que ven su celular antes de dormir, han empeorado significativamente su calidad del sueño.

Fuente del dato_ Levenson, J. C., Shensa, A., Sidani, J. E., Colditz, J. B., Primack, B. A. (2016). Social media use before bed and sleep disturbance among young adults. *Sleep Health*, 2(4), 282-287.

- ¿Alguna vez te has sentido como Dory y crees que todo se te olvida muy rápido? Esto puede estar relacionado con el uso excesivo de redes sociales, porque estás dependiendo más de tu celular y menos de la capacidad que tiene tu cerebro para memorizar.
- No te estás perdiendo de nada, el FOMO es solo una ilusión. Si reduces el tiempo que pasas en redes sociales puedes contribuir a tu bienestar mental, reduciendo los riesgos de desarrollar depresión o ansiedad.

Fuente del dato: Referencia: Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). *International Journal of Adolescence and Youth*.

- Aumento significativo de depresión y ansiedad
Fuente del dato: Estudio clave: Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review on the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*
- Disminuir la calidad del sueño

Fuente: Estudio clave: Ophir, E., Nass, C., & Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *PNAS*.

- No todo lo que ves es cierto.

Dato: Estudio clave: Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*.

Si quieres, te puedo preparar:

Bienvenida al quiz: ¿Cuál es tu nivel de ruido digital? ¡Descúbrelo ahora!

1. ¿Cuántos años tiene? Selecciona una opción
 - Entre 18 y 25
 - Entre 26 y 35
 - Entre 36 y 40
 - Entre 41 o más
2. ¿Cuánto horas al día pasas en tu celular?
 - Menos de 1 hora
 - Entre 1 y 3 horas
 - Entre 3 y 5 horas
 - Más de 5 horas
3. ¿Sientes que pasas más tiempo del que te gustaría frente a las pantallas?
 - Nunca
 - A veces
 - Siempre
4. ¿Eres de los que apenas se levanta revisa el celular?
 - Sí soy
 - De vez en cuando
 - No, jamás
5. ¿Usas tu celular antes media hora antes de dormir?
 - Sí soy
 - De vez en cuando

- No, jamás
6. Aquí entre nos, ¿si una de tus publicaciones en redes sociales no recibes los likes que esperabas cómo te sientes?
- Frustrado/a, triste o ansioso/a
 - Feliz, emocionada/o, inspirado/a
 - Me da igual
7. ¿Consideras que has dejado a un lado actividades que son importantes para ti por pasar demasiado tiempo expuesto a las pantallas?
- Sí soy
 - De vez en cuando
 - No, jamás
8. ¿Pierdes fácilmente la concentración en tus tareas diarias cuando entras a redes sociales?
- Sí, siempre
 - A veces
 - No, nunca

Medición

1. **¿Cuántos años tienes?** → ❌ **No suma puntos** (solo es demográfico).
-
2. **¿Cuántas horas al día pasas en tu celular?**
- Menos de 1 hora → 0 puntos
 - 1–3 horas → 1 punto
 - 3–5 horas → 2 puntos
 - Más de 5 horas → 3 puntos
-
3. **¿Sientes que pasas más tiempo frente a las pantallas del que te gustaría?**
- Nunca → 0 puntos
 - A veces → 1 punto
 - Siempre → 2 puntos
-
4. **¿Eres de los que revisa el celular apenas se despierta?**
- No, nunca → 0 puntos

- A veces → 1 punto
 - Sí, siempre → 2 puntos
-

5. **¿Usas tu celular media hora antes de dormir?**

- No, nunca → 0 puntos
 - A veces → 1 punto
 - Sí, siempre → 2 puntos
-

6. **Si una publicación no recibe los likes que esperabas, ¿cómo te sientes?**

- Me da igual → 0 puntos
 - Feliz, emocionado/a, inspirado/a → 1 punto
 - Frustrado/a, triste o ansioso/a → 2 puntos
-

7. **¿Has dejado de hacer actividades importantes por pantallas?**

- No, nunca → 0 puntos
 - A veces → 1 punto
 - Sí, siempre → 2 puntos
-

8. **¿Pierdes fácilmente la concentración en tus tareas diarias cuando entras a redes sociales?**

