ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

La sobreestimulación del diseño de contenido audiovisual digital de formato corto desde la dirección gráfica con relación a los procesos de atención en los adolescentes

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

Salvador Terry, Cielo Sophia
DNI: 72891850, Perú
ORCID: 0009-0007-4774-5674

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO
PRESENTADA POR

Hidalgo Santa Cruz, Joaquin Eduardo
DNI: 76380169, Perú
ORCID: 0000-0002-6544-832X
Ramos Tapahuasco, Jhosmer Ray
DNI: 72690865, Perú
ORCID: 0009-0001-4523-851X
Soto Amezquita, David Ricardo
DNI:72744730, Perú
ORCID: 0000-0001-8320-8197

ASESOR

Ampuero Quezada Héctor David
DNI: 09531935, Perú
ORCID: 0000-0001-7339-650X

JURADO

Romero Hinostroza, Moisés
Lamas Gonzalez,Susana Cecilia
Alvarado Pereyra, Orenella Nicole

Lima, marzo 2026

Reporte de Similitud

Salvador Cielo%2C Hidalgo Joaqu%C3%ADn%2C Ramos Jhosmer%2C Soto David.docx

Tarea 4 - Entrega Turnitin 1

2252|4297|TITULACIÓN TESIS CREATIVA|MA 19:00-23:00 VI 19:00-23:00

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:565028707

Fecha de entrega
8 mar 2026, 10:15 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
9 mar 2026, 10:42 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Salvador Cielo, Hidalgo Joaquín, Ramos Jhosmer, Soto David.docx

Tamaño del archivo
9.8 MB

68 páginas

13.403 palabras

82.445 caracteres

5% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

4% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
3% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Este trabajo marca el cierre de una etapa importante en nuestra formación académica y personal. El desarrollo de esta investigación fue un proceso que nos permitió aprender, cuestionar y crecer, enfrentando retos que fortalecieron nuestra disciplina y reafirmaron nuestro interés por el diseño y la comunicación audiovisual. Cada avance alcanzado es reflejo del esfuerzo constante y de la convicción de seguir construyendo nuestro camino profesional.

Dedicamos este logro a nuestras familias, quienes fueron un apoyo permanente a lo largo de este proceso, brindándonos confianza, comprensión y motivación en los momentos más exigentes. Su respaldo fue esencial para mantenernos enfocados y continuar avanzando hacia esta meta.

Agradecemos también a nuestro asesor, Héctor David Ampuero Quezada, por su acompañamiento y su disposición para guiarnos durante el desarrollo de esta tesis, contribuyendo significativamente a nuestro crecimiento académico.

Finalmente, dedicamos este trabajo a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este recorrido y nos impulsaron a culminar esta etapa con satisfacción.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi madre Karry Terry, por enseñarme con su ejemplo que la fortaleza es el camino para seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. A mi padre Franklin Salvador, por recordarme siempre, con su positividad, que cada desafío también puede ser una oportunidad. A mi hermano Flavio Salvador, por inspirarme con su creatividad y su forma de mirar el mundo fuera de lo convencional. A mis compañeros, por acompañar este proceso de aprendizaje y crecimiento.

Y a mí misma, por haber decidido, a pesar de todo, seguir viviendo la vida un paso a la vez. Este logro es uno de esos pasos.

Cielo Sophia Salvador Terry

Agradezco a Dios por acompañarme y guiarme a lo largo de este camino, y por permitirme llegar a este momento tan importante de mi vida y formación profesional.

A mis padres, Ricardo Soto y Milagros Amezquita, y a mis hermanas, Elizabeth y Rebeca Soto, por su apoyo constante y por estar siempre presentes durante todo este proceso. Su confianza y compañía fueron fundamentales para poder culminar esta etapa. A mis amigos, por su compañía y ánimo durante este tiempo, haciendo que este proceso sea más llevadero y motivándome a seguir adelante.

Finalmente, agradezco esta experiencia, ya que el desarrollo de este trabajo me permitió crecer tanto a nivel académico como personal.

David Ricardo Soto Amezquita

A mis padres, José Ramos y Mercedes Tapahuasco, quienes han sido fundamental de mi formación y el motor de mi constancia. Gracias por heredarme su ejemplo inalcanzable de amor por el estudio y por enseñarme que el conocimiento es la herramienta más valiosa que una persona puede poseer; este logro es tanto suyo como mío. Su fe incondicional en mi capacidad me permitió navegar los momentos de duda y transformar cada desafío en un aprendizaje.

A mis amigos, por ser el refugio necesario en medio de las largas jornadas de investigación. Gracias por su ayuda técnica, sus críticas constructivas y, sobre todo, por el apoyo moral que hizo este camino mucho más ligero y memorable. Sin su presencia, el proceso de construcción de esta tesis no habría tenido la misma riqueza humana que hoy atesoro.

Jhosmer Ray Ramos Tapahuasco

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi familia, en especial a mis padres y mi hermana, quienes han sido un pilar constante durante todo este proceso. Su apoyo, paciencia y confianza fueron fundamentales en los momentos de mayor exigencia,

A mis amigos y mi persona más cercana, gracias por acompañarme en esta etapa, por las conversaciones, el ánimo y los momentos compartidos que ayudaron a equilibrar las responsabilidades académicas con la vida cotidiana. Su presencia hizo que este trayecto fuera más llevadero y significativo.

Asimismo, reconocer las oportunidades que la vida presenta en distintos momentos, permitiendo aprender, equivocarme, y también a esa suerte que muchas veces une piezas inesperadas, que permitió mi desarrollo no solo académico, sino también a mi crecimiento personal.

Joaquín Eduardo Hidalgo Santa Cruz

Resumen Ejecutivo

La presente investigación analiza la sobreestimulación del diseño de contenido audiovisual digital de formato corto desde la dirección gráfica y su relación con los procesos de atención en los adolescentes. En plataformas como Tik Tok o Instagram se emplean recursos visuales intensos para captar la atención del usuario. Sin embargo, el uso constante de estos estímulos plantea interrogantes sobre cómo influyen en la forma en que los adolescentes procesan la información y mantienen la concentración.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter exploratorio. Para ello se realizaron entrevistas semiestructuradas y observación a tres perfiles vinculados al fenómeno: un director de arte especializado en contenido audiovisual digital, un creador de contenido con comunidad activa y un usuario adolescente que usa intensivamente redes sociales. Este enfoque permitió analizar el fenómeno desde las perspectivas del diseño, la producción y el consumo de contenido.

Los resultados evidencian que los estímulos visuales intensos facilitan la captura inmediata de la atención, pero también generan fragmentación del foco atencional y un consumo acelerado de contenidos. Asimismo, se identificó que la saturación visual puede provocar fatiga perceptiva y una comprensión más superficial del mensaje, resaltando la importancia de equilibrar impacto visual y claridad comunicativa en contenidos dirigidos a adolescentes.

Palabras Clave

Sobreestimulación visual, dirección gráfica, atención adolescente, microvideos, diseño audiovisual, contenido digital

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud **3**
Dedicatoria **4**
Agradecimientos **5**
Resumen Ejecutivo **8**
Capítulo I: Introducción **11**
1.1. Problema de Investigación 11
1.2. Vacío en el Conocimiento 12
1.3. Justificación de la Investigación 13
Capítulo II: Revisión de la Literatura **14**
2.1. Estado del Arte 14
2.2. Marco Teórico 22
Capítulo III: Propósitos y Fundamentos de la Investigación **24**
3.1. Objetivo general 24
3.2. Objetivos específicos 24
3.3. Pregunta general 24
3.4. Preguntas específicas 24
3.5. Proposición general 25
3.6. Proposiciones específicas 25
Capítulo IV: Metodología **26**
4.1. Tipo y enfoque de investigación 26
4.2. Diseño metodológico 27
4.3. Participantes o casos de estudio 29
4.4. Técnicas e instrumentos 30
4.5. Procedimiento 31
Capítulo V: Resultados **33**
5.1. Estimulación visual como mecanismo de captura atencional 33
5.2. Fragmentación de la atención y el consumo acelerado 35
5.3. Tensión entre impacto estético y comprensión del mensaje 38
5.4. Fatiga visual y límites de la sobreestimulación 40
5.5. Construcción del vínculo emocional en formatos breves (diferencia entre conexión superficial y conexión significativa con el contenido o el creador). 42
Capítulo VI: Discusión **45**
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones **51**
7.1. Conclusiones 51
7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 52
Referencias **54**
Anexos **62**
Anexo 1: Guía de entrevista 62

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 Ejemplo de estrategias de diseño multimedia 35

Figura 2 Ejemplo de pérdida total de autocontrol y atención fragmentada 37

Figura 3 Ejemplo de conexión emocional mediante un live interactivo 40

Figura 4 Ejemplo de sobreestimulación visual generando distracción 41

Figura 5 Ejemplo de retención y aislamiento visual en adolescentes 44

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

La expansión de los contenidos audiovisuales digitales de formato corto ha intensificado la competencia por captar la atención del público adolescente en entornos digitales saturados de estímulos. Diversas investigaciones señalan que el uso frecuente de redes sociales y plataformas de vídeo breve puede modificar los patrones de atención y el procesamiento de la información de los usuarios (Chopra et al., 2024). En este contexto, el diseño audiovisual digital utiliza recursos como colores llamativos, tipografías animadas y cortes rápidos para destacar entre múltiples contenidos. Estas dinámicas de consumo acelerado se relacionan con cambios en la forma en que las nuevas generaciones interactúan con los medios digitales y gestionan su atención (Twenge, 2020).

