ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Lenguajes visuales y estrategias narrativas en creadores de contenido de corta duración

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Martin Fernando Vento Tuesta
DNI: 47065422, Perú

ASESOR

Karin Del Rocio Vargas Torres
DNI: 18011433, Perú
ORCID: 0009-0003-3642-7313

JURADO

Héctor David Ampuero Quezada
Natalia Ruth Delgado Arbieto
Alvarado Pereyra Ornella Nicole

Lima, octubre 2025

Marti%CC%81n Vento - Tesis Creativa .pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:519145213

Submission Date
Oct 27, 2025, 10:36 PM GMT-5

Download Date
Nov 4, 2025, 9:23 AM GMT-5

File Name
Martin Vento - Tesis Creativa .pdf

File Size
7.0 MB

56 Pages

11,066 Words

71,219 Characters

5% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

3% Internet sources
1% Publications
4% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

A mi madre, por su amor incondicional y por acompañarme con fortaleza y fe en cada paso de mi camino creativo. Su apoyo constante ha sido la luz que guía mis proyectos y la inspiración detrás de cada logro. A mi padre, que en paz descansa, por creer siempre en mi talento y enseñarme que la pasión y la disciplina son los cimientos de todo sueño. Esta tesis es también suya, un homenaje silencioso a su confianza y a su legado en mí.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a los docentes que formaron parte de mi desarrollo como Comunicador Audiovisual Multimedia, por su guía, exigencia y vocación por enseñar con propósito. Cada consejo, corrección y desafío académico contribuyó a dar forma a mi pensamiento crítico y a mi mirada creativa sobre el mundo visual.

Extiendo mi gratitud a todos quienes, de manera directa o indirecta, aportaron con su tiempo, conocimiento y motivación para que esta investigación se hiciera realidad.

Resumen Ejecutivo

El estudio trata sobre el lenguajes visuales y estrategias narrativas en creadores de contenido de corta duración, con la finalidad de explorar cómo los creadores de contenido de corta duración (TikTok, Reels, Shorts) configuran lenguajes visuales y estrategias narrativas propias frente a las demandas del algoritmo y la brevedad temporal. En esta investigación se empleó un enfoque cualitativo a través de entrevistas y observación para identificar categorías como identidad estética, ritmo narrativo, emoción/conexión, autenticidad frente a viralidad y la transformación del lenguaje audiovisual, evidenciando que estos creadores no renuncian a la coherencia expresiva pese a los límites del formato. Los hallazgos muestran que la brevedad no limita su creatividad, sino que impulsa una narrativa más sintética, sensorial y simbólica, donde la estética, la emoción y la autoría visual se entrelazan para generar sentido y conectar con audiencias digitales. La relevancia de esta tesis radica en evidenciar que los creadores de contenidos breves no solo reproducen tendencias, sino que desarrollan nuevas formas de narrar y de construir sentido visual, redefiniendo el lenguaje audiovisual contemporáneo en el ecosistema digital.

Palabras Clave

Estética autoral, Emoción audiovisual, Síntesis narrativa, Economía de atención, Viralidad negociada, Creatividad digital

Tabla de Contenidos

Declaración Jurada de Autenticidad 3

Dedicatoria 4

Agradecimiento 5

Resumen Ejecutivo 6

Capítulo I: Introducción 10

1.1. 9

1.2. 9

1.3. 10

Capítulo II: Revisión de la literatura 13

2.1. Estado del Arte 13

2.2. Marco Teórico 18

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 20

3.1. Objetivo General 20

3.3. Pregunta General 20

3.4. Preguntas Específicas 20

3.5. Proposición General 21

Capítulo IV: Metodología 22

4.1. Tipo y enfoque de investigación 22

4.2. Diseño metodológico 23

4.3. Participantes o casos de estudio 24

4.4. Técnicas e instrumentos 25

4.5. Procedimiento 26

Capítulo V: Resultados 28

5.1. Identidad estética y coherencia visual 28

5.2. Ritmo, síntesis y economía narrativa 30

5.3. Emoción y conexión con la audiencia 32

5.4. Autenticidad y negociación con la viralidad 34

5.5. Transformación del lenguaje audiovisual 37

Capítulo VI: Discusión 40

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 45

7.1. Conclusiones 45

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 46

Referencias 48

Anexo 1: Guía de Entrevista 55

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 30

Figura 2 32

Figura 3 34

Figura 4 36

Figura 5 Transformación del lenguaje audiovisual 39

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

El crecimiento exponencial del contenido audiovisual de corta duración ha transformado las dinámicas de producción, consumo y circulación del mensaje visual en el ecosistema digital contemporáneo. Plataformas como TikTok o YouTube Shorts han reconfigurado los lenguajes visuales al privilegiar la inmediatez, la estética emocional y la narrativa condensada como estrategias principales de comunicación (Edwards & King, 2021). Este fenómeno plantea un desafío para la comunicación audiovisual, que debe reinterpretar sus fundamentos narrativos y estéticos en función de la interacción rápida y el formato efímero. En consecuencia, surge la necesidad de investigar cómo los creadores de contenido desarrollan estructuras narrativas efectivas dentro de los límites temporales impuestos por estas plataformas (Ingle, 2023).

La relevancia de este estudio radica en comprender la relación entre las estrategias narrativas y la construcción de sentido visual en un entorno mediático caracterizado por la saturación informativa y la economía de la atención. Las investigaciones recientes destacan que los videos cortos, más allá del entretenimiento, se han convertido en herramientas estratégicas de comunicación capaces de influir en percepciones, hábitos y tendencias culturales (Search Engine Journal, 2024). Desde la disciplina de la comunicación audiovisual, analizar estas prácticas permite identificar nuevos modos de narrar, producir y conectar con las audiencias digitales. Así, explorar los recursos expresivos y narrativos de los creadores de contenido aporta conocimiento valioso sobre la evolución del lenguaje visual en la era de los formatos breves (Influencity, 2024).

1.2. Vacío en el Conocimiento

A pesar del creciente interés académico en torno al storytelling visual en redes sociales, la mayoría de los estudios se han concentrado en el análisis de estrategias comunicativas desde el

marketing o la persuasión, dejando de lado la perspectiva narrativa y estética de los creadores de contenido. Investigaciones como las de Edwards y King (2021) han evidenciado cómo las marcas utilizan narrativas visuales para optimizar la comunicación digital, pero sin profundizar en los procesos creativos de los productores independientes. Este vacío impide comprender cómo los creadores emergentes construyen significados visuales en contextos de inmediatez y saturación mediática. Asimismo, los estudios recientes sobre plataformas como TikTok o Instagram se enfocan más en la viralidad y el engagement que en las transformaciones del lenguaje audiovisual (Search Engine Journal, 2024).

Del mismo modo, la literatura actual carece de estudios cualitativos que analicen las prácticas narrativas y expresivas de los creadores de contenido desde un enfoque audiovisual. Si bien algunos trabajos destacan el impacto del formato corto en la cultura digital (Influencity, 2024), no abordan cómo las decisiones visuales, rítmicas y simbólicas contribuyen a la construcción de identidad y sentido en estos espacios. Esta carencia limita la comprensión teórica del lenguaje visual contemporáneo y su relación con las audiencias fragmentadas. En consecuencia, resulta necesario explorar la dimensión creativa y estética de los videos breves desde una mirada comunicacional y narrativa (Newman & Walters, 2023).

1.3. Justificación de la Investigación

La rápida expansión del contenido de corta duración ha impulsado una transformación significativa en las prácticas del sector creativo, obligando a los profesionales de la comunicación a replantear sus modos de producción y narración audiovisual. Diversos estudios evidencian que la sobrecarga informativa ha generado una tendencia hacia el minimalismo visual, donde la síntesis estética se convierte en una estrategia de diferenciación en contextos saturados (Edwards, 2023). Esta dinámica redefine los parámetros tradicionales de composición y ritmo en la creación

audiovisual contemporánea. Por ello, investigar los lenguajes visuales y narrativos empleados por los creadores de contenido permite comprender cómo se están reconfigurando las lógicas expresivas del sector (Appnova, 2025).

A nivel del ecosistema creativo, los videos breves representan una convergencia entre arte, comunicación y tecnología, donde la innovación narrativa adquiere un valor estratégico. Estudios recientes han demostrado que las plataformas digitales están impulsando nuevos modelos de creatividad basados en la inmediatez y la emoción visual (Scolari & De Bruin, 2022). Esta evolución no solo modifica la estética del relato audiovisual, sino también las competencias necesarias para producir mensajes eficaces en entornos digitales. En consecuencia, resulta esencial analizar cómo los creadores contemporáneos articulan la narrativa visual como herramienta de conexión simbólica y de posicionamiento cultural en el mercado creativo (Smith et al., 2024).

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

El auge global de los contenidos audiovisuales de corta duración ha reconfigurado la comunicación digital, impulsando una economía de la atención donde el lenguaje visual se convierte en un medio central para la expresión cultural y la interacción social (Lee et al., 2024). En este escenario, las plataformas impulsadas por algoritmos y aprendizaje automático han influido significativamente en la visibilidad y circulación del contenido, afectando las estrategias creativas de los creadores independientes (Zhang et al., 2024). A nivel social y mediático, esta transformación ha favorecido la emergencia de narrativas fragmentadas, efímeras y emocionalmente intensas, propias de una estética global de inmediatez (Newman, 2025). En el contexto latinoamericano, estas dinámicas se replican adaptadas a la cultura local, donde los creadores emplean lenguajes visuales híbridos que combinan identidad, humor y crítica social como formas de autoexpresión digital (Gonzales & Rivera, 2025).