- No, nunca → 0 puntos
 - A veces → 1 punto
 - Sí, siempre → 2 puntos
-

 **Rango de puntajes finales (máx. 17 puntos)**

- **0–5 puntos → Bajo nivel de ruido digital**
Tienes hábitos digitales saludables. ¡Sigue así!
- **6–11 puntos → Nivel medio de ruido digital**
Hay señales de sobreexposición. Podrías beneficiarte de reducir tiempos de pantalla y establecer límites.
- **12–17 puntos → Alto nivel de ruido digital**
Tus hábitos digitales podrían estar afectando tu bienestar emocional y cognitivo. Considera estrategias de detox digital o pausas conscientes.

Copys resultados

¡Wow! Tu nivel de **ruido es bajo**. Tienes una relación saludable con el uso de las pantallas.

Si quieres seguir mejorando y aprender más, continúa con nosotros.

Mmm... Tu nivel de **ruido es medio**. Con algunas herramientas, juntos podemos hacer que tu relación con las pantallas esté en equilibrio y se sienta bien para ti.

¡Auch! Tu nivel **ruido es alto**. Pero no te preocupes, estamos aquí para ayudarte y hacer que la calma vuelva a ti

Para continuar con tu plan de Sin Ruido, regálanos la siguiente información:

Email:

Número de celular:

Guion video pedagógico:

Video 1:

¡Para ahí! ¿Cuánto tiempo llevas usando pantallas hoy? Haz la cuenta. A veces no somos conscientes, pero podemos usar hasta el 50% de nuestro tiempo productivo frente a una pantalla. Tiempo que podríamos usar para conseguir mejores resultados en el trabajo, el estudio, el crecimiento personal o compartir espacios de calidad con quienes amamos. Según el informe **Digital 2024 Global Overview Report** las personas entre 18 y 24 años pueden pasar aproximadamente 7 horas en una pantalla. Mientras que la personas entre 25 y 34 años pueden llegar hacerlo en un promedio de ocho horas y media.

¿Eres uno de ellos? En sin Ruido de te ayudamos a tener una relación más saludable con las pantallas.

Video 1: Versión acortada

¡Para ahí! ¿Cuánto tiempo llevas usando pantallas hoy? Haz la cuenta. A veces no somos conscientes, pero podemos usar hasta el 50% de nuestro tiempo en esta actividad. Tiempo que podríamos dedicar a trabajar, estudiar o compartir con quienes amamos. Según el **Digital 2024 Global Overview Report** ,las personas entre 18 y 24 años pueden pasar aproximadamente 7 horas en una pantalla. Mientras que la personas entre 25 y 34 años pueden llegar hacerlo en un promedio de ocho horas.

¿Eres uno de ellos? En sin Ruido de te ayudamos a tener una relación más saludable con las pantallas.

Video 2:

¿Llevas muchas horas scrolleando en tus redes sociales? Esta actividad que puede parecer inofensiva y que hemos normalizado porque ha sido el trend de los últimos años, puede impactar no solamente tu salud mental sino también la forma como reacciona tu cerebro. No sé si has experimentado esa sensación de saber que ya no quieres pasar más tiempo en tu Instagram o Tik Tok, pero no puedes parar de ver videos o contenido. Pues resulta que esto se debe a la sensación de recompensa inmediata que experimenta tu cerebro, porque es como si tus neuronas recibieran un shot de dopamina, que es conocida hormona de la felicidad. Pero este efecto es muy fugaz, puede durar incluso algunos segundos y es ahí donde sientes que necesitas volver a experimentar esa sensación con el siguiente video. El siguiente. Y el siguiente. Lo que se convierte en círculo vicioso. Expertos han comparado esta reacción con la que producen las drogas en nuestro cerebro.

¿No quieres que esto le pase a tu cerebro? En sin ruido te contamos cómo.