Desde la disciplina del diseño audiovisual digital, la saturación visual funciona como una estrategia para generar impacto inmediato y retener la atención en contenidos breves. Estudios sobre plataformas de video corto indican que estas aplicaciones fomentan una interacción constante mediante estímulos visuales dinámicos y una rápida sucesión de contenidos (Montag et al., 2021). Sin embargo, la acumulación de estímulos gráficos plantea interrogantes sobre su influencia en la experiencia de consumo de los adolescentes. En este sentido, investigaciones recientes muestran que los videos cortos altamente estimulantes pueden promover formas de consumo intensivo y una mayor vinculación con el contenido digital (Huang et al., 2025).

1.2. Vacío en el Conocimiento

La literatura actual ha explorado extensamente las consecuencias cognitivas generales del uso de plataformas digitales, pero existe una falta de profundidad en el análisis de los elementos gráficos específicos que configuran la sobreestimulación. Aunque se reconoce que el diseño de videos cortos emplea herramientas teatrales como la construcción de situaciones y el suspenso para mantener el interés, no se ha detallado cómo la dirección gráfica particular potencia estos mecanismos en la mente del adolescente (Mona et al., 2026).

Asimismo, las investigaciones suelen centrarse en la fatiga visual como un síntoma físico aislado del proceso creativo. Sin embargo, se ha demostrado que las características visuales y de información en medios digitales no solo causan malestar ocular, sino que están intrínsecamente ligadas a la reducción de la atención sostenida en escenarios de exposición prolongada (Ho & Mun, 2026).

Por otro lado, la brecha más significativa en la investigación cualitativa reside en la desconexión entre la estética del diseño y el valor emocional que el usuario joven percibe durante la interacción. Se ha observado que, aunque las instalaciones de medios digitales fomentan conexiones sensoriales, existe una literatura escasa que profundice en sí los espectadores logran extraer un valor emocional profundo de los componentes visuales o si solo experimentan una reacción superficial (Fu, 2024).

Además, la mayoría de los estudios abordan los efectos psicológicos desde una perspectiva clínica o correctiva ante el daño ya causado. Actualmente, se advierte que los efectos psicológicos de la exposición constante a pantallas, como la irritabilidad y la fatiga mental, suelen ser descuidados en el análisis del diseño, dejando un vacío sobre cómo la dirección gráfica preventiva podría mitigar estos impactos (Patil et al., 2025).

1.3. Justificación de la Investigación

El crecimiento del contenido audiovisual digital de formato corto ha transformado las prácticas del sector creativo, estableciendo un lenguaje visual basado en estímulos rápidos, composiciones dinámicas y alta carga gráfica. Diversos estudios señalan que la exposición frecuente a estos formatos se relaciona con una disminución de la atención sostenida y un aumento de la fatiga cognitiva en usuarios jóvenes (Chen et al., 2022).

Desde la dirección gráfica, estas transformaciones requieren reflexionar sobre el uso de recursos visuales que priorizan el impacto inmediato sobre la comprensión del mensaje. La literatura indica que la estructura fragmentada y altamente estimulante de los videos cortos influye en los procesos perceptivos y atencionales del espectador (Wang et al., 2021).

El sector creativo cumple un rol importante en la construcción de experiencias visuales que influyen tanto en la atención como en las respuestas emocionales de los adolescentes. Investigaciones señalan que los formatos audiovisuales breves favorecen respuestas inmediatas y relaciones parasociales basadas en estímulos visuales intensificados (Head, 2025).

Comprender esta relación es clave para promover prácticas de diseño que equilibren la atracción visual con experiencias comunicativas más significativas. Estudios sobre comunicación visual digital sostienen que el uso constante de estímulos gráficos acelerados influye en la forma en que los usuarios interpretan y se relacionan con los mensajes audiovisuales (Tatiana & Fahim, 2022).

Capítulo II: Revisión de la Literatura

2.1. Estado del Arte

A nivel global, el consumo de videos de formato corto se ha consolidado como una práctica dominante entre adolescentes, configurando nuevos patrones de interacción digital caracterizados por la inmediatez, la personalización algorítmica y la estimulación constante (Chakravarty & Chowdhury, 2025). En este escenario, el fenómeno denominado “brain rot” ha sido identificado como una manifestación de deterioro cognitivo asociado a la sobreexposición a contenidos digitales triviales y altamente estimulantes, especialmente en generaciones jóvenes (Yousef et al., 2025).

Desde la perspectiva del consumo audiovisual en plataformas como TikTok, se evidencia que la estructura fragmentada y dinámica de los microvideos disminuye la capacidad de atención y favorece comportamientos adictivos en públicos infantiles y adolescentes (Cortés-Quesada & Vizcaíno-Verdú, 2025). En el contexto europeo y particularmente en España, estas transformaciones digitales se insertan en marcos institucionales que promueven la digitalización educativa desde edades tempranas, generando tensiones entre la inevitabilidad tecnológica y las preocupaciones sobre sus efectos en el desarrollo cognitivo y atencional de la niñez (Sosa-Alonso et al., 2026)

El análisis de la sobreestimulación digital es relevante para el campo creativo porque las relaciones parasociales mediadas por plataformas sociales demuestran que el diseño y la presentación de los contenidos influyen directamente en dimensiones del bienestar, la conexión emocional y la construcción de identidad en los usuarios jóvenes (Hoffner & Bond, 2022). Asimismo, la evidencia experimental sobre sobreestimulación audiovisual indica que la exposición prolongada a estímulos intensos durante etapas críticas del desarrollo puede generar alteraciones conductuales asociadas a

hiperactividad, lo que interpela éticamente las decisiones creativas en productos dirigidos a públicos en formación (de Sousa Lima et al., 2021).

Desde la perspectiva de los estudios de medios, la denominada “crisis de atención” pone en evidencia que las interfaces digitales están diseñadas para capturar y fragmentar la concentración del usuario mediante estrategias visuales inmersivas, lo que obliga al campo creativo a reflexionar sobre su responsabilidad en la configuración de estas dinámicas (Liu, 2019). Para resumir, las investigaciones contemporáneas en comunicación y estudios sociales advierten que los entornos digitales moldean prácticas culturales y educativas emergentes, por lo que comprender críticamente la dirección gráfica y sus efectos cognitivos resulta fundamental para orientar propuestas creativas más conscientes y sostenibles (CESA, 2025)

Diversos estudios recientes han analizado el impacto de los videos de formato corto en los procesos atencionales, evidenciando que la adicción a este tipo de contenidos se asocia con mayores dificultades para mantener la atención sostenida y un rendimiento inferior en tareas de concentración, como el Stroop, especialmente en usuarios con patrones de consumo intensivo (Chen et al., 2022). Desde el ámbito educativo, una revisión sistemática ha identificado que las distracciones digitales, derivadas del uso de dispositivos y del acceso a contenidos no académicos, generan consecuencias como bajo rendimiento, multitarea ineficaz y comprensión superficial, situando el problema dentro de un marco tecnológico-personal-ambiental (Martin et al., 2025).

En el campo de los estudios culturales y comunicacionales, se ha señalado que los videos cortos —incluidos los de carácter “earthy”— configuran nuevas dinámicas de consumo mediático caracterizadas por estímulos visuales intensos, estética exagerada y

búsqueda de gratificación inmediata, aunque la mayoría de investigaciones han sido predominantemente teóricas y críticas, con escasez de estudios empíricos (Guo, 2023). Finalmente, revisiones centradas en plataformas como TikTok advierten que la exposición constante a contenidos breves, altamente estimulantes y algorítmicamente personalizados puede fragmentar la atención, afectar la memoria de trabajo y reforzar patrones de gratificación instantánea durante la adolescencia, etapa clave para el desarrollo ejecutivo (Shashua, 2024).