El análisis del problema resulta relevante para el campo creativo porque permite comprender cómo las transformaciones del lenguaje visual redefinen las prácticas de producción y los modos de narrar en la era digital (Martínez & Liu, 2025). Estas transformaciones impactan directamente en la construcción identitaria de los creadores, quienes utilizan recursos audiovisuales como forma de autoexpresión y autopromoción en entornos de alta competencia simbólica (Tanaka, 2024). Asimismo, estudiar los discursos visuales y narrativos desde la perspectiva de la comunicación creativa aporta una mirada crítica sobre los procesos de significación y la emergencia de nuevas estéticas culturales en redes sociales (Newman & Walters, 2023). Finalmente, esta investigación contribuye a fortalecer el conocimiento sobre los modelos

de emprendimiento digital y la innovación narrativa, aspectos fundamentales para el desarrollo sostenible del sector audiovisual contemporáneo (García & Chen, 2023).

Diversos estudios recientes han explorado cómo la inteligencia artificial y las plataformas digitales están transformando los modos de creación y circulación de contenido audiovisual, planteando nuevos retos para el análisis narrativo (Zhou et al., 2025). Investigaciones en el ámbito del aprendizaje automático han evidenciado que los sistemas generativos influyen en la estructuración del lenguaje visual y en la personalización estética de los relatos breves (Li & Chen, 2025). Por otro lado, los estudios emergentes sobre producción audiovisual contemporánea destacan la importancia de entender las transformaciones culturales derivadas de la automatización creativa y la sobrecarga informativa (Kumar et al., 2025). Finalmente, las investigaciones sobre el minimalismo digital señalan una tendencia hacia la simplificación visual como respuesta estética frente a la saturación mediática y la pérdida de atención del espectador (Martínez, 2024).

Los estudios recientes sobre comunicación estratégica en entornos digitales han utilizado enfoques cualitativos basados en análisis de discurso y entrevistas semiestructuradas para comprender cómo los mensajes audiovisuales influyen en la percepción pública y en la construcción de narrativas (Hedayah, 2024). Investigaciones sobre videos de corta duración en redes sociales, como TikTok o Reels, han empleado métodos etnográficos digitales y observación participativa para identificar patrones expresivos y dinámicas de interacción entre creadores y audiencias (Zelios Agency, 2024). Asimismo, algunas aproximaciones mixtas han incorporado análisis cuantitativo de métricas digitales, como la frecuencia de visualización y el nivel de engagement, para complementar los hallazgos cualitativos sobre estrategias narrativas (The Ad Firm, 2024). Finalmente, en el campo académico audiovisual, se han desarrollado estudios descriptivos y comparativos que integran observación de contenido y entrevistas en profundidad,

fortaleciendo la comprensión de los procesos creativos en el ecosistema digital (New Waves Journal, 2024).

Los estudios recientes sobre comunicación digital evidencian que los videos de corta duración fortalecen la conexión emocional entre creadores y audiencias al priorizar estructuras narrativas condensadas y visualmente impactantes (ScienceDirect, 2024). Investigaciones experimentales han demostrado que la atención del espectador se incrementa cuando los contenidos aplican recursos de ritmo audiovisual rápido y transiciones simbólicas coherentes con la emoción transmitida (Nature, 2025). Del mismo modo, se ha identificado que la autenticidad percibida y la espontaneidad visual influyen de forma directa en la retención y la identificación del público con los creadores de contenido (PMC, 2024). Finalmente, los análisis discursivos de redes sociales muestran que las narrativas breves funcionan como microrelatos audiovisuales que reconfiguran los modos tradicionales de contar historias en el entorno digital (Sage, 2022).

A pesar del avance en los estudios sobre comunicación digital, aún se requiere profundizar en cómo los creadores de contenido articulan significados narrativos en formatos de corta duración más allá de los marcos algorítmicos y de consumo (Nature, 2025). La literatura reciente reconoce la influencia del diseño visual y la temporalidad en la atención del espectador, pero carece de análisis cualitativos que aborden los procesos creativos detrás de dichas decisiones estéticas (ScienceDirect, 2024). Asimismo, los estudios actuales sobre redes sociales privilegian métricas de engagement y difusión, dejando de lado la dimensión simbólica y emocional del relato audiovisual (Sage, 2024). Finalmente, es escasa la investigación que examine cómo las prácticas narrativas en videos breves contribuyen a la construcción de identidad cultural y sentido colectivo dentro de comunidades digitales (Wiley, 2024).

Las nuevas prácticas creativas en redes sociales se están definiendo por la integración de herramientas basadas en inteligencia artificial generativa, que permiten a los creadores experimentar con estilos visuales personalizados y narrativas dinámicas en tiempo real (ScienceDirect, 2023). Estudios recientes señalan que plataformas como TikTok están impulsando modelos híbridos de producción audiovisual, donde la colaboración entre humanos y algoritmos redefine los parámetros estéticos de la comunicación digital (ACM, 2024). Asimismo, los cambios sociales derivados de la hiperconectividad han generado una cultura participativa donde las audiencias influyen directamente en la construcción del discurso narrativo y en la evolución del lenguaje visual (Frontiers in Communication, 2025). Finalmente, la investigación cualitativa evidencia que estas innovaciones tecnológicas y culturales están transformando la identidad del creador contemporáneo, quien combina estrategias expresivas, performativas y simbólicas para sostener su relevancia en entornos digitales efímeros (Qualitative Sociology Review, 2024).

En la literatura reciente, el concepto de lenguaje visual se entiende como un sistema simbólico dinámico que articula significados a través de la composición, el ritmo y la estética emocional, especialmente en contextos digitales de alta inmediatez (PMC, 2024). A su vez, la estrategia narrativa se concibe como la estructuración intencional del relato audiovisual, donde la condensación temporal y el impacto sensorial son esenciales para captar la atención del espectador (Wiley, 2025). El término contenido de corta duración se relaciona con prácticas de comunicación efímeras que privilegian la autenticidad y la conexión emocional por encima de la producción elaborada o institucional (ResearchGate, 2024). Finalmente, el concepto de engagement digital emerge como eje transversal que explica la interacción simbólica y participativa entre los creadores y sus audiencias, redefiniendo las formas de recepción y construcción de sentido en el ecosistema mediático contemporáneo (Nature, 2025).

Hay contradicciones claras en la literatura respecto a si el fenómeno de los videos breves debe entenderse principalmente desde métricas de rendimiento o desde prácticas creativas y culturales, lo que genera enfoques metodológicos y teóricos divergentes ("Short-Form Video Content and Consumer Engagement in Digital Landscapes," 2024). Algunos trabajos académicos privilegiaron análisis cuantitativos centrados en engagement y viralidad, lo que introdujo un sesgo hacia la medición de eficacia por encima del análisis estético y narrativo (Taylor & Francis, 2025). En contraste, investigaciones de corte más cualitativo y experimental destacaron la importancia del ritmo, la atención y los recursos audiovisuales en la experiencia del espectador, mostrando resultados que a veces contradicen las interpretaciones basadas solo en métricas (Nature, 2025). Finalmente, los informes y guías de la industria enfatizaron la optimización creativa orientada al retorno y la viralidad, lo que puede sesgar la comprensión académica del valor simbólico y cultural de las prácticas creativas de los creadores independientes (TikTok Creative Center, 2024).

La revisión de la literatura evidencia que los creadores de contenido han desarrollado un lenguaje visual adaptado a la lógica de la sobreinformación, priorizando composiciones dinámicas y estímulos multisensoriales para captar la atención en entornos saturados ("Short-Form Video Content and Consumer Engagement in Digital Landscapes," 2024). Asimismo, los estudios recientes sobre consumo audiovisual en redes demostraron que la autenticidad y la emoción son elementos clave en la conexión narrativa con las audiencias, reforzando su papel como estrategias de identificación simbólica (Zhou et al., 2024). La brevedad del formato se consolidó como un catalizador de creatividad, obligando a los creadores a sintetizar mensajes narrativos complejos en estructuras temporales condensadas sin perder coherencia expresiva (Li & Chen, 2025). Finalmente, los análisis sobre estética digital y cultura participativa revelaron que estas prácticas

narrativas transforman los patrones tradicionales de producción audiovisual, legitimando nuevas formas de relato visual y expresión cultural (Martínez-Ruiz, 2025).

2.2. Marco Teórico

El fenómeno de los lenguajes visuales en contenidos breves puede comprenderse desde la teoría del storytelling transmedia, que explica cómo las narrativas se fragmentan y adaptan a diferentes plataformas manteniendo coherencia simbólica y emocional (Edwards & King, 2021). Esta teoría sostiene que los creadores utilizan recursos visuales y narrativos para expandir el relato en formatos reducidos, apelando a la participación activa del espectador (Newman & Walters, 2023). En este contexto, las estrategias audiovisuales se integran a la lógica de la convergencia digital, donde cada elemento visual refuerza el sentido global del mensaje (Search Engine Journal, 2024). Así, la narrativa breve no se concibe como un recorte del discurso tradicional, sino como una unidad expresiva autónoma que condensa significados culturales en pocos segundos (Influencity, 2024).

Desde la perspectiva del constructivismo narrativo, el proceso creativo de los creadores de contenido se interpreta como una forma de construcción simbólica de la identidad en entornos digitales (Zhou et al., 2024). Los relatos visuales producidos en plataformas como TikTok o Instagram se configuran mediante decisiones estéticas que reflejan contextos sociales, emocionales y tecnológicos específicos (Li & Chen, 2025). Esta corriente enfatiza cómo la interacción entre usuario y creador produce sentido compartido, desplazando la lógica unidireccional del discurso mediático tradicional (Martínez-Ruiz, 2025). En consecuencia, el contenido breve se convierte en un espacio de negociación entre autenticidad, creatividad y performance digital (Short-Form Video Content and Consumer Engagement in Digital Landscapes, 2024).