Video 2 (acortado):

¿Llevas muchas horas scrolleando? Esta actividad puede impactar no solamente tu salud mental sino también la forma como reacciona tu cerebro. No sé si has experimentado esa sensación de saber que ya no quieres pasar más tiempo en tu Instagram o Tik Tok, pero no puedes parar de ver videos. Pues resulta, que esto se debe a la sensación de recompensa inmediata que experimenta tu cerebro, es como si tus neuronas recibieran un shot de dopamina, la hormona de la felicidad. Pero es un efecto muy fugaz y es ahí donde sientes que necesitas volver a experimentar esa sensación con el siguiente video. El siguiente. Y el siguiente. Expertos han comparado esta reacción con la que producen las drogas en nuestro cerebro.

¿No quieres que esto le pase a tu cerebro? En sin ruido te contamos cómo.

Categorías actividades:

Ruido bajo: ¡Lo has hecho muy bien! Tu mente tiene el mejor regalo que puedes darle: la calma. Para continuar así únete a este reto de 10 días, y podrás disminuir hasta en 20% tu ruido digital.

Día 1: Todo reto tiene un punto de partida. Hoy vas a interactuar en las pantallas como siempre lo haces. Obsérvate sin juzgarte. Al final del día anota en una hoja cómo te sentiste con el contenido que consumiste. Guarda la hoja hasta el final.

Día 2: Desactiva las notificaciones de tus redes sociales. El sonido que emiten pone tu mente en alerta. Así que por hoy, ¡bajémosle a ese ruido!

Día 3: Esto te tomará muy poco tiempo. Pon tu celular en modo avión y sal a caminar contemplando el paisaje por 10 minutos.

Día 4: ¿Extrañas mucho a alguien? Llama a esa persona especial y dile lo importante que es para ti.

Recomendación: Si tienes en mente llamar a tu ex, te recomendamos pensarlo dos veces, puede ser perjudicial para tu salud.

Día 5: Consigue un libro de un tema que te interese. Ojo, tiene que ser en físico. Vas a leer las primeras 10 páginas sin distracciones, no se vale mirar el celular.

¡Mira nuestros descuentos con librerías aliadas!

Día 6: ¡Conectemos con tu niño/o interior! Saca tus colores favoritos. Pinta lo que quieres en una hoja de papel, lo que refleje tu alma. 15 minutos son suficientes.

Día 7: Hoy date un antojo: elige algo que ames comer, cierra los ojos y disfrútalo con todos tus sentidos, sin distracciones, ni celular. Solo tú y el momento

Día 8: ¿Has pospuesto ese plan con alguien especial? Hoy es el día: contáctala, acuerden fecha y prográmate. ¡A esta cita no puedes faltar!

Día 9: ¡La respiración consciente es un 10/10! Vas a poner el celular en silencio. Busca un lugar cómodo. Cierra los ojos. Inhala aire por la nariz, sostén la respiración por unos segundos y exhala por la boca. ¡Haz esto cinco veces!

Día 10: ¡Llegaste hasta aquí! ¡Eres lo máximo! Toma la hoja del primer día, anota cómo te sientes hoy. Compara las respuestas y prémiate de la manera que solo tú sabe hacerlo.

Ruido medio:

Sabemos lo comprometido/as que estás con tu bienestar y salud mental, te invitamos a unirte a este reto de 10 días, donde podrás disminuir hasta en 30% tu ruido digital.

Día 1: Todo reto tiene un punto de partida. Hoy vas a interactuar en las pantallas como siempre lo haces. Obsérvate sin juzgarte. Al final del día anota en una hoja cómo te sentiste con el contenido que consumiste. Guarda la hoja hasta el final.

Día 2: Desactiva las notificaciones de tus redes sociales. El sonido que emiten pone tu mente en alerta. Así que por hoy, ¡bajémosle a ese ruido!

Día 3: ¡La mejor forma de aprender es enseñar! Hoy elige un reel de Sin Ruido, memoriza el dato que más te impacte y compártelo con alguien para reflexionar juntos.

Día 4: Cantidad no es calidad. Hoy limpia tu feed: entra a tu red social favorita y marca al menos cinco contenidos que no te aportan como 'no me interesa'. ¡Tu mente lo agradecerá!