En la literatura reciente sobre videos de formato corto se observa una combinación de enfoques metodológicos, donde predominan los estudios de revisión sistemática con síntesis cualitativa y análisis de diseños empíricos diversos, siguiendo protocolos como PRISMA para garantizar rigurosidad y transparencia en la selección y evaluación de investigaciones previas (Wigayha, 2025) . Desde una perspectiva estrictamente cualitativa, se han empleado diseños fenomenológicos basados en entrevistas semiestructuradas y análisis interpretativo de experiencias subjetivas, permitiendo explorar cómo los estudiantes conceptualizan y vivencian fenómenos asociados al consumo digital intensivo (Özbay, 2026).

Paralelamente, las revisiones en el campo de la “problematic use of short video” integran estudios cuantitativos sustentados en encuestas psicométricas, escalas de medición de síntomas adictivos y técnicas de neuroimagen para examinar activación cerebral y mecanismos de refuerzo conductual (Li et al., 2025) . Asimismo, se identifican investigaciones cualitativas con microanálisis de video y observación sistemática del comportamiento, complementadas con instrumentos de autorreporte para contrastar datos conductuales y cognitivos, evidenciando una integración metodológica entre técnicas cualitativas y cuantitativas en el estudio de la atención y la autorregulación (Ojell et al., 2023).

Los estudios longitudinales sobre el uso intensivo de pantallas táctiles evidencian que la exposición frecuente a estímulos visuales dinámicos se asocia con un sesgo hacia procesos atencionales de tipo bottom-up y con una disminución progresiva del control atencional top-down, lo que afecta la capacidad de inhibición y flexibilidad cognitiva en etapas tempranas del desarrollo (Portugal, 2020).

A partir de los resultados reportados en los cuatro estudios analizados, se evidencia que la exposición frecuente a contenidos digitales dinámicos y visualmente estimulantes se asocia con un sesgo hacia el procesamiento atencional de tipo bottom-up, mostrando mayor rapidez en tareas de búsqueda visual pero dificultades en el control inhibitorio y la flexibilidad cognitiva (Portugal, 2020). Asimismo, la revisión sistemática sobre animación demuestra que la integración de estímulos intensos, movimiento y organización visual estructurada incrementa la captación inmediata de la atención, aunque también modula la respuesta cognitiva del espectador, influyendo en su forma de procesar la información (Praveen & Srinivasan, 2022).

En el contexto específico de los microvideos, la evidencia narrativa reciente señala que el consumo intensivo de plataformas de formato corto se relaciona con menor capacidad de atención sostenida, peor desempeño académico y posibles alteraciones en sistemas neurocognitivos vinculados al control conductual (Head, 2025). Finalmente, desde la perspectiva del marketing digital, se observa que los entornos de video corto potencian la influencia persuasiva mediante altos niveles de engagement, autenticidad percibida y estímulos breves pero frecuentes, configurando dinámicas psicológicas que inciden en las actitudes y comportamientos de los jóvenes consumidores (Rahardja et al., 2025).

Si bien los estudios revisados reconocen la influencia del consumo digital en variables psicológicas y atencionales, aún es limitada la investigación que articule de manera específica los recursos formales del diseño audiovisual —como ritmo de edición, saturación cromática y densidad gráfica— con mediciones cualitativas profundas de los procesos atencionales en adolescentes, quedando pendiente una integración más sistemática entre análisis estético y cognitivo (0123.pdf, s.f.). Se requiere evidencia de una necesidad de estudios longitudinales que permitan comprender los efectos acumulativos de la exposición continua a contenidos breves y altamente estimulantes; Gran parte de la evidencia actual se basa en diseños transversales o experimentales de corta duración (Frontiers in Psychology, 2017).

Además, resulta insuficientemente explorar la dimensión contextual así como la sociocultural que mediatiza la relación entre microvideos y atención, especialmente en lo que respecta a diferentes personas dentro de la adolescencia y a variables educativas que podrían modular el impacto observado (preprints202501.0269.v1.pdf, 2025). Finalmente, se advierte la carencia de el analisis en la investigación desde la dirección gráfica, la perspectiva crítica y ética sobre la intencionalidad estratégica de la sobreestimulación visual y su vínculo con mecanismos de persuasión y retención en jóvenes consumidores digitales (psych_6904734.pdf, s.f.).

Las nuevas prácticas de diseño en plataformas sociales y aplicaciones móviles integran estrategias de diseño emocional mediante interfaces cromáticamente intensas, funciones interactivas y recomendaciones personalizadas que, apoyadas por lógicas algorítmicas, incrementan la participación, la permanencia y la “stickiness” del usuario, consolidando herramientas digitales orientadas a estimular respuestas afectivas inmediatas ya optimizar la experiencia de uso (Dong, 2025). En paralelo, el ecosistema

digital contemporáneo se expande a través de dinámicas de marketing con influencers y relaciones parasociales que median el consumo juvenil de contenidos audiovisuales, configurando innovaciones sociotécnicas donde la credibilidad percibida y la interacción constante con figuras digitales influyen en actitudes, engagement y decisiones conductuales de los adolescentes (De Veirman et al., 2017; Lou & Kim, 2019).

Asimismo, la proliferación de microvideos y el uso intensivo de pantallas se vinculan con cambios cognitivos observables, como la búsqueda de gratificación inmediata o la reducción de la atención sostenida, evidenciando que estas prácticas de consumo rápido constituyen una transformación relevante en los hábitos informacionales y en los patrones atencionales juveniles (Tripath, 2019). El incremento de comportamientos interactivos (dar "me gusta", comentar y compartir), junto con la medición sistemática de la implicación digital mediante escalas de relación parasocial, muestra la adopción de nuevas herramientas metodológicas y sociales para comprender cómo la participación activa en redes moldea la vinculación emocional y las rutinas cotidianas de los jóvenes en entornos audiovisuales breves (Bocarnea & Brown, 2007)

Los conceptos clave de la investigación se articulan en torno al diseño de interfaces emocionales, entendido como la incorporación estratégica de colores, tipografías, secuencias de contenido y patrones de interacción que responden a los estados afectivos del usuario para incrementar el compromiso, la permanencia y la toma de decisiones dentro de plataformas digitales (Chowdhury Primon, s. f.). Asimismo, se reconoce la crisis de atención en las interfaces digitales**,** donde la sobrecarga de estímulos, la fragmentación del contenido y los mecanismos de captura continua reducen la concentración sostenida; Promueven hábitos de consumo

acelerados y dispersos, afectando el procesamiento cognitivo de los usuarios jóvenes (Williams, 2024).

Desde la perspectiva perceptual y estética, el consumo audiovisual breve es altamente estimulado se vincula con experiencias de inmersión sensorial, repetición y preferencia por gratificaciones inmediatas, configurando patrones de atención intermitente que reconfiguran la forma en que se interpreta y valora el contenido mediado por pantallas (Marr, 2024). Finalmente, el análisis psicosocial del uso de redes sociales introduce el concepto de vínculos mediáticos y procesos emocionales reguladores, mostrando cómo las interacciones digitales y las relaciones unidireccionales influyen en el bienestar, la conducta y la implicación afectiva de los usuarios, lo que refuerza la necesidad de comprender los efectos conductuales del diseño sobre poblaciones jóvenes (Lotun, 2021)

La literatura presenta una tensión entre enfoques que priorizan la eficacia atencional del diseño y aquellos que advierten sus posibles efectos adversos, ya que estudios experimentales con eye tracking muestran que determinadas configuraciones visuales —como imágenes emocionales y ubicaciones estratégicas— optimizan la captura de atención, aun en contextos de saturación publicitaria (Fernández-Martín et al., 2026) . En contraste, investigaciones basadas en mediciones neurofisiológicas evidencian que la intensificación del flujo óptico y la complejidad visual pueden generar sobrecarga sensorial y malestar, proponiendo la simplificación geométrica como estrategia de mitigación, lo que sugiere un enfoque preventivo frente al diseño altamente estimulante (Abdalhadi et al., 2026) .

Desde una perspectiva cualitativa y crítica, se señala que la sobreabundancia de estímulos visuales en la era digital no solo incrementa la dependencia tecnológica, sino

que también produce fenómenos de saturación informativa que demandan mayor alfabetización visual, evidenciando un sesgo hacia el análisis sociocultural más que experimental (Fahim, 2022) . Finalmente, los meta-análisis recientes muestran resultados consistentes que asocian el uso intensivo de videos de formato corto con menor atención e indicadores de salud mental más bajos, aunque reconocen heterogeneidad metodológica y efectos moderadores, lo que revela discrepancias en la magnitud y dirección de los hallazgos según diseño y población estudiada (Nguyen et al., 2025) .