Por último, la teoría de la estética de la inmediatez ayuda a explicar cómo las condiciones del ecosistema digital han transformado la percepción del tiempo y la atención en el consumo audiovisual (Search Engine Journal, 2024). Esta corriente plantea que la velocidad, el ritmo y la fragmentación visual redefinen la forma en que se construye el sentido narrativo en redes sociales (Nature, 2025). Los creadores emergentes adaptan sus estrategias expresivas a estos nuevos marcos perceptivos, priorizando la síntesis visual y la carga emocional instantánea (Tandfonline, 2025). De esta manera, la estética de la inmediatez permite comprender la relación entre brevedad, impacto visual y significación cultural en los formatos audiovisuales contemporáneos (Influencity, 2024).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Explorar los lenguajes visuales y las estrategias narrativas empleadas por los creadores de contenido de corta duración en plataformas digitales, con el fin de comprender cómo configuran significados y construyen discursos audiovisuales en entornos caracterizados por la inmediatez y la saturación mediática.

3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar los recursos visuales, estéticos y técnicos utilizados por los creadores de contenido en la producción de videos de corta duración.
2. Describir las estrategias narrativas y discursivas que los creadores aplican para generar conexión emocional e impacto comunicativo en sus audiencias.
3. Identificar cómo la temporalidad breve y el formato digital influyen en la estructura narrativa y en la construcción del sentido audiovisual.

3.3. Pregunta General

¿Cómo se estructuran los lenguajes visuales y las estrategias narrativas en los creadores de contenido de corta duración dentro del ecosistema digital contemporáneo?

3.4. Preguntas Específicas

1. ¿Qué recursos visuales y estéticos emplean los creadores de contenido para construir mensajes audiovisuales efectivos en videos breves?
2. ¿Qué tipos de estrategias narrativas y discursivas utilizan los creadores para conectar emocionalmente con sus audiencias?

3. ¿De qué manera la brevedad temporal y las dinámicas de las plataformas digitales influyen en la forma y el sentido de las narrativas audiovisuales?

3.5. Proposición General

Los creadores de contenido de corta duración desarrollan lenguajes visuales y estrategias narrativas propias que combinan la estética emocional, la síntesis expresiva y la temporalidad acelerada, configurando nuevas formas de construcción del sentido audiovisual en la comunicación digital contemporánea.

3.6. Proposiciones Específicas

1. Los recursos visuales empleados por los creadores reflejan una adaptación estética al entorno de sobreinformación y atención fragmentada característico de las plataformas digitales.
2. Las estrategias narrativas se centran en la inmediatez, la emoción y la autenticidad como mecanismos para generar identificación con las audiencias.
3. La limitación temporal del formato breve impulsa la creación de narrativas condensadas que redefinen los patrones tradicionales de narración audiovisual.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio fue de tipo cualitativo porque buscó comprender las percepciones, significados y experiencias de los creadores de contenido audiovisual en torno al uso de estrategias narrativas y recursos visuales en formatos breves. No se pretendió medir variables numéricas, sino interpretar cómo los participantes construyeron sentido a partir de sus prácticas creativas y decisiones expresivas en plataformas digitales. A través de entrevistas y observación, se exploraron los procesos subjetivos y simbólicos que dieron forma a sus producciones audiovisuales. Este enfoque permitió obtener una comprensión profunda del fenómeno desde la mirada de los propios actores, en lugar de reducirlo a indicadores cuantificables.

La investigación tuvo un carácter aplicado, ya que se orientó a la comprensión de un problema real dentro del campo creativo y comunicacional contemporáneo. Buscó aportar conocimiento útil para los profesionales del audiovisual que enfrentan los desafíos narrativos y estéticos del formato corto en redes sociales. Los hallazgos se vincularon directamente con la práctica, ofreciendo pautas sobre cómo los creadores adaptaron sus lenguajes visuales a los ritmos, algoritmos y audiencias de las plataformas digitales. De este modo, el estudio contribuyó a mejorar la comprensión y aplicación de estrategias narrativas efectivas en contextos de alta competencia mediática.

El enfoque cualitativo permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno del video breve, revelando las lógicas creativas detrás de sus decisiones visuales y narrativas. A través del análisis interpretativo, se identificaron patrones de significado asociados con la autenticidad, la emoción y la inmediatez en la comunicación audiovisual. Este enfoque facilitó la comprensión del modo en que los creadores articularon sus discursos visuales dentro de

las limitaciones temporales del formato. En consecuencia, la investigación ofreció una mirada integral sobre cómo las prácticas expresivas digitales redefinieron las formas de narrar y conectar con las audiencias.

4.2. Diseño metodológico

El estudio se desarrolló bajo un diseño cualitativo de tipo exploratorio, orientado a comprender las experiencias, percepciones y procesos creativos de los creadores de contenido audiovisual de corta duración. Este diseño permitió abordar un fenómeno poco estudiado desde la perspectiva narrativa y estética, favoreciendo la interpretación de significados más que la comprobación de hipótesis. La investigación se centró en descubrir cómo los participantes construyeron sus estrategias visuales y narrativas en contextos digitales de inmediatez y saturación mediática. En este sentido, el enfoque exploratorio resultó pertinente para captar la complejidad y dinamismo del lenguaje visual en las plataformas contemporáneas.

El diseño resultó adecuado porque se enfocó en un grupo reducido de participantes, lo que permitió un análisis profundo de sus discursos, prácticas y comportamientos creativos. A través de esta aproximación, se buscó comprender cómo los creadores desarrollaron sus decisiones estéticas, expresivas y simbólicas al producir videos breves. Este método posibilitó identificar patrones emergentes en la construcción de sentido y en la interacción con sus audiencias digitales. La riqueza de los testimonios y observaciones permitió elaborar interpretaciones contextualizadas que revelaron la lógica interna de sus procesos narrativos.

Para la recolección de información se emplearon dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas y observación con enfoque etnográfico ligero. Las entrevistas facilitaron el acceso a las experiencias personales, motivaciones y reflexiones creativas de los participantes, mientras que la observación permitió registrar comportamientos, recursos visuales y dinámicas de

producción en su entorno digital. La combinación de ambas técnicas fortaleció la validez interpretativa del estudio al contrastar los discursos con las prácticas observadas. De este modo, se logró una comprensión integral del fenómeno desde la vivencia directa y la mirada reflexiva de los creadores.

4.3. Participantes o casos de estudio

Los entrevistados fueron tres creadores de contenido que representaron distintos niveles de madurez en el uso de lenguajes visuales y estrategias narrativas dentro de plataformas de video de corta duración. El primero correspondió a un creador emergente, joven y en proceso de construcción de su identidad digital, cuyo contenido se centraba en la visibilidad y el entretenimiento a través del humor, las tendencias y la espontaneidad. El segundo fue un creador consolidado con una comunidad estable superior a los cincuenta mil seguidores, quien aplicaba una narrativa planificada y una coherencia visual sostenida en su discurso audiovisual. Finalmente, se contó con un creador especializado con formación en comunicación y arte, enfocado en la producción de videos educativos y culturales de alta calidad estética.

La elección de este perfil tripartito se justificó por la necesidad de comprender las diferencias en la construcción del lenguaje visual según el grado de profesionalización y experiencia narrativa. La diversidad de enfoques permitió contrastar procesos intuitivos con estrategias más conscientes y planificadas de comunicación audiovisual. Asimismo, la comparación entre creadores con distintas motivaciones —visibilidad, posicionamiento y aporte cultural— facilitó un análisis más amplio del fenómeno. De esta forma, el grupo de entrevistados ofreció una perspectiva representativa y coherente con el objetivo de investigar cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas evolucionaban en la era de los contenidos breves.

4.4. Técnicas e instrumentos

Se diseñó una guía de entrevista semiestructurada compuesta por preguntas abiertas orientadas a explorar en profundidad las percepciones, experiencias y procesos creativos de los creadores de contenido audiovisual de corta duración. Las preguntas permitieron obtener información detallada sobre las decisiones estéticas, narrativas y técnicas empleadas por los participantes en la producción de sus videos. Este instrumento facilitó la libre expresión de los entrevistados, promoviendo la reflexión sobre su estilo visual, su relación con las audiencias y su adaptación al entorno digital. Gracias a este formato flexible, fue posible identificar patrones comunes y particularidades en la construcción del lenguaje visual contemporáneo.

La validación de contenido de la guía de entrevista fue realizada por el doctor Andrés Acosta Aguinaga, quien evaluó la claridad, pertinencia y coherencia de cada pregunta en relación con los objetivos del estudio. Su revisión permitió asegurar que las preguntas fueran comprensibles y adecuadas para abordar las dimensiones estéticas y narrativas planteadas en la investigación. Asimismo, su retroalimentación contribuyó a optimizar la estructura del instrumento, garantizando la correspondencia entre las variables teóricas y las categorías de análisis empírico. Esta validación fortaleció la validez interna del estudio al confirmar la alineación metodológica con el enfoque cualitativo propuesto.

Paralelamente, se realizó una observación directa con enfoque etnográfico ligero, que permitió registrar comportamientos, interacciones y elementos visuales relevantes durante la creación y difusión del contenido. Este proceso se enfocó en analizar el uso de recursos audiovisuales, la composición de planos, el ritmo de edición y la interacción con las audiencias digitales. Los registros se llevaron a cabo de manera sistemática mediante notas de campo y fichas descriptivas, complementando los hallazgos obtenidos en las entrevistas. Esta técnica aportó una

perspectiva contextual y práctica que enriqueció la interpretación de los discursos narrativos de los creadores observados.

4.5. Procedimiento

El procedimiento metodológico se inició con la definición del problema y los objetivos de investigación, a partir de la revisión teórica sobre los lenguajes visuales y las estrategias narrativas en el contenido de corta duración. Una vez delimitado el enfoque cualitativo y exploratorio, se elaboró la guía de entrevista semiestructurada, diseñada para indagar las percepciones, procesos creativos y decisiones estéticas de los participantes. Posteriormente, se establecieron los criterios de selección considerando a tres creadores de contenido con experiencia activa en plataformas digitales y se gestionó su consentimiento informado, asegurando el cumplimiento de los principios éticos de confidencialidad y voluntariedad. Este primer momento permitió consolidar la estructura metodológica necesaria para el desarrollo coherente del estudio.