Día 5: Elige un lugar cercano que te llene el alma. Planea una visita: haz un pequeño presupuesto, elige fecha y prepárate. Si no sabes dónde, revisa las ideas que Sin Ruido tiene para ti.

Día 6: Haz del sueño un ritual. Por dos días, espera 20 min al despertar antes de mirar el celular, y siléncialo 20 min antes de dormir.

Día 7: El arte de agradecer. Has una lista a mano de las 10 cosas por la que hoy te sientes agradecido/a. ¡Es un regalo para el!

Día 8: ¡Poner el cuerpo en movimiento! Cuando lo sientas, levántate y haz durante cinco minutos los estiramientos que te proponemos a continuación (piernas, brazos, torso).

Nota: Si tienes alguna condición de salud que te lo impida, por favor consulta a tu médico de confianza.

Día 9: ¡El poder de hacerlo junt@s! Hoy vas a elegir el reto que más te haya gustado de los días anteriores y lo vas a hacer junto a alguien que sea importante para ti.

Día 10: ¡Llegaste hasta aquí! ¡Eres lo máximo! Toma la hoja del primer día, anota cómo te sientes hoy. Compara las respuestas y prémiate de la manera que solo tú sabe hacerlo.

Ruido alto:

¡Eres de los que logra lo que se propone! Súmate a este reto de 10 días y reduce tu ruido digital hasta en un 40%.

Día 1: Todo reto tiene un punto de partida. Hoy vas a interactuar en las pantallas como siempre lo haces. Obsérvate sin juzgarte. Al final del día anota en una hoja cómo te sentiste con el contenido que consumiste. Guarda la hoja hasta el final.

Día 2: Desactiva las notificaciones de tus redes sociales. El sonido que emiten pone tu mente en alerta. Así que por hoy, ¡bajémosle a ese ruido!

Día 3: ¡La música nos cura! Tu reto de hoy es poner una canción que te encante, cerrar los ojos y disfrutarla. Eso sí, mientras suena, nada de mirar el celular.

Día 4: Hoy conectaremos con experiencias reales. Elige una actividad del catálogo de Sin Ruido en tu ciudad y date 15 minutos para planearla.

Día 5: ¡Sabemos que pueden llegar a ser tu compañía! Pero hoy te retamos a desayunar, almorzar y cenar sin mirar las pantallas.

Día 6: ¿Adivina qué? ¡Hoy si se vale usar el celular! Pero no para usar tus redes sociales, solo aprender durante 20 minutos algo que siempre quisiste.

Día 7: ¡Cuidar nuestro entorno es cuidar nuestra mente! Elige un rincón de tu casa y dedica 20 minutos para organizarlos y ponerle tu toque.

Día 8: ¡La magia de soñar! En una cartulina o papel, vas a dibujar tres sueños que quieres que se hagan realidad en los próximos cinco años.

Día 9: Escribe una carta a alguien a quien le guardas palabras importantes. Tú decides si la entregas, la guardas o la dejas ir.”

Día 10: ¡Llegaste hasta aquí! ¡Eres lo máximo! Toma la hoja del primer día, anota cómo te sientes hoy. Compara las respuestas y prémiate de la manera que solo tú sabe hacerlo.

Notificaciones de recordatorio:

Vamos a poner la mente en calma. ¡No olvides hacer tu actividad de hoy, para bajarle al ruido digital!

Aliados:

¿Un plancito distinto? ¡Bajémosle al ruido! Conoce nuestros aliados y descuentos

- Asociación nacional de librerías independientes. 10% de descuento en títulos seleccionados disponibles en las librerías asociadas del país
- Librería nacional. 10% de descuento en todas las librerías del país
- FONTUR. Accede al boletín de los mejores planes turísticos en Colombia
- Psicólogos online, mindfulness. 30% de descuento en las primeras dos consultas psicológicas
- Jet Smart. Accede a tarifas del plan Premium
- Smart Fit. Los primeros dos meses del plan anual te cuestan solo \$ 15.000
- Bonos de suscripción a Spotify y Youtube Premium. Participa por los 20 bonos mensuales que les damos nuestros suscriptores.
- Panamericana. 10% para librería y papelería en todas las tiendas del país