La evidencia indica que los estímulos visualmente complejos pueden generar sobrecarga y reducir la retención de información, afectando los procesos atencionales (Shepherd & Kidd, 2024). Asimismo, el uso intensivo de medios digitales influye en las emociones y experiencias de los adolescentes, lo que justifica explorar cómo perciben la sobreestimulación visual (Carlén et al., 2026). Desde la neurociencia cognitiva, también se señala que la exposición constante a contenidos digitales puede alterar la regulación de la atención y el procesamiento cognitivo durante el desarrollo (Rathnayake, 2025).

Finalmente, los marcos conceptuales que describen la saturación memética y la sobrecarga cognitivo-emocional en entornos digitales aportan una base teórica para plantear que la dirección gráfica no solo capta atención sino que configura estados de disonancia y fatiga, reforzando la pertinencia de un abordaje cualitativo que analice estos mecanismos desde la experiencia adolescente (Carlsson, 2026) .

2.2. Marco Teórico

Desde la Teoría de la Economía de la Atención, el entorno digital se caracteriza por competir por un recurso limitado: la atención del usuario (Shepherd & Kidd, 2024). Esta dinámica se vincula con la saturación memética, donde contenidos emocionalmente intensos se replican y generan sobreexposición cognitiva en adolescentes (Carlsson, 2026). Estudios sobre videos de formato corto muestran asociaciones entre mayor exposición y menor rendimiento atencional (Nguyen et al., 2025). Asimismo, investigaciones sobre microvideos evidencian que la recompensa inmediata refuerza patrones de consumo fragmentado en entornos digitales (Chen et al., 2022).

Según el Modelo de Sensibilización y Habituación Cognitiva, la exposición repetida a estímulos visuales intensos puede reducir la tolerancia a tareas cognitivas prolongadas (Nguyen et al., 2025). Estudios con seguimiento ocular indican que una mayor captación visual no siempre implica mayor aprendizaje (Shepherd & Kidd, 2024). Desde la neurociencia del desarrollo, la inmadurez de los sistemas de control ejecutivo incrementa la vulnerabilidad adolescente ante recompensas digitales inmediatas (Rathnayake, 2025). Asimismo, investigaciones neurofisiológicas relacionan el uso intensivo de contenidos digitales con cambios en circuitos de recompensa y regulación emocional (Rathnayake, 2025).

De acuerdo con la Teoría del Desarrollo Psicosocial y la Construcción de Identidad Digital, la interacción constante con medios digitales influye en emociones, relaciones y autopercepción en la adolescencia (Carlén et al., 2026). La internalización de estándares visuales idealizados se ha vinculado con efectos cognitivos y emocionales derivados de la exposición prolongada (Rathnayake, 2025). Asimismo, la complejidad

perceptual de los contenidos puede actuar como distractor en el procesamiento de la información (Shepherd & Kidd, 2024). Finalmente, la saturación digital se entiende como un fenómeno estructural del ecosistema mediático contemporáneo (Carlsson, 2026).

Capítulo III: Propósitos y Fundamentos de la Investigación

3.1. Objetivo general

Analizar cómo la sobreestimulación del diseño de contenido audiovisual digital de formato corto, desde la dirección gráfica, se relaciona con los procesos de atención en los adolescentes, a partir de sus percepciones, experiencias de consumo y comportamientos observables.

3.2. Objetivos específicos

1. Identificar los elementos de dirección gráfica (color, tipografía, ritmo visual y composición) que configuran la sobreestimulación en los contenidos audiovisuales digitales de formato corto dirigidos a adolescentes.
2. Describir cómo los adolescentes perciben y experimentan dichos recursos gráficos durante el consumo de contenidos audiovisuales de corta duración.
3. Explorar la relación entre la exposición a estrategias de saturación visual y los cambios percibidos en la atención sostenida, el procesamiento del mensaje y la respuesta emocional de los adolescentes.

3.3. Pregunta general

¿Cómo la sobreestimulación del diseño de contenido audiovisual digital de formato corto, desde la dirección gráfica, se relaciona con los procesos de atención en los adolescentes?

3.4. Preguntas específicas

1. ¿Qué elementos de la dirección gráfica están presentes en los contenidos audiovisuales digitales de formato corto que generan sobreestimulación visual en los adolescentes?

2. ¿Cómo interpretan y valoran los adolescentes la experiencia visual y emocional que producen estos recursos gráficos durante el consumo de microcontenidos audiovisuales?
3. ¿De qué manera los adolescentes perciben que la exposición constante a contenidos audiovisuales visualmente saturados influye en su capacidad de atención y comprensión del mensaje?

3.5. Proposición general

La sobreestimulación generada por la dirección gráfica en los contenidos audiovisuales digitales de formato corto se relaciona con una modificación de los procesos de atención de los adolescentes, favoreciendo experiencias de consumo aceleradas, fragmentadas y de impacto emocional inmediato más que profundo.

3.6. Proposiciones específicas

1. Los contenidos audiovisuales digitales de formato corto emplean de manera intencional recursos de dirección gráfica como colores saturados, tipografías animadas y cortes rápidos para captar y retener la atención inmediata de los adolescentes.
2. Los adolescentes experimentan los contenidos visualmente sobreestimulados principalmente a nivel sensorial y reactivo, con una vinculación emocional superficial frente a los elementos gráficos presentados.
3. La exposición reiterada a estrategias de saturación visual en microcontenidos audiovisuales se asocia con una disminución percibida de la atención sostenida y una mayor dificultad para procesar información prolongada o compleja.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que tuvo como propósito comprender las percepciones, significados y experiencias de los adolescentes frente a la sobreestimulación en el diseño de contenidos audiovisuales digitales de formato corto. En este marco, la investigación buscó interpretar cómo los participantes perciben y experimentan los recursos gráficos presentes en este tipo de contenidos.

En lugar de medir variables numéricas o establecer relaciones estadísticas, el análisis se centró en una exploración descriptiva del fenómeno. A través de entrevistas y observación, se examinó cómo los adolescentes experimentan la saturación visual y de qué manera esta influye en sus procesos de atención, permitiendo una aproximación más profunda a sus vivencias subjetivas.

La investigación se caracterizó como de tipo aplicada, ya que se orientó al análisis de un problema real y vigente dentro del campo creativo y del diseño audiovisual: el uso intensivo de estrategias de saturación visual para captar la atención del público adolescente. En este sentido, el estudio abordó una práctica presente en la producción contemporánea de contenidos digitales.

Los resultados obtenidos se vincularon con una problemática concreta del entorno profesional del diseño digital, aportando conocimientos útiles para la reflexión sobre las decisiones de dirección gráfica en contenidos audiovisuales de corta duración. De este modo, la investigación no solo presentó un interés teórico, sino también una finalidad práctica al contribuir a la comprensión de un fenómeno que impacta tanto en los creadores de contenido como en los jóvenes consumidores.

Este enfoque cualitativo permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno a la experiencia de consumo de contenidos audiovisuales visualmente sobreestimulados y cómo relacionaron estos estímulos con sus propios procesos de atención.

El análisis se centró en comprender las narrativas y valoraciones que los adolescentes elaboraron a partir de su interacción cotidiana con los microcontenidos digitales, considerando su contexto social y cultural. De este modo, la investigación posibilitó una lectura interpretativa del fenómeno estudiado, evidenciando cómo la dirección gráfica influyó en la forma en que los adolescentes percibieron, procesaron y otorgaron significado a los contenidos audiovisuales de formato corto.

4.2. Diseño metodológico

El estudio se desarrolló bajo un diseño cualitativo de carácter exploratorio, orientado a comprender en profundidad la relación entre la sobreestimulación del diseño audiovisual de formato corto y los procesos de atención en adolescentes. Este enfoque permitió abordar el fenómeno desde una perspectiva interpretativa, priorizando la comprensión de significados, percepciones y experiencias subjetivas de los participantes en su contexto natural de consumo digital.

Se optó por este diseño debido a la necesidad de analizar un problema emergente dentro del campo del diseño gráfico y audiovisual, cuya articulación específica con los procesos atencionales aún presenta vacíos conceptuales y empíricos. En coherencia con los objetivos planteados en la investigación , el enfoque cualitativo posibilita explorar la dimensión estética, emocional y cognitiva del fenómeno sin reducirlo a variables cuantificables.

Este diseño resultó adecuado porque se centró en un grupo reducido de participantes, lo que permitió profundizar en sus discursos, interpretaciones y comportamientos frente a contenidos audiovisuales de corta duración. La selección intencional de adolescentes facilitó el acceso a relatos detallados sobre sus hábitos de consumo, sus percepciones respecto a la saturación visual y los cambios percibidos en su capacidad de atención.

Al trabajar con un número acotado de casos, fue posible realizar un análisis comprensivo y contextualizado, identificando patrones comunes y matices individuales en la experiencia atencional. De este modo, el estudio prioriza la riqueza descriptiva y la densidad interpretativa por encima de la generalización estadística, coherente con el propósito analítico definido en la investigación .