En la siguiente fase, se procedió a la aplicación de las entrevistas mediante el uso de Google Forms, herramienta que facilitó la recopilación remota y flexible de los testimonios. Cada participante respondió de manera individual, brindando información detallada sobre su práctica audiovisual, su estilo visual y sus estrategias narrativas en formatos breves. De forma complementaria, se realizó una observación directa con enfoque etnográfico, registrando en notas e imágenes aspectos relevantes del entorno digital, interacciones con la audiencia y recursos visuales utilizados. Esta triangulación entre entrevista y observación permitió contrastar los discursos expresados con las prácticas efectivas, fortaleciendo la validez interpretativa del estudio.

Una vez concluida la recolección, se llevó a cabo la transcripción literal de las entrevistas y la organización sistemática de la información en matrices de análisis cualitativo. A partir de este material, se efectuó una codificación temática, identificando categorías emergentes relacionadas

con los lenguajes visuales, la emoción, la autenticidad y la condensación narrativa. Posteriormente, los hallazgos fueron redactados e interpretados en función de los objetivos y proposiciones de investigación, estableciendo vínculos teóricos con la literatura revisada. Este proceso analítico permitió construir una comprensión profunda del fenómeno, evidenciando cómo los creadores articulan significados visuales y narrativos en el contexto de los videos breves.

Capítulo V: Resultados

5.1. Identidad estética y coherencia visual

Los tres creadores conciben su estilo como una extensión de su identidad creativa. Se evidencia una búsqueda de equilibrio entre lo espontáneo y lo cinematográfico, privilegiando el uso de colores coherentes, iluminación natural y ritmo cuidado. La estética no es un adorno, sino un lenguaje expresivo que refuerza la narrativa y la emoción. Las referencias al cine, al arte y al diseño editorial sugieren un enfoque consciente en la autoría visual y la diferenciación frente al contenido genérico de las redes.

La identidad estética y coherencia visual se manifiesta como el conjunto de decisiones formales y narrativas que definen la personalidad visual de cada creador, funcionando como una huella distintiva dentro del ecosistema de los videos cortos. Los entrevistados coinciden en que su estilo no es un elemento decorativo, sino un componente expresivo que traduce emociones y valores. Uno de ellos menciona: “Mi estilo visual es una mezcla entre lo casual y lo cinematográfico; me gusta que parezca espontáneo, pero con una estética cuidada”, mientras otro señala que busca “una firma visual reconocible, sin depender del exceso de efectos”. Estas afirmaciones revelan una conciencia estética que equilibra naturalidad y profesionalismo, construyendo así una identidad coherente que trasciende la simple apariencia visual.

La coherencia visual se refuerza mediante la articulación precisa de elementos como el color, la luz y el ritmo de edición, los cuales operan como códigos emocionales. Un participante destaca que “los colores funcionan como un código emocional, y la edición da el pulso narrativo”, evidenciando cómo la estética se convierte en narrativa. Otro agrega que “cada imagen debe tener intención; el color, la luz y el ritmo refuerzan el mensaje educativo o cultural”. En este sentido, la

coherencia no solo garantiza una unidad formal entre piezas, sino también una continuidad conceptual que favorece la recordación y la conexión emocional del público.

Asimismo, la identidad estética emerge como un filtro de autenticidad frente a las lógicas virales. Los creadores resaltan la importancia de mantener su "firma" visual y narrativa sin diluirla en las tendencias. Como expresa uno de ellos: "Las tendencias son una guía, no una regla; si puedo reinterpretarlas con mi sello, las uso". Otro complementa: "La autenticidad está en el tono y la coherencia estética. No busco gustar, sino conectar". Esto demuestra que la identidad estética funciona como un eje de resistencia simbólica: un espacio donde la autenticidad y la estrategia convergen para sostener la voz propia frente a la homogenización del algoritmo.

En la figura 1 se evidencia cómo la observación de tres creadores de contenido revela que su estética no se concibe como adorno, sino como lenguaje expresivo. Cada uno emplea la coherencia visual como extensión de su narrativa emocional: uno utiliza colores cálidos y luz natural para transmitir cercanía; otro recurre a una estética minimalista que enfatiza la reflexión; y un tercero combina ritmo, textura e iluminación para crear dinamismo. En conjunto, sus propuestas visuales demuestran que la estética, lejos de ser una superficie, constituye la estructura simbólica que articula emoción, identidad y mensaje dentro del formato audiovisual breve.

Figura 1

Identidad estética y coherencia visual



Nota: Foto obtenida de freepik.es

5.2. Ritmo, síntesis y economía narrativa

El formato corto obliga a una síntesis extrema del relato, donde los primeros segundos son decisivos. Todos los entrevistados destacan la importancia del ritmo de edición, los planos cercanos y los ganchos visuales o verbales. Se aprecia una preferencia por estructuras narrativas simples (inicio, desarrollo, cierre) con énfasis en el impacto emocional o conceptual. El desafío central es condensar sin empobrecer, transformando la limitación temporal en un recurso creativo.

La categoría ritmo, síntesis y economía narrativa aborda la capacidad de los creadores para construir relatos significativos dentro de la limitación temporal del formato breve. Los entrevistados coinciden en que la estructura narrativa debe ser concisa, emocionalmente efectiva y visualmente precisa. Uno de ellos afirma: “Uso estructuras simples: inicio con un gancho visual o verbal, desarrollo con ritmo y cierro con un giro o remate”, mientras otro enfatiza que “cada video debe tener un punto de giro visual o conceptual”. Estas declaraciones evidencian una

conciencia narrativa que prioriza el impacto inmediato sin renunciar a la intención artística o comunicativa, convirtiendo el ritmo en un recurso expresivo más que técnico.

El ritmo de edición aparece como el eje articulador de esta economía narrativa. Los creadores destacan la importancia de los primeros segundos como territorio decisivo para captar la atención: “Lo más importante son los primeros 3 segundos. Uso planos cercanos, contrastes fuertes y cortes rápidos”. La edición rítmica y los planos cerrados no solo sostienen la atención del espectador, sino que guían la lectura emocional del contenido. Como señala otro participante, “el ritmo de edición es preciso y orgánico: cada corte responde a una emoción o idea, no a la prisa del algoritmo”. En esta relación entre ritmo y emoción se configura una nueva gramática audiovisual donde la velocidad no implica superficialidad, sino exactitud narrativa.

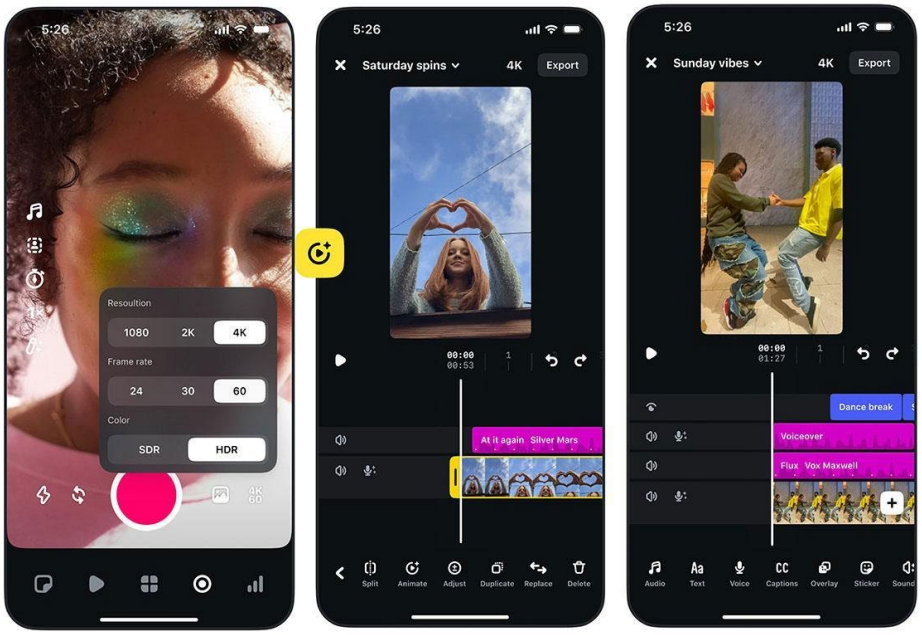
La síntesis narrativa, por su parte, es entendida como un acto de precisión conceptual. Uno de los entrevistados resume: “El reto es condensar una idea sin que pierda sentido”, mientras otro complementa: “Simplificar sin perder significado exige precisión en cada plano y palabra; es una narrativa de síntesis, no de omisión”. En estas expresiones se reconoce una práctica creativa que asume la brevedad como un desafío estético: transformar la limitación temporal en una herramienta para depurar el mensaje, eliminar lo accesorio y amplificar lo esencial. La economía narrativa, por tanto, no empobrece el discurso; lo potencia.

En la figura 2 se evidencia que los creadores observados priorizan estrategias narrativas sustentadas en la economía de recursos visuales y temporales. Predominan estructuras simples (inicio, desarrollo, cierre), el uso de ganchos visuales o verbales en los primeros segundos y un ritmo de edición que busca sincronía entre emoción y contenido. Se aprecia una preferencia por planos cercanos y cortes precisos que intensifican la experiencia perceptiva. El resultado confirma que el principal desafío es “condensar sin empobrecer”, demostrando cómo la brevedad se

convierte en un campo de innovación donde el ritmo, la síntesis y la emoción confluyen para generar micro-relatos de alto impacto comunicativo.