Para la recolección de datos se emplearon dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas y observación con enfoque de etnografía ligera. Las entrevistas semiestructuradas permitieron guiar la conversación mediante categorías previamente definidas —como elementos de dirección gráfica, percepción emocional y atención sostenida—, manteniendo al mismo tiempo flexibilidad para profundizar en emergentes discursivos relevantes.

Por su parte, la observación se aplicó durante sesiones de consumo de microcontenidos, registrando comportamientos como cambios de postura, tiempos de permanencia, reacciones inmediatas y niveles de distracción. La combinación de ambas técnicas favoreció la triangulación de información, integrando el relato verbal de los adolescentes con su comportamiento observable frente a estímulos visuales sobreestimulados, fortaleciendo así la consistencia y credibilidad del análisis cualitativo.

4.3. Participantes o casos de estudio

Para llevar a cabo esta investigación, se seleccionaron y entrevistaron a tres personas con perfiles muy específicos dentro del ecosistema digital actual. El primer participante fue un Director de Arte y Experiencia Digital de entre 35 y 40 años, especializado en formatos cortos, quien generaba contenidos de alto impacto mediante el uso de cortes rápidos, colores vibrantes y subtítulos dinámicos.

El segundo perfil correspondió a un creador de contenido con una comunidad activa de entre 20 y 25 años, el cual experimentaba de primera mano la fragilidad de los vínculos y la forma en que la estética condiciona la lealtad de sus seguidores. Finalmente, se entrevistó a un usuario intensivo de la Generación Alfa de entre 12 y 17 años, un adolecente con más de cuatro horas diarias en TikTok e Instagram, que aportó su perspectiva directa sobre el consumo digital.

La selección de estos tres individuos se justificó plenamente porque permitieron analizar el fenómeno de la sobreestimulación audiovisual desde la creación técnica, la exposición pública y la recepción del espectador. El director de arte brindó la visión fundamental desde la dirección gráfica y explicó detalladamente cómo el comportamiento digital dictaba la estructuración de los estímulos visuales para captar la atención.

También, el influenciador resultó ser un perfil pertinente para validar el impacto emocional del diseño, demostrando cómo este exceso estético afectaba directamente la retención y la empatía de su audiencia. Para cerrar, el joven universitario fue el sujeto idóneo para evaluar la experiencia de usuario, ya que evidenció los efectos prácticos en los procesos de atención al confirmar episodios de ansiedad visual y las dificultades para recordar la calidad gráfica entre tanto ruido pasivo.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información se diseñó una guía de entrevista semiestructurada compuesta por preguntas abiertas, orientadas a explorar las percepciones, experiencias y valoraciones de los participantes respecto a la sobreestimulación en el diseño de contenidos audiovisuales digitales de formato corto y su relación con los procesos de atención. Este instrumento permitió indagar de manera flexible en aspectos vinculados al uso del color, el movimiento, la tipografía y el ritmo visual, favoreciendo respuestas amplias y reflexivas.

La estructura de la guía consideró distintos perfiles de participantes, lo que permitió recoger perspectivas técnicas, creativas y experienciales sobre el fenómeno analizado. De esta manera, el instrumento facilitó una comprensión más integral del problema, al integrar diferentes miradas sobre la relación entre dirección gráfica, estimulación visual y atención en el consumo de contenidos digitales.

La validez de contenido del instrumento fue evaluada por Héctor David Ampuero Quezada, quien realizó una revisión especializada considerando los criterios de claridad, pertinencia y coherencia de cada una de las preguntas formuladas. Este proceso permitió verificar la adecuada alineación del instrumento con los objetivos de la investigación y con el problema planteado.

A partir de sus observaciones, se realizaron ajustes en la redacción y organización de las preguntas. Estas modificaciones permitieron garantizar que el instrumento fuera comprensible para los participantes y pertinente para la obtención de información relevante para el estudio.

De manera complementaria, se empleó la técnica de observación directa con enfoque etnográfico, con el propósito de registrar comportamientos, interacciones y

elementos visuales relevantes durante el consumo de contenidos audiovisuales digitales de formato corto. Esta estrategia permitió identificar patrones de atención, así como reacciones frente a estímulos visuales intensos en el entorno de las plataformas digitales.

Los registros obtenidos contribuyeron a enriquecer el análisis cualitativo del fenómeno estudiado. De este modo, la observación facilitó una comprensión más amplia de la relación entre la dirección gráfica y los procesos de atención en los adolescentes durante el consumo de contenidos digitales.

4.5. Procedimiento

En primer lugar, se definió el problema de investigación y se precisaron el objetivo general y los objetivos específicos, con el propósito de delimitar el análisis de la sobreestimulación visual desde la dirección gráfica y su relación con los procesos de atención en adolescentes. Con esa base, se elaboró una guía de entrevista semiestructurada organizada por ejes temáticos (recursos gráficos, experiencia de consumo, atención percibida y respuesta emocional), asegurando coherencia con las preguntas y proposiciones del estudio.

Posteriormente, se realizó la selección y contacto de los participantes mediante criterios intencionales, y se gestionó el consentimiento informado para garantizar una participación voluntaria y ética durante todo el proceso. Se aplicaron las entrevistas a los tres perfiles definidos, ajustando el formato de aplicación según las condiciones de acceso. La entrevista del perfil 3 se desarrolló de forma oral y fue grabada para conservar la riqueza del discurso y las inflexiones comunicativas, mientras que los perfiles 1 y 2 respondieron la guía mediante Google Forms, manteniendo las mismas preguntas para asegurar comparabilidad entre casos.

De manera complementaria, se realizó la observación en contexto durante momentos de consumo de micro contenidos audiovisuales, registrando notas de campo sobre conductas relevantes (cambios de foco, pausas, reacciones inmediatas, distracciones y patrones de interacción), así como imágenes de apoyo cuando correspondió.

Finalmente, se procedió a la transcripción y organización de la información recolectada, integrando las respuestas de los formularios, el audio de la entrevista grabada y los registros de observación en un corpus ordenado por participante y técnica. Con el material sistematizado, se efectuó una codificación temática para identificar categorías, recurrencias y patrones interpretativos en los discursos y comportamientos, vinculados con los elementos de dirección gráfica analizados.

A partir de esta codificación, se redactaron los resultados, conectándose de manera explícita con los objetivos y las proposiciones de la investigación, de modo que el análisis refleja cómo los adolescentes percibieron la saturación visual y cómo asociaron dicha experiencia con su atención sostenida y su procesamiento del contenido.

Capítulo V: Resultados

5.1. Estimulación visual como mecanismo de captura atencional

A partir del análisis de las tres entrevistas, la categoría evidenció que los recursos gráficos —como el movimiento, el color y el ritmo de edición— funcionan como detonadores inmediatos de la atención en los primeros segundos de exposición al contenido. Desde la perspectiva del Director de Arte, estos elementos no actúan como simples recursos estéticos, sino como una estructura estratégica de retención. En este sentido, señala que “cada cambio de plano actúa como un ‘reinicio’ de la atención del espectador”, lo que convierte al diseño gráfico en una herramienta de persuasión orientada a mantener la atención inicial.

Esta interpretación se vincula directamente con el objetivo de la investigación, al evidenciar que la sobreestimulación visual se emplea de manera consciente para evitar el abandono temprano del contenido. De este modo, los estímulos sensoriales de alto impacto se configuran como mecanismos estratégicos que buscan asegurar la permanencia del espectador antes de que se desarrolle plenamente la narrativa del video.

Los resultados evidenciaron una tensión entre la retención inmediata y la profundidad del procesamiento cognitivo. El especialista entrevistado señaló que la alta densidad de estímulos visuales produce una “retención hipnótica” basada en el movimiento y el color, lo que puede afectar la comprensión del mensaje. En sus palabras, “el cerebro reacciona al movimiento y al color sin llegar a codificar el contenido subyacente”.

Esta interpretación se relaciona con la problemática central del estudio, ya que sugiere que la estimulación visual no solo capta la atención, sino que también puede

fragmentarla, priorizando la permanencia en pantalla sobre la construcción de significado. En consecuencia, la categoría permite comprender que el diseño de alto impacto opera como un mecanismo de secuestro atencional más que como un recurso que favorezca el aprendizaje o la reflexión.

Desde la perspectiva del creador de contenido y del adolescente usuario intensivo, se evidenció que la estimulación visual no siempre constituye el principal factor de conexión, aunque sí influye en el ritmo de consumo. El creador afirmó que “la estética puede reforzar el mensaje, pero no lo sustituye”, destacando que la atención se mantiene cuando el contenido resulta comprensible y relevante.