Figura 2

Ritmo, síntesis y economía narrativa



Nota: Foto obtenida de photolari.com

5.3. Emoción y conexión con la audiencia

La emoción aparece como el motor principal del relato audiovisual breve. Los participantes coinciden en que el contenido debe provocar una reacción inmediata: risa, empatía, inspiración o sorpresa. La emoción no se entiende solo como estrategia de retención, sino como mecanismo de conexión auténtica con la audiencia. El humor, la empatía y la sensibilidad visual funcionan como puentes entre mensaje y espectador, consolidando una comunicación más humana y participativa.

La categoría emoción y conexión con la audiencia se relaciona con la capacidad de los creadores de contenido para generar un vínculo afectivo inmediato con el espectador a través del relato audiovisual breve. En las entrevistas, los participantes coincidieron en que la emoción es el

eje central de toda pieza comunicativa: “La emoción es la base. Si no hace sentir nada, el espectador se va”. Este planteamiento revela que el objetivo no es únicamente captar la atención, sino provocar una respuesta visceral que transforme el consumo en experiencia. En el contexto de esta investigación, la emoción se entiende como una herramienta narrativa que sustituye la extensión del discurso por intensidad expresiva.

Los creadores entrevistados conciben la emoción como un catalizador de la conexión humana en entornos digitales saturados de estímulos. Uno de ellos expresó: “Cada video debe provocar algo: risa, empatía o inspiración”, mientras otro afirmó que “la emoción abre la puerta, el conocimiento la sostiene”. Estas citas reflejan cómo los discursos visuales breves combinan recursos audiovisuales —color, ritmo, gestualidad y sonido— para generar resonancia emocional. La conexión no se logra mediante la espectacularidad, sino a través de la autenticidad y la identificación, elementos que fortalecen el vínculo entre el creador y su comunidad.

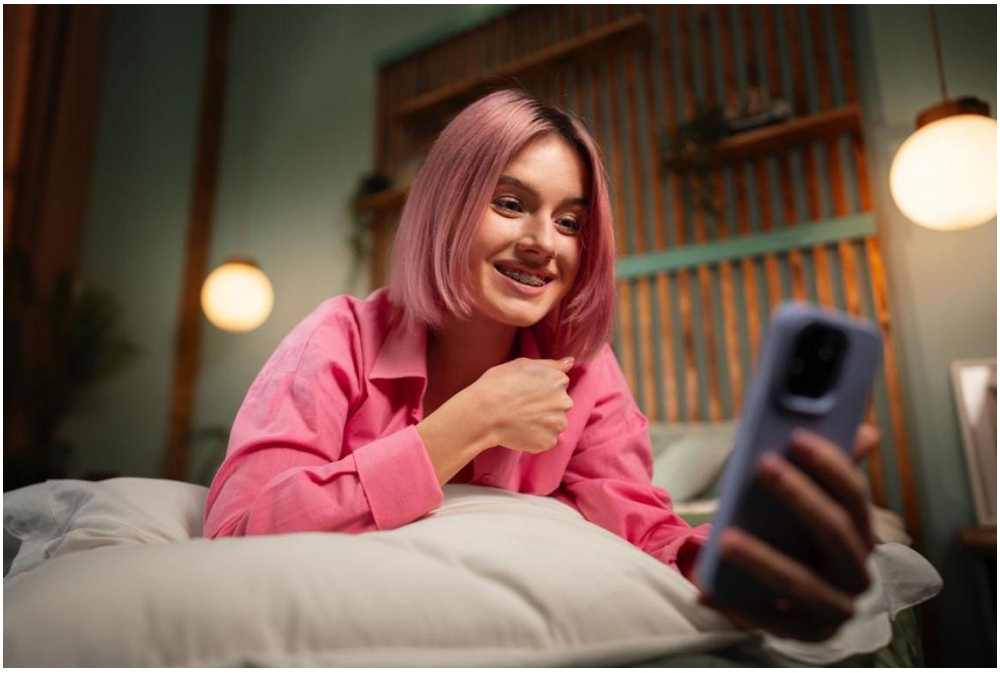
Asimismo, la emoción se articula como un principio estructural dentro de la narrativa breve. Los creadores utilizan el humor, la sorpresa o la empatía como motores que guían el ritmo y la tensión dramática del relato. Como señaló uno de ellos: “El humor y la sorpresa son mis herramientas principales, aunque también busco momentos de empatía o reflexión”. De este modo, la emoción no es un accesorio expresivo, sino un componente narrativo que define la forma, el tono y la dirección del mensaje. En este sentido, la conexión emocional actúa como un indicador de éxito narrativo y como una estrategia consciente de fidelización del público.

En la figura 3 se evidencia cómo la emoción emerge como el motor principal del relato audiovisual breve. Los tres creadores coinciden en que el contenido debe provocar una reacción inmediata —ya sea risa, empatía, inspiración o sorpresa— para mantener la atención y generar vínculo. En la observación, se identifican estructuras que inician con ganchos emocionales,

acompañadas por recursos visuales que intensifican la experiencia sensorial (planos cercanos, color expresivo y montaje rítmico). La figura demuestra que la emoción funciona como un hilo conductor que da coherencia al relato, convirtiéndose en el punto de encuentro entre estética, narrativa y conexión social en la comunicación audiovisual contemporánea.

Figura 3

Emoción y conexión con la audiencia



Nota: Foto obtenida de freepik.es

5.4. Autenticidad y negociación con la viralidad

Los creadores muestran una reflexión crítica sobre la viralidad. Consideran las tendencias como referencias contextuales, no como imposiciones, y priorizan la coherencia personal sobre la imitación. La autenticidad se construye mediante el tono, la coherencia visual y la honestidad expresiva, incluso dentro de una estrategia consciente del algoritmo. Esta categoría refleja una tensión entre la necesidad de visibilidad y el deseo de preservar la voz autoral en un entorno mediático saturado.

La categoría autenticidad y negociación con la viralidad emerge como una tensión central en el proceso creativo de los tres creadores entrevistados. Todos coinciden en que la autenticidad es el eje de su práctica, pero reconocen la necesidad de adaptar su contenido a las lógicas algorítmicas de visibilidad. Uno de ellos afirma: “Trato de ser auténtico incluso dentro de lo estratégico”, revelando cómo la espontaneidad y la planificación conviven en equilibrio inestable. En este sentido, la autenticidad se convierte en una estrategia deliberada: una forma de mantener coherencia estética y discursiva mientras se navega en un entorno dominado por la inmediatez y la viralización.

Los entrevistados expresan que la búsqueda de autenticidad no implica rechazar las tendencias, sino reinterpretarlas desde su propia voz creativa. Uno de ellos comenta: “Las tendencias son una guía, no una regla. Si encajan con mi estilo, las uso, pero les doy mi giro”, evidenciando un proceso de negociación simbólica entre lo personal y lo popular. Esta relación dialéctica muestra que los creadores no se oponen al sistema algorítmico, sino que lo resignifican al incorporar su identidad en él. Así, la viralidad deja de ser una imposición y se convierte en un espacio de experimentación estética, donde la autenticidad se preserva mediante la reinterpretación crítica de los códigos de moda.

Asimismo, la categoría revela una conciencia narrativa sobre la coherencia autoral. Uno de los participantes afirma: “No busco gustar, sino conectar”, subrayando que el éxito no se mide solo por las visualizaciones, sino por la fidelidad de la relación con la audiencia. Este posicionamiento refleja una ética de creación que prioriza la honestidad expresiva sobre la complacencia algorítmica. La autenticidad, en este contexto, no es una oposición a la viralidad, sino una forma de resistencia simbólica que otorga profundidad al discurso visual dentro del ecosistema de los formatos breves.

En la figura 4 se evidencia cómo los creadores operan en una tensión constante entre el deseo de preservar su voz autoral y la necesidad de alcanzar visibilidad en un entorno mediático saturado. La observación muestra que sus producciones oscilan entre dos polos: la coherencia estética personal y la adaptación estratégica a las tendencias y métricas. En los videos analizados, se identifican decisiones visuales que priorizan la identidad (paletas cromáticas consistentes, ritmo orgánico, tono discursivo reconocible), pero también recursos propios de la viralidad (ganchos visuales, edición acelerada, subtítulos dinámicos). La figura refleja, en síntesis, un equilibrio dinámico: los creadores negocian constantemente entre ser parte del flujo viral y conservar la autenticidad que sustenta su propuesta narrativa.

Figura 4

Autenticidad y negociación con la viralidad



Nota: Foto obtenida de freepik.es

5.5. Transformación del lenguaje audiovisual

Finalmente, los tres discursos coinciden en que los videos breves están redefiniendo el lenguaje audiovisual contemporáneo. Hablan de una democratización del relato y de la emergencia del microrelato visual como nueva forma cultural de comunicación. Este cambio impulsa una narrativa más fragmentaria, emocional y accesible, donde la creatividad individual compite en igualdad de condiciones con las grandes producciones. Los participantes reconocen así que el formato corto no solo modifica la técnica, sino también la forma de pensar y producir narrativamente.

La categoría transformación del lenguaje audiovisual refleja cómo los creadores de contenido han modificado no solo sus recursos técnicos, sino también su manera de pensar y estructurar narrativamente. Los entrevistados coinciden en que el formato corto ha impuesto una nueva lógica de síntesis visual y emocional. Uno de ellos afirma: “Ahora pensamos en

microrelatos, en imágenes que cuentan mucho con poco", mostrando cómo la brevedad redefine las estrategias expresivas y el modo de conectar con la audiencia. En este sentido, el lenguaje audiovisual contemporáneo se vuelve más fragmentario, directo y sensorial, priorizando la experiencia inmediata sobre la narración lineal tradicional.

Los participantes destacan que esta transformación también democratiza la producción audiovisual, ampliando las posibilidades creativas más allá de los circuitos profesionales. Uno de los entrevistados señala: "Cualquiera puede construir su lenguaje visual desde un celular", lo que evidencia una ruptura con las jerarquías técnicas y narrativas del cine o la televisión. El formato breve impulsa una estética accesible y flexible, donde la autenticidad, la emoción y la inmediatez sustituyen a la espectacularidad técnica. Así, la transformación del lenguaje no solo es formal, sino también cultural: se genera una nueva gramática visual participativa y emocionalmente conectada con las audiencias digitales.

Asimismo, la categoría muestra cómo la transformación narrativa implica una reconfiguración del tiempo y la atención. Uno de los creadores menciona: "El reto es condensar sin empobrecer", evidenciando una nueva narrativa de síntesis que exige precisión expresiva. Los elementos visuales —color, ritmo y composición— se convierten en vehículos de significado en lugar de simples adornos estéticos. De esta manera, los creadores desarrollan un pensamiento visual acelerado, donde la imagen debe comunicar idea, emoción y ritmo en cuestión de segundos. Este cambio implica un desplazamiento del relato tradicional hacia una narrativa de impacto y condensación simbólica.

En la figura 5 se evidencia cómo los espectadores se adaptan a esta nueva lógica audiovisual al interactuar con videos de corta duración que no solo transforman la técnica, sino también la forma de pensar y producir narrativamente. La observación muestra a las personas

consumiendo contenidos de forma fragmentada, emocional y rítmica, deteniéndose solo ante estímulos visuales o narrativos intensos. Los gestos, la atención efímera y las pausas intermitentes revelan cómo la mente audiovisual contemporánea se reconfigura para procesar significados inmediatos. La figura ilustra, en síntesis, que la transformación del lenguaje audiovisual no solo ocurre en los creadores, sino también en los espectadores: ambos participan de una cultura visual que privilegia la velocidad, la emoción y la síntesis como nuevas formas de narrar y comprender el mundo.

Figura 5

Transformación del lenguaje audiovisual



Nota: Foto obtenida de freepik.es

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos sobre identidad estética y coherencia visual muestran una convergencia parcial con la literatura revisada, ya que reafirman la idea de que el lenguaje visual es un componente expresivo central en la comunicación digital contemporánea (Lee et al., 2024). Sin

embargo, difieren de los enfoques cuantitativos que priorizan métricas de engagement, al evidenciar que los creadores conciben la estética como un vehículo narrativo y emocional, no como una estrategia de optimización (Taylor & Francis, 2025). Mientras los estudios previos resaltaban la influencia algorítmica en la producción audiovisual (Zhang et al., 2024), los resultados de esta investigación muestran una agencia creativa más autónoma, donde la coherencia visual actúa como resistencia simbólica frente a la homogenización digital. En este sentido, los creadores no subordinan su estilo a la viralidad, sino que transforman los códigos visuales en una extensión de su identidad y discurso autoral (Newman & Walters, 2023).

Este hallazgo se conecta directamente con el objetivo general de la investigación, que busca comprender cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas configuran nuevas formas de expresión y sentido en los videos de corta duración (Martínez & Liu, 2025). La interpretación evidencia que la coherencia estética no solo refuerza la narrativa, sino que también cumple un papel identitario, alineándose con los objetivos específicos sobre la exploración de la autoría visual en contextos digitales (Tanaka, 2024). Asimismo, el resultado amplía la comprensión teórica del lenguaje visual como estructura simbólica y no meramente formal, aportando a la dimensión comunicacional del fenómeno (Wiley, 2025). En consecuencia, los hallazgos contribuyen al análisis crítico de las prácticas creativas contemporáneas, fortaleciendo la perspectiva cualitativa sobre el valor cultural del relato audiovisual breve (García & Chen, 2023).

Los hallazgos sobre ritmo, síntesis y economía narrativa coinciden con estudios que reconocen la brevedad como un catalizador de creatividad y precisión expresiva en el formato corto (Li & Chen, 2025). La evidencia empírica confirma que los creadores utilizan el ritmo de edición y la estructura simple como herramientas para generar impacto emocional, en línea con la importancia del ritmo audiovisual descrita en investigaciones previas (Nature, 2025). Sin embargo,

los resultados discrepan parcialmente de enfoques centrados en la optimización algorítmica y el engagement, al mostrar que la velocidad narrativa responde más a una intención estética que a una estrategia de viralidad (Taylor & Francis, 2025). De este modo, los creadores redefinen la economía temporal no como una limitación técnica, sino como un recurso simbólico para intensificar la experiencia sensorial del relato (Zhou et al., 2024).

La interpretación de estos hallazgos se vincula directamente con el objetivo de analizar cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas configuran nuevas formas de expresión audiovisual en entornos digitales (Martínez & Liu, 2025). La identificación de un ritmo preciso y de estructuras narrativas condensadas evidencia que los creadores transforman las restricciones del formato breve en herramientas de construcción estética y comunicativa (ScienceDirect, 2024). Este resultado contribuye a comprender cómo los relatos audiovisuales breves se consolidan como espacios de autoría visual y coherencia expresiva, reafirmando la relación entre creatividad, síntesis y emoción en la comunicación digital contemporánea (Newman & Walters, 2023). En consecuencia, la investigación amplía la comprensión del lenguaje visual como una práctica cultural estratégica que equilibra eficacia narrativa y profundidad simbólica (García & Chen, 2023).

Los hallazgos sobre emoción y conexión con la audiencia confirman la relevancia del vínculo afectivo como eje central en los relatos audiovisuales breves, coincidiendo con estudios que destacan la autenticidad y la emoción como claves de identificación simbólica entre creador y espectador (Zhou et al., 2024; PMC, 2024). A diferencia de enfoques cuantitativos centrados en métricas de rendimiento, los resultados de esta investigación evidencian que la emoción no se emplea únicamente como estrategia de retención, sino como mecanismo genuino de interacción humana (Taylor & Francis, 2025). Esta interpretación discrepa parcialmente de estudios orientados

a la optimización algorítmica, al enfatizar que la conexión emocional surge de la sensibilidad estética más que de la lógica de consumo (Zhang et al., 2024). En consecuencia, los creadores transforman la emoción en una forma de narrativa relacional, donde el impacto sensorial y la autenticidad se convierten en herramientas de construcción simbólica dentro del entorno digital (Newman, 2025).

La interpretación de estos hallazgos se vincula directamente con el objetivo de comprender cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas configuran nuevas formas de expresión en contenidos de corta duración (Martínez & Liu, 2025). La identificación de la emoción como motor estructural del relato evidencia que los creadores utilizan recursos visuales y narrativos para transformar la brevedad en una experiencia emocionalmente significativa (ScienceDirect, 2024). Este resultado amplía la comprensión del lenguaje visual como práctica comunicativa capaz de articular estética, emoción e identidad en entornos digitales (García & Chen, 2023). Así, la conexión emocional no solo reafirma la dimensión creativa del discurso audiovisual, sino que consolida su función como espacio de encuentro cultural y simbólico entre creadores y audiencias (Frontiers in Communication, 2025).

Los hallazgos sobre autenticidad y negociación con la viralidad evidencian que los creadores no se limitan a reproducir tendencias, sino que las reinterpretan desde una voz autoral consciente, lo que coincide con estudios que destacan la autenticidad como un componente esencial de la conexión simbólica en los contenidos breves (Zhou et al., 2024; PMC, 2024). A diferencia de la literatura centrada en el rendimiento y la viralidad como métricas dominantes del éxito digital, los resultados de esta investigación muestran una resistencia estética y ética frente a la homogeneización algorítmica (Taylor & Francis, 2025). Esta postura coincide parcialmente con Newman (2025), quien describe la emergencia de una estética de inmediatez, aunque aquí se

observa una tendencia más reflexiva y deliberada en la gestión de la visibilidad. En síntesis, los creadores entrevistados operan en una tensión productiva entre autenticidad y estrategia, demostrando que la viralidad puede coexistir con una narrativa personal coherente dentro del ecosistema audiovisual contemporáneo (Zhang et al., 2024).

La interpretación de estos hallazgos se vincula directamente con el objetivo de analizar cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas configuran prácticas de autoexpresión en la creación de contenido breve (Martínez & Liu, 2025). La autenticidad, entendida como una estrategia consciente y adaptable, confirma que los creadores construyen significados visuales que equilibran identidad, coherencia estética y participación en la dinámica algorítmica (García & Chen, 2023). Este hallazgo amplía la comprensión del lenguaje visual como un espacio de negociación simbólica entre las demandas del mercado digital y la búsqueda de expresión individual (Frontiers in Communication, 2025). De este modo, la autenticidad emerge no solo como rasgo identitario, sino como principio narrativo que sostiene la coherencia discursiva en los relatos audiovisuales de corta duración (Wiley, 2024).

Los resultados de la categoría Transformación del lenguaje audiovisual confirman que los videos breves están reconfigurando las estructuras narrativas y estéticas del relato contemporáneo, tal como lo plantean Lee et al. (2024) y Newman (2025). Sin embargo, a diferencia de los estudios que enfatizan la pérdida de profundidad narrativa frente a la brevedad y la inmediatez (Zhang et al., 2024), los hallazgos de esta investigación revelan que los creadores reinterpretan esa limitación como una oportunidad de síntesis expresiva. Esta reinterpretación coincide parcialmente con Martínez y Liu (2025), quienes señalan que la transformación del lenguaje visual no implica empobrecimiento, sino adaptación simbólica al nuevo ecosistema digital. En contraste con los enfoques centrados exclusivamente en la viralidad y el rendimiento (Taylor & Francis, 2025), los

discursos de los creadores evidencian un proceso más reflexivo, donde la creatividad y la identidad visual se convierten en los ejes de una narrativa fragmentaria, emocional y accesible.