Por su parte, el adolescente señaló que prefiere videos rápidos porque “ya estoy acostumbrado al ritmo rápido” y reconoció que cuando hay “demasiadas cosas en pantalla me distraigo rápido”. Estas afirmaciones muestran que la captura atencional ocurre inicialmente mediante estímulos visuales, pero la permanencia depende del interés temático y de la claridad del mensaje, lo que refuerza la idea de la estimulación visual como un mecanismo de entrada más que como garantía de comprensión profunda.

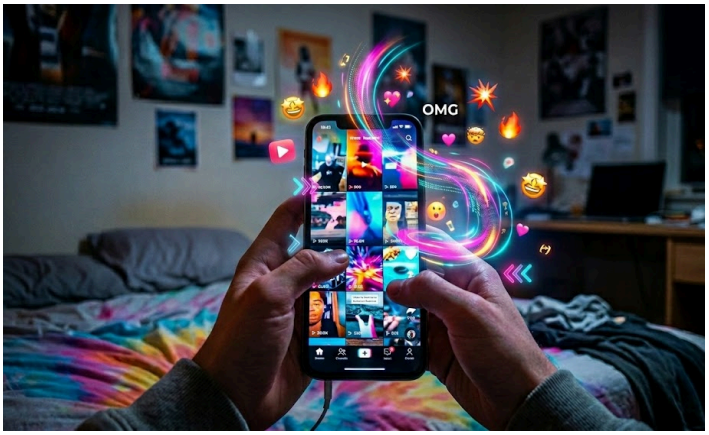
En la figura 1 se evidencia que el uso combinado de movimiento, color y ritmo visual se orienta a evitar el abandono del video durante los primeros segundos de reproducción. La observación mostró que los contenidos analizados incorporan cambios rápidos de plano, contrastes cromáticos intensos y animaciones constantes como estrategia para interrumpir el desplazamiento automático del usuario dentro de la plataforma.

Estos recursos configuran una estructura visual diseñada para generar impacto inmediato y mantener al espectador en un estado de alerta sensorial. En conjunto, el

resultado observacional confirma que la estimulación visual funciona como un mecanismo técnico de captura atencional que prioriza la retención temprana del usuario frente a la construcción progresiva del mensaje.

Figura 1

Ejemplo de estrategias de diseño multimedia basadas en color, movimiento, ritmo y jerarquía visual para retener atención.



Nota. Imagen generada por IA

5.2. Fragmentación de la atención y el consumo acelerado

A partir del análisis de las tres entrevistas, la categoría Fragmentación de la atención y el consumo acelerado **e**videnció que el diseño audiovisual contemporáneo no solo busca captar la atención, sino administrarse en intervalos breves y sucesivos mediante estímulos constantes. Desde la perspectiva del Director de Arte, la fragmentación es una estrategia consciente: “cada cambio de plano actúa como un ‘reinicio’ de la atención del espectador” y el montaje vertiginoso funciona como una “arquitectura de retención”.

Esto implica que la narrativa tradicional es sustituida por una estructura de impactos sucesivos que mantienen al cerebro en estado de alerta. Esta afirmación se vincula directamente con el objetivo general del estudio , ya que demuestra que la dirección gráfica interviene activamente en la modulación de los procesos atencionales del adolescente, favoreciendo un consumo dinámico y discontinuo.

Asimismo, los resultados mostraron que esta fragmentación tiene implicancias en la profundidad del procesamiento cognitivo. El especialista indicó que la alta densidad de estímulos puede generar una "retención hipnótica" donde "el cerebro reacciona al movimiento y al color sin llegar a codificar el contenido subyacente". Esta idea se conecta con la proposición específica que plantea que la saturación visual puede disminuir la atención sostenida , ya que sugiere que la estimulación permanente fragmenta el foco atencional y dificulta la consolidación del mensaje.

En este sentido, la sobreestimulación no sólo acelera el ritmo de consumo, sino que configura la forma en que el contenido es procesado, privilegiando la permanencia en pantalla sobre la elaboración reflexiva. Desde la voz del creador de contenido y del adolescente usuario intensivo, se identificó que el consumo acelerado está normalizado como parte de la experiencia digital. El creador señaló que los vínculos suelen ser "más momentáneos que profundos" y que el entorno favorece "la búsqueda constante de nuevos estímulos", lo que confirma la naturaleza efímera de la interacción.

Por su parte, el adolescente afirmó que le cuesta ver videos largos "porque ya estoy acostumbrado al ritmo rápido" y reconoció que a veces observa "muchos seguidos sin pensar mucho en cada uno". Estas citas evidencian que la fragmentación no sólo se produce a nivel del diseño, sino también en los hábitos de recepción, donde la atención

se distribuye en secuencias breves y acumulativas que dificultan la concentración prolongada.

En la figura 2 se evidencia que la interfaz visual observada está compuesta por múltiples microcontenidos superpuestos, con colores saturados, subtítulos dinámicos, métricas visibles y elementos interactivos que compiten simultáneamente por la mirada del usuario. La observación permitió identificar cambios constantes de foco visual, permanencias breves en cada estímulo y una lectura no lineal del contenido.

Esta acumulación de estímulos configura un entorno de alta densidad gráfica que favorece una atención intermitente y acelerada, coherente con los discursos recogidos en las entrevistas. En conjunto, el resultado observacional confirma que la dirección gráfica contemporánea contribuye a estructurar un patrón de consumo fragmentado, donde la estimulación continua desplaza la profundidad narrativa en favor de la inmediatez sensorial.

Figura 2

Pérdida total de autocontrol y atención fragmentada.



Nota. Imagen generada por IA

5.3. Tensión entre impacto estético y comprensión del mensaje

La categoría "Tensión entre impacto estético y comprensión del mensaje" emerge como el núcleo del conflicto en la dirección gráfica de formatos cortos, donde la necesidad de retención inmediata colisiona frecuentemente con la profundidad cognitiva. Los testimonios reflejan que el diseño visual intensivo no funciona por sí mismo como una herramienta pedagógica, sino como un mecanismo de secuestro atencional que prioriza el tiempo de permanencia sobre el aprendizaje real.

Como señaló el Director de Arte en la entrevista, aunque se busca retener la mirada, la composición debe evitar que el espectador realice *"un esfuerzo interpretativo adicional"* para comprender el mensaje central, evidenciando que el impacto estético debe ser funcional y no solo ornamental.

Esta tensión se manifiesta de manera crítica en la relación entre los elementos gráficos y la carga semántica del contenido, donde la saturación de estímulos puede anular la capacidad de reflexión. Los datos sugieren que existe un punto de quiebre donde la dirección gráfica deja de guiar la atención y comienza a generar fatiga cognitiva, dificultando la conexión emocional profunda con temas complejos.

En palabras del especialista en UX, *"cuando el recurso deja de construir identidad y empieza a compensar una debilidad de claridad o atención"*, se pierde la capacidad de transmitir mensajes profundos, convirtiendo al video en un estímulo puramente sensorial que no logra consolidarse en la memoria a largo plazo.

Finalmente, la perspectiva del consumidor final —el usuario "Heavy User"— valida que la sobreestimulación visual tiene límites funcionales claros en la experiencia de usuario. Si bien la estética llamativa es el punto de entrada para capturar la atención

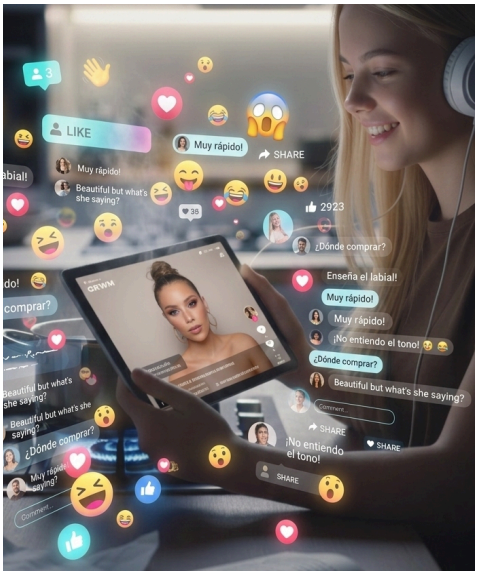
inicial, la recordación del mensaje depende de la jerarquía visual y no de la cantidad de elementos en pantalla. El usuario adolescente reconoció explícitamente que *"si hay demasiadas cosas en pantalla me distraigo rápido"*, lo que demuestra que un diseño visual intensivo sin una estructura clara resulta en una experiencia efímera que prioriza el impacto estético sobre la comprensión y el vínculo afectivo genuino.

En la figura 3 se evidencia, a través de la observación descriptiva de sesiones de consumo digital, cómo la jerarquía visual determina la efectividad de la "Tensión entre impacto estético y comprensión del mensaje". Se registró que en los videos donde los elementos gráficos (subtítulos dinámicos y emojis) competían por el espacio con el sujeto principal, la velocidad de *scroll* aumentaba drásticamente tras los primeros dos segundos, indicando un fallo en la comprensión profunda.

Por el contrario, en las piezas que utilizaban el movimiento rápido solo para resaltar puntos clave, el usuario sostenía la mirada y mostraba microexpresiones de interés, sugiriendo que el impacto estético logra su objetivo comunicativo únicamente cuando está subordinado a una jerarquía clara que facilita el procesamiento de la información.

Figura 3

Ejemplo de conexión emocional mediante un live interactivo



Nota. Imagen generada por IA

5.4. Fatiga visual y límites de la sobreestimulación

Esta categoría evidencia que la acumulación de estímulos visuales intensos puede superar la capacidad de procesamiento del adolescente, generando cansancio y rechazo. Según el director de arte entrevistado, cuando el movimiento y el color son excesivos se pierde la jerarquía informativa y disminuye la recordación del mensaje. Esto demuestra que la fatiga visual no solo es una molestia física, sino una señal de que el diseño deja de guiar la atención. En ese punto, la sobreestimulación se convierte en un límite del diseño audiovisual y debilita la experiencia comunicativa.

Estos resultados muestran que la sobrecarga perceptiva afecta la comprensión del contenido. El especialista indicó que la alta densidad de estímulos puede generar

una “retención hipnótica”, donde el espectador reacciona al estímulo pero no procesa el significado. Esto favorece un consumo superficial, con atención fragmentada y saturación de la memoria de trabajo. Como consecuencia, la sobreestimulación prioriza la permanencia en pantalla antes que el aprendizaje o la reflexión.

Los testimonios indican que reducir estímulos visuales no necesariamente disminuye la interacción si el mensaje es relevante. El creador de contenido afirmó que los usuarios permanecen cuando el tema es interesante, incluso con una edición simple. De forma similar, el adolescente entrevistado señaló que los efectos y subtítulos en movimiento pueden cansarlo o distraerlo. Esto sugiere que la sobreestimulación puede convertirse en un factor de distracción y agotamiento preceptivo.

La figura 4 muestra a un adolescente cansado que continúa usando su teléfono durante la noche, iluminado por la pantalla. Su postura y expresión reflejan fatiga y una atención sostenida hacia el estímulo visual. La escena confirma los resultados de las entrevistas sobre el cansancio ocular y la dificultad para desconectarse. De esta manera, representa el límite de la saturación visual, donde el usuario sigue consumiendo contenido por inercia perceptiva más que por interés consciente.

Figura 4

Ejemplo de sobreestimulación visual generando distracción



Nota. Imagen generada por IA

5.5. Construcción del vínculo emocional en formatos breves (diferencia entre conexión superficial y conexión significativa con el contenido o el creador).

La categoría de construcción del vínculo emocional expone la tensión estructural entre lograr una retención inmediata —de naturaleza puramente sensorial— y forjar una relación genuina y duradera con el contenido. Desde la perspectiva técnica, el Director de Arte (Perfil 1) advierte que el diseño visual intensivo funciona frecuentemente como un "mecanismo de secuestro atencional", el cual prioriza las métricas de permanencia y desplaza la comprensión real por "una experiencia puramente estética y efímera".

Esta dinámica de conexión superficial se refleja claramente en el comportamiento del usuario adolescente de la Generación Alfa (Perfil 3), quien reconoce estar "acostumbrado al ritmo rápido" y admite que si los videos son lentos "se pierde un poco el entretenimiento". Sin embargo, el mismo usuario confiesa que a menudo ve múltiples videos seguidos "sin pensar mucho en cada uno", lo que evidencia un consumo reactivo y anestesiado que asegura la retención inicial, pero que rara vez decanta en un vínculo cognitivo o afectivo a largo plazo.

Para transitar de esta interacción superficial a una conexión significativa, el análisis revela que la autenticidad narrativa debe prevalecer sobre la sobreestimulación visual. El creador de contenido (Perfil 2) señala que si bien la edición dinámica debe reforzar la identidad del emisor, "cuando se busca una perfección visual excesiva, se corre el riesgo de parecer artificial o distante", levantando una barrera emocional con la audiencia.

Esta apreciación técnica encuentra eco en la percepción del usuario adolescente (Perfil 3), quien, a pesar de su preferencia por la velocidad de los cortes, valora

profundamente la autenticidad humana al afirmar: "Prefiero a los que hablan natural, se siente más real aunque estén muy editados". De este modo, se constata que el vínculo profundo no emerge de la saturación de los recursos gráficos por sí mismos, sino cuando el diseño actúa como un facilitador transparente de un mensaje claro, cercano y genuino, sin opacar al emisor.

En consecuencia, la consolidación de un vínculo emocional significativo en el entorno digital exige una dirección gráfica estratégica que sepa equilibrar el impacto inicial con los espacios necesarios para la asimilación del mensaje. El experto en Experiencia Digital (Perfil 1) sostiene que el diseño puede trascender la mera retención táctica mediante "la implementación de 'pausas estratégicas'", creando "breves silencios visuales" que permiten al espectador procesar la información y dejar que la carga emocional se instale de manera efectiva.

Esto es corroborado empíricamente por el creador (Perfil 2), quien asegura que "cuando se disminuye el uso de estímulos visuales de alto impacto, la interacción puede mantenerse estable si el contenido es sólido". Así, la atención del adolescente logra anclarse cuando la forma gráfica protege al fondo narrativo en lugar de devorarlo, transformando el impacto sensorial efímero en una resonancia emocional con propósito.

En la figura 5 se evidencia una representación visual contundente que materializa el concepto de atención sostenida en un entorno de intimidad digital. La composición, focalizada en el rostro del adolescente e intensificada por el efecto de claroscuro derivado de la pantalla como única fuente de luz, elimina de forma efectiva las distracciones simbólicas del entorno físico (pósters y objetos personales).

Esta reconfiguración lumínica, sumada a la postura de recogimiento corporal y a la mirada fija y absorta, demuestra cómo la interacción puede trascender el acto

mecánico del *scroll* pasivo. Al acercar el dispositivo con ambas manos, el sujeto manifiesta una apropiación consciente y una resonancia personal con el contenido o el creador, transformando un formato breve en un espacio de conexión íntima y significativa que logra anclar la atención en medio del ruido digital.

Figura 5

Ejemplo de retención y aislamiento visual en adolescentes



Nota. Imagen generada por IA

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos de esta investigación confirman que la estimulación visual funciona como un mecanismo de captura atencional en los primeros segundos de exposición al contenido. En este sentido, recursos de dirección gráfica como el movimiento, el color y el ritmo de edición actúan como detonadores inmediatos de la atención, evidenciando que la sobreestimulación visual se emplea como una estrategia intencional de retención. Esta interpretación coincide con estudios que señalan que la integración de estímulos visuales intensos incrementa la captación inicial del espectador, aunque también influye en la forma en que la información es procesada cognitivamente (Praveen & Srinivasan, 2022).

Asimismo, los resultados se alinean con investigaciones que sostienen que las plataformas digitales utilizan estructuras visuales dinámicas para capturar y fragmentar la concentración del usuario dentro de la denominada “crisis de atención” en entornos digitales (Liu, 2019). Sin embargo, los testimonios también evidencian una tensión entre retención inmediata y comprensión profunda, lo cual coincide con la evidencia que indica que la complejidad visual puede generar sobrecarga cognitiva y limitar la codificación del contenido significativo (Shepherd & Kidd, 2024).

Este hallazgo se conecta directamente con los objetivos de la investigación al permitir identificar los elementos de dirección gráfica que configuran la sobreestimulación visual y analizar cómo estos influyen en la experiencia atencional de los adolescentes. En particular, los resultados responden al primer objetivo específico al evidenciar que recursos como los cortes rápidos, los contrastes cromáticos intensos y las animaciones constantes son utilizados estratégicamente para captar y retener la atención

en los primeros segundos del contenido . Asimismo, la interpretación obtenida contribuye al tercer objetivo específico al mostrar que la exposición reiterada a estos estímulos favorece patrones de consumo acelerado y atención fragmentada, fenómeno ya identificado en investigaciones sobre microvideos y gratificación inmediata en adolescentes (Shashua, 2024; Tripath, 2019). De este modo, el análisis confirma la proposición de que la dirección gráfica en formatos audiovisuales breves no sólo cumple una función estética, sino que participa activamente en la configuración de los procesos atencionales dentro del ecosistema digital contemporáneo.

Los hallazgos de esta investigación confirman que el diseño visual intensivo en formatos cortos opera primordialmente como un mecanismo de secuestro atencional que sacrifica la profundidad cognitiva por el tiempo de permanencia. Esta interpretación coincide con lo planteado por Williams (2024), quien advierte que la sobrecarga de estímulos y la fragmentación del contenido en las interfaces digitales reducen la concentración sostenida y promueven hábitos de consumo dispersos.

Mientras los entrevistados señalan que el exceso de elementos anula la capacidad de reflexión, la literatura científica respalda esta postura al demostrar que una mayor captación visual no garantiza un aprendizaje más profundo debido a la saturación de la memoria de trabajo (Shepherd & Kidd, 2024). En consecuencia, los resultados corroboran la existencia de una crisis de atención donde la dirección gráfica, al buscar la inmediatez, desplaza el procesamiento de información hacia una experiencia puramente sensorial y efímera.

La interpretación de esta tensión entre el impacto estético y la claridad narrativa se conecta directamente con el objetivo de comprender cómo la dirección gráfica modula los procesos de atención en adolescentes. Se evidencia que la jerarquía visual es el factor determinante para transitar de una respuesta atencional instintiva a una comprensión del mensaje que fomente vínculos afectivos genuinos.

Según Rathnayake (2025), la exposición constante a contenidos altamente estimulantes altera la regulación atencional en etapas críticas de maduración neural, lo que explica por qué los usuarios "Heavy Users" reportan distracciones rápidas ante diseños carentes de estructura. Por lo tanto, el hallazgo subraya la responsabilidad ética del diseñador en la configuración de interfaces que, más allá de capturar el "scroll", faciliten una inmersión sensorial que no comprometa la integridad cognitiva del público joven (Marr, 2024).

La interpretación de los hallazgos revela que el diseño visual intensivo en formatos cortos actúa como un “secuestro atencional”, priorizando la métrica de permanencia por encima de la comprensión profunda. Este resultado coincide con la literatura revisada, que señala que una mayor captación visual no garantiza un aprendizaje efectivo, ya que los estímulos complejos pueden generar sobrecarga informativa (Shepherd & Kidd, 2024).

Mientras los expertos entrevistados indican que la saturación gráfica limita la capacidad de reflexión, diversos estudios confirman que la fragmentación del contenido reduce significativamente la concentración sostenida en los jóvenes (Williams, 2024). En consecuencia, se evidencia un conflicto estructural en el que la búsqueda de gratificación inmediata mediante una estética intensificada desplaza la posibilidad de un procesamiento cognitivo significativo (Guo, 2023).

La conexión de este hallazgo con los objetivos de la investigación permite determinar cómo la dirección gráfica condiciona la calidad de la atención y la formación de vínculos afectivos en adolescentes. Los datos demuestran que el impacto estético solo cumple su función comunicativa cuando está subordinado a una jerarquía clara, evitando el agotamiento que producen los entornos digitalmente saturados.

Según Rathnayake (2025), la exposición constante a microcontenidos altamente estimulantes altera la regulación atencional en etapas críticas del desarrollo neural, lo que explica la fatiga reportada por los usuarios en esta tesis. Por lo tanto, se cumple el objetivo de identificar que la sobreestimulación visual no es una herramienta pedagógica eficiente, sino un mecanismo que fomenta un consumo sensorial efímero que dificulta la conexión emocional profunda con el mensaje (Marr, 2024).

Los resultados de la investigación muestran que la sobreestimulación visual no constituye un recurso ilimitado para la retención, ya que presenta un límite funcional que puede derivar en fatiga sensorial y colapso informativo. Este hallazgo coincide con lo planteado por Abdalhadi et al. (2026), quienes señalan que la intensificación del flujo óptico y la complejidad visual en entornos digitales generan sobrecarga sensorial y malestar físico.

Además, los entrevistados relacionan la densidad de estímulos con una "retención hipnótica" carente de significado, la literatura advierte que esta saturación memética produce estados de disonancia y fatiga que dificultan el procesamiento profundo (Carlsson, 2026). En consecuencia, se confirma que el diseño audiovisual contemporáneo prioriza un procesamiento atencional de tipo *bottom-up* impulsado por el impacto visual, lo que puede agotar la capacidad de respuesta del adolescente frente al estímulo constante (Portugal, 2020).

La interpretación de estos hallazgos se relaciona con el objetivo de analizar cómo la dirección gráfica condiciona los procesos de atención y la salud cognitiva del público joven. Se observa que un diseño altamente estimulante no solo capta la atención, sino que también puede afectar negativamente la concentración y el procesamiento de la información en etapas clave de maduración neural (Rathnayake, 2025). Asimismo, la presencia de inercia perceptiva y agotamiento físico sugiere que las interfaces inmersivas están concebidas para fragmentar la concentración mediante una captura constante de la mirada (Liu, 2019).

Este vínculo entre fatiga visual y atención forzada plantea la necesidad de reflexionar sobre la responsabilidad ética de las decisiones gráficas para evitar posibles efectos cognitivos asociados a la sobreexposición (Yousef et al., 2025). En este sentido, los resultados permiten identificar los riesgos de la sobreestimulación y resaltan la importancia de una dirección gráfica orientada al bienestar atencional, más allá de la simple permanencia o retención métrica del usuario (CESA, 2025).

La interpretación de los hallazgos revela que el vínculo emocional en formatos cortos oscila entre un “secuestro atencional” de carácter efímero y una conexión significativa sustentada en la autenticidad narrativa. Este resultado coincide con lo planteado por Hoffner y Bond (2022), quienes señalan que el diseño y la presentación de los contenidos influyen directamente en la conexión emocional y en la construcción de identidad de los usuarios jóvenes.

De esta manera, los testimonios sugieren que la perfección visual excesiva puede percibirse como artificial, la literatura indica que las interfaces digitales están diseñadas para captar y fragmentar la atención mediante estrategias visuales inmersivas (Liu, 2019). En consecuencia, se confirma que la sobreestimulación visual favorece la

retención inicial, pero es la transparencia del diseño y la cercanía del emisor lo que posibilita una resonancia emocional con propósito (Marr, 2024).

La conexión de este hallazgo con los objetivos de la investigación permite identificar que la dirección gráfica debe equilibrar el impacto sensorial con "pausas estratégicas" que faciliten procesos de atención más profundos. Asimismo, se evidencia que la atención del adolescente se consolida cuando el diseño preserva el fondo narrativo, transformando el acto mecánico del *scroll* en una experiencia de conexión más consciente con el contenido.

En este sentido, Carlén et al. (2026) señalan que el uso intensivo de medios digitales influye en la construcción de emociones e identidad, lo que respalda la necesidad de analizar cómo los jóvenes perciben subjetivamente la sobreestimulación visual. Por ello, el hallazgo demuestra que el vínculo afectivo no surge de la saturación gráfica, sino de una dirección estratégica que favorezca el bienestar y la asimilación del mensaje durante etapas de maduración neural (Rathnayake, 2025).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

La investigación concluye que la sobreestimulación en el diseño de contenido audiovisual digital de formato corto, desde la dirección gráfica, se vincula directamente con la forma en que los adolescentes configuran sus procesos de atención. Los resultados muestran que los recursos gráficos intensivos funcionan como estrategias de captación atencional inmediata, priorizando la retención en los primeros segundos de exposición. No obstante, esta atracción inicial suele producirse en detrimento de la atención sostenida y del procesamiento cognitivo profundo, favoreciendo patrones de consumo acelerado y fragmentado en el entorno digital contemporáneo.

En relación con el primer objetivo específico, se concluye que la sobreestimulación visual en la dirección gráfica se configura principalmente mediante colores altamente saturados, contrastes cromáticos intensos, tipografías animadas, ritmo de edición acelerado, cortes rápidos y múltiples estímulos simultáneos en pantalla. Estos recursos se utilizan de forma estratégica para destacar el contenido y captar la atención del adolescente en entornos digitales de desplazamiento constante. Sin embargo, cuando se emplean sin una jerarquía visual clara, generan una alta densidad informativa que puede derivar en sobrecarga perceptiva.

En relación con el segundo objetivo específico, se identificó que los adolescentes perciben los recursos gráficos desde una dualidad: valoran su capacidad para generar impacto inmediato y dinamismo, pero también reconocen sensaciones de saturación, distracción y dificultad para profundizar en el mensaje. Los participantes señalan que la conexión emocional no depende únicamente de la intensidad visual, sino de una estructura gráfica que integre pausas estratégicas, claridad narrativa y coherencia

compositiva. Por ello, aunque la sobreestimulación genera una respuesta sensorial rápida, no asegura una conexión afectiva significativa con el contenido.

Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico, se concluye que la exposición reiterada a estrategias de saturación visual se asocia con cambios percibidos en la regulación atencional, manifestados en menor tolerancia a contenidos de ritmo pausado, dificultad para sostener la concentración y tendencia al consumo fragmentado.

Asimismo, se evidenció que el diseño altamente estimulante puede