La interpretación de estos hallazgos se articula directamente con el objetivo de comprender cómo los lenguajes visuales y las estrategias narrativas redefinen las prácticas de producción y los modos de narrar en entornos digitales (Martínez & Liu, 2025). La transformación del lenguaje audiovisual observada confirma que los creadores no solo ajustan técnicas y formatos, sino que también desarrollan nuevas gramáticas visuales orientadas a la conexión emocional y la inmediatez (PMC, 2024). Este proceso refleja una democratización creativa coherente con las dinámicas participativas descritas por Frontiers in Communication (2025), donde la accesibilidad tecnológica amplía las formas de autoexpresión. En conjunto, los resultados reafirman que los microrelatos audiovisuales constituyen una nueva forma cultural de comunicación, alineada con el propósito de analizar cómo la brevedad y la síntesis transforman las estrategias narrativas en la era digital (Nature, 2025).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

La investigación permitió comprender que los lenguajes visuales y las estrategias narrativas en los creadores de contenido de corta duración constituyen una nueva forma cultural de comunicación, caracterizada por la síntesis, la emoción y la autenticidad como ejes centrales del discurso audiovisual (Lee et al., 2024; Newman, 2025). Los resultados evidencian que la brevedad no limita la creatividad, sino que impulsa una reorganización del pensamiento narrativo hacia estructuras condensadas y expresivamente intensas (Martínez & Liu, 2025). Esta transformación

redefine el lenguaje audiovisual contemporáneo al priorizar la experiencia sensorial y la conexión emocional sobre la narración lineal tradicional (Nature, 2025). En conjunto, el estudio demuestra que el formato corto representa un espacio de experimentación estética y simbólica donde los creadores articulan identidad, emoción y discurso en diálogo con las dinámicas digitales actuales (García & Chen, 2023).

El análisis de los recursos visuales revela que los creadores emplean una estética coherente basada en la composición, el color, el ritmo y la iluminación como herramientas de significación narrativa (PMC, 2024). La identidad visual emerge como un elemento autoral que diferencia a cada creador, funcionando como extensión simbólica de su discurso personal (Newman & Walters, 2023). Esta coherencia estética, lejos de responder a estrategias algorítmicas, actúa como resistencia creativa frente a la homogeneización digital (Zhang et al., 2024). En consecuencia, los lenguajes visuales se consolidan como expresiones deliberadas de autenticidad y estilo, reafirmando el papel del creador como narrador consciente dentro del ecosistema mediático contemporáneo (Taylor & Francis, 2025).

Respecto a las estrategias narrativas, la investigación demuestra que los creadores utilizan la emoción como motor estructural del relato, transformando la brevedad en una experiencia comunicativa significativa (Zhou et al., 2024). Las narrativas condensadas integran humor, empatía y sorpresa para generar conexión simbólica con las audiencias, priorizando la autenticidad sobre la espectacularidad técnica (PMC, 2024). Este hallazgo coincide con los enfoques que reconocen la emoción como eje de identificación cultural en los contenidos digitales (Frontiers in Communication, 2025). En suma, los videos breves funcionan como microrelatos audiovisuales

capaces de construir vínculos afectivos y reforzar la dimensión humana del discurso digital (García & Chen, 2023).

Finalmente, el estudio confirma que la temporalidad breve redefine la estructura narrativa al exigir síntesis, ritmo preciso y claridad expresiva como pilares del relato audiovisual (Li & Chen, 2025). Los creadores adaptan sus procesos creativos para comunicar ideas complejas en pocos segundos, sin sacrificar coherencia ni profundidad simbólica (ScienceDirect, 2024). Esta economía temporal fomenta una narrativa visual fragmentaria pero emocionalmente potente, en la que cada plano o transición adquiere valor comunicativo (Nature, 2025). De esta manera, la investigación concluye que los videos de corta duración no solo transforman la técnica de producción, sino también la forma de pensar, sentir y construir sentido en la comunicación audiovisual contemporánea (Martínez & Liu, 2025).

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

En primer lugar, se recomienda profundizar en investigaciones que aborden la relación entre los lenguajes visuales y los algoritmos de recomendación, considerando cómo estos influyen —sin determinar completamente— la estética y la narrativa en los contenidos breves (Zhang et al., 2024). Futuras investigaciones podrían incorporar metodologías mixtas que integren análisis visual, entrevistas en profundidad y métricas digitales para explorar cómo los creadores negocian la tensión entre autenticidad y visibilidad (Taylor & Francis, 2025). Asimismo, sería pertinente examinar la evolución de las estrategias narrativas en función de los cambios en las plataformas, ya que la constante actualización tecnológica redefine los modos de producción y recepción del relato audiovisual (Martínez & Liu, 2025). Esta línea permitiría ampliar la comprensión de la creatividad digital como un proceso dinámico y adaptativo en entornos mediáticos cada vez más automatizados (Nature, 2025).

Por otro lado, se sugiere que futuras investigaciones analicen comparativamente distintas comunidades de creadores —artísticos, educativos, publicitarios o activistas— para identificar variaciones en el uso del lenguaje visual y la gestión de la emoción como recurso narrativo (García & Chen, 2023). Además, resultaría valioso indagar cómo la brevedad afecta la construcción de identidad y la percepción de autenticidad en contextos culturales diversos (Frontiers in Communication, 2025). En el ámbito práctico, se recomienda a los creadores y comunicadores audiovisuales fortalecer su capacidad de planificación estética, desarrollando una autoría visual coherente que no dependa exclusivamente de tendencias virales (Newman & Walters, 2023). Finalmente, integrar enfoques interdisciplinarios entre comunicación, arte y tecnología contribuirá a consolidar un marco teórico más robusto sobre la estética y la narrativa en la cultura audiovisual contemporánea (Li & Chen, 2025).

Referencias

Almonte, D. (2025, 24 de enero). Short-Form Video Dominance: The Future Of Engagement In Social Media. (*Search Engine Journal*). https://www.searchenginejournal.com/short-form-video-in-social-media/533810/?utm_source=chatgpt.com

Almoqbel, M (2025, 18 de junio). From an entertaining app to a search engine: A case of user-generated innovation in social media platforms. (*ScienceDirect*). https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100195

Bhandari, A. (2022, 22 de marzo). Why everyone is on TikTok now? The algorithmized self. (Social Media + Society). (*SAGE Journals*). https://doi.org/10.1177/20563051221086241

Bleier, A. (2024, 3 de septiembre). On the role of social media platforms in the creator economy. (*ScienceDirect*). https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.06.006

Chandrasegaran K. et al. (2024). HourVideo: 1-Hour Video-Language Understanding. NeurIPS / dataset & benchmarks. (*proceedings.neurips.cc*). https://proceedings.neurips.cc/paper_files/paper/2024/file/5f2809607f692d79a01c05c43d702883-Paper-Datasets_and_Benchmarks_Track.pdf?utm_source=chatgpt.com

Christiansen, A. et al. (2025, 24 de abril). Multimodal analysis of stories told by mental-health influencers on TikTok. (*PMC / open access*). 10.1111/hex.70226

Dao K. A. (2025). The Power of Storytelling in Product Placement of TikTok's Short-Form Content —Academic-conferences.org / conference paper (qualitative study). Congresos Académicos Internacionales

Dzhoha, A. y Catino, F. (2025, 3 de septiembre). Short-Form Video Recommendations with Multimodal Embeddings: Addressing Cold-Start and Bias Challenges.*(arXiv*). https://arxiv.org/html/2507.19346v2?utm_source=chatgpt.com

Gamuliak, S. (2025, 05 de junio). Short-Form Video Content: Stats and Facts to Know in 2025. (*Zelios*). https://zelios.agency/short-form-video/?utm_source=chatgpt.com

Georgakopoulou, A. (2025, 5 de agosto). De la realidad a las historias cercanas: Autenticidad y relatos con formato en vídeos cortos de TikTok. *Narrative Works , 13 (2), 11–34.* (*Recuperado de Revistas de Investigación*). https://journals.lib.unb.ca/index.php/NW/article/view/34967

Georgakopoulou, A. (2025, 19 de septiembre). From “Being Real” to “Relatable Tales”: Formatted Authenticity and Stories in TikTok Short Form Videos. Narrative Works, 13(2), 11–34. (*Érudit*). https://doi.org/10.7202/1120141ar

Gualtiere J. (2025, 12 de enero). Return On Influence: How Creators and Creative Variety Can Spark Performance. TikTok For Business

Harrison, K. l. (2025, 21 de marzo). The Rise of Short-Form Video Content in 2025. (*Appnova*). https://www.appnova.com/the-rise-of-short-form-video-content-in-2025/?utm_source=chatgpt.com

Hou, W. et al. (2024, 23 de septiembre). Toward Long Form Audio-Visual Video Understanding. (*ACM Digital Library*). https://doi.org/10.1145/3672079

Jain, L. (2025, 19 de marzo). Systematic review: problematic TikTok use and mental health issues. (*PMC*). https://doi.org/10.1177/21501319251327303

Kasemsarn, K. y Nickpour, F (2025, 19 de septiembre). Social media storytelling frameworks for cultural heritage (*MDPI exploratory study*). (*MDPI*). https://doi.org/10.3390/heritage8090395

Katiaj, P. et al. (2024, 24 de enero). Storytelling in TikTok: content types and engagement metrics. (*MPRA*). https://mpra.ub.uni-muenchen.de/123280/1/MPRA_paper_123280.pdf?utm_source=chatgpt.com

Kułaga, W. (2024). Revolutionizing Visual Communication and Digital Creative Engagement: The Game-Changing Impact of TikTok. (*Revista de Sociología Cualitativa*). https://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume67/PSJ_20_3_Kulaga.pdf?utm_source=chatgpt.com

Lau, N. (2024, 1 de julio). TikTok and teen mental health: analysis of #teenmentalhealth. (*PMC*). 10.1093/jpepsy/jsae039

Li, D. y Ma, S. et al. (2025, 3 de septiembre). Benchmarks and challenges for engagement prediction in short-form video (*VQualA, arXiv, ICCV workshop*). https://arxiv.org/html/2509.02969v1?utm_source=chatgpt.com

Li, L., y Bolong J. (2024, 22 de octubre). The Communication about Destination Projected Image on Short-form Video Platforms: A Systematic Literature Review. *International Journal of Social Sciences and Public Administration, 4(3), 1-7*. https://doi.org/10.62051/ijsspa.v4n3.01

López-Carril, S. (2024, 10 de noviembre). assert, research on TikTok's use in educational settings should extend beyond sport sciences education. (*Science Direct*). https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2024.100501

Luo, C. et al. (2025, 13 de mayo). Influence of short video content on consumers' purchase intention. (*Scientific Reports*). https://doi.org/10.1038/s41598-025-94994-z

Manic, M. (2024, 12 de julio). Short-Form Video Content and Consumer Engagement in Digital Landscapes. (*Bulletin of Transilvania University*). (*ResearchGate*). https://doi.org/10.31926/but.es.2024.17.66.1.4

Meng, L. M. (2024, 11 de octubre). The impact of content characteristics of Short-Form video ads on consumer purchase Behavior: Evidence from TikTok. (*ScienceDirect*). https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114874

Mohamed, M. (2025, 12 de agosto). Visual storytelling and cultural connection in GCC social media advertising. (*Frontiers in Communication*). https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1584156

Ochoa, S. (2025, 3 de junio). Short-Form Storytelling: Winning with TikTok & Instagram Reels. (*The Ad Firm*). https://www.theadfirm.net/short-form-storytelling-winning-with-tiktok-instagram-reels/?utm_source=chatgpt.com

Oltra, I. (2025, 20 de enero). Exploring the communicative effectiveness of visual and product images in short videos. (*SAGE Journals*). https://doi.org/10.1177/23294906241310422

Petrovic, S. (2023, 13 de octubre). The visual language of Japanese youth's self-expression and self-promotion on TikTok. (*Melbourne Asia Review*). https://melbourneasiareview.edu.au/the-visual-language-of-japanese-youths-self-expression-and-self-promotion-on-tiktok/?print=pdf&utm_source=chatgpt.com

Phung, T. B. (2025, 2 de septiembre). Storytelling on social media: forging the path to tourism destination branding. *Cogent Business & Management, 12(1).* https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2482016

Pilati, F. (2025, 7 de abril). The broadcasting trap: TikTok and the “democratization” of digital content production. *Humanit Soc Sci Commun 12, 496 (2025).* https://doi.org/10.1057/s41599-025-04797-w

Rein, B. (2023, 15 de octubre). Making Science Education More Accessible: A Case Study of TikTok’s Utility as a Science Communication Tool. (*ScienceDirect, Neurocience*). https://doi.org/10.1016/j.neuroscience.2023.08.021

Richter, S. (2025, 6 de junio). Sticky Narratives: How Micro-Influencers Engage and Retain Their Audience Through Storytelling. (*SAGE Journals / influencer narrative strategies*). https://doi.org/10.1177/14413582251340442

Rowe, L. W. et al. (2025, 11 de agosto). The Science of Reading on Social Media: TikTok Content Creators' Discourse Patterns and Bodies of Knowledge. (*ILA / reading research*). (*Ila Online Library*). https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/rrq.70057?utm_source=chatgpt.com

Tian Y. et al. (2024, 23 de septiembre). Learning to Predict Advertisement Expansion Moments in Short-Form Video Platforms (*conference paper 2025; publicidad y estructura narrativa en short videos*). (*ResearchGate*). https://doi.org/10.1145/3672079

Tricomi, P y Kumar, S. et al. (2024, 28 de mayo). Escalando los niveles de influencia en TikTok: Un estudio multimodal. *Actas de la Conferencia Internacional AAAI sobre Web y Redes Sociales , 18 (1), 1503-1516*. https://doi.org/10.1609/icwsm.v18i1.31405

Violot, C. (2024, 21 de mayo). Shorts vs Regular Videos on YouTube: Comparative study of short-form emotional strategies. (*ACM/Proceedings*). https://doi.org/10.1145/3614419.3644023

Whittaker, J. (2024). Unleashing the Potential of Short-Form Video. *Report / PDF analyzing strategic communication with short videos.* (*Hedayah Website*). https://hedayah.com/app/uploads/2024/04/Strategic-Communications-for-Countering-Extremism-in-the-Digital-Age.pdf?utm_source=chatgpt.com

Xie, J. et al. (2023, 14 de diciembre). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination. *International Journal / open access*. 10.3389/fpsyg.2023.1298361

Yang, Q. et al. (2025, 21 de agosto). Perceived quality symbols in short-video social media drive ski tourism behavior. *Sci Rep 15, 30767 (2025).* https://doi.org/10.1038/s41598-025-16666-2

Zeng, H. (2025, 6 de mayo). The impact of short videos on young people's willingness to learn cultural practices. (*Palgrave / Humanities*). https://doi.org/10.1057/s41599-025-04963-0

Zeng, J., & Yan, X. (2024, 24 de mayo). Understanding climate-related visual storytelling on TikTok: A cross-national multimodal analysis. *Journal of Digital Social Research, 6(2), 66–84.* https://doi.org/10.33621/jdsr.v6i2.212

Zeng, X. et al. (2025). Time Suite: Improving MLLMs for Long Video. (*Proceedings ICLR*). https://proceedings.iclr.cc/paper_files/paper/2025/file/5e8309c9ca683e11672e3dbcd4b87776-Paper-Conference.pdf?utm_source=chatgpt.com

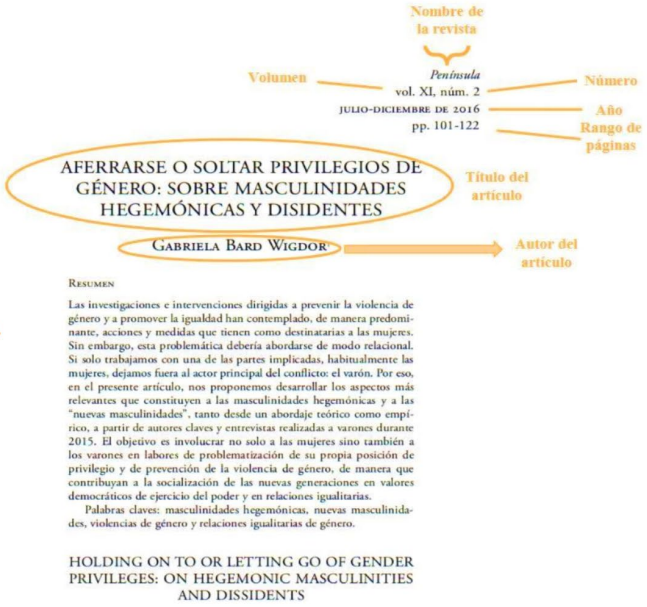
Zhao, C. (2023, 20 de julio). Real or fictional? Digital entrepreneurial narratives and the acquisition of attentional resources in social entrepreneurship. (*El Sevier*). 10.1016/j.jik.2023.100387

Zhauniarkevich, D. (2025). The Aesthetics of Digital Minimalism: How has the Visual Language of Video Production Changed in the Era of Information Overload. (*ResearchGate*). https://doi.org/10.70315/uloap.ulbec.2025.020201



Artículos científicos

Son publicaciones primarias que aparecen en revistas especializadas



Forma de presentación de los artículos científicos

Artículo en línea

Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista en cursiva, volumen en cursiva*(número), pp-pp. URL

Caicedo-Tamayo, A. y Rojas-Ospina, T. (2014). Creencias, conocimientos y uso de las TIC de los profesores universitarios. *Educación y Educadores, 17*(3), 517-533. https://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/4333/3810

Artículo con DOI

Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista en cursiva, volumen en cursiva*(número), pp-pp. Enlace del DOI.

Hoyos-Hernández, P., Sanabria, J., Orcasita, L., Valenzuela, A., González, M. y Osorio, T. (2019). Representaciones sociales asociadas al VIH/Sida en universitarios colombianos. *Saúde e Sociedade*, *28*(2), 227-238. https://doi.org/10.1590/s0104-12902019180586

PERIÒDICOS



Forma de presentación de los periódicos

Periódico impreso

Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre del periódico,* página sin abreviación.

Díez, A. y Baquero, C. S. (2020, 2 de enero). La cúpula de ERC blinda con su apoyo la investidura de Sánchez. *El País,* 4.

Periódico en línea

Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre del periódico.* URL

Varea, R. (2019, junio 7). Pontificia Universidad Javeriana, la huella de Colombia en la región. *El País*. https://elpais.com/sociedad/2019/06/03/actualidad/1559522175_313057.html

Nota: Cuando el artículo se publica sin el nombre del autor, se escribe: Título del artículo (fecha). *Nombre del periódico.*

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

1. ¿Cómo describirías tu estilo visual o la identidad estética que caracteriza tus videos cortos en redes sociales?
2. ¿Qué elementos visuales (colores, planos, iluminación, tipografía, ritmo de edición) consideras más importantes para captar la atención del público en pocos segundos?
3. ¿Cómo decides qué historias o ideas desarrollar dentro del formato breve de tus videos?
4. ¿Qué estrategias narrativas utilizas para mantener el interés de la audiencia en un tiempo tan reducido?
5. ¿En qué medida las tendencias, challenges o sonidos virales influyen en tus decisiones creativas y narrativas?
6. ¿Cómo equilibras la autenticidad personal con la necesidad de crear contenido atractivo y viralizable?
7. ¿De qué manera analizas o interpretas las métricas (visualizaciones, likes, retención) para ajustar tus futuras producciones?
8. ¿Qué papel cumple la emoción (humor, sorpresa, empatía, inspiración) en la construcción de tus mensajes audiovisuales?
9. ¿Qué desafíos encuentras al intentar comunicar una idea o relato complejo dentro del formato de corta duración?
10. Desde tu experiencia, ¿cómo crees que este tipo de contenidos está transformando el lenguaje y las formas narrativas en la comunicación audiovisual contemporánea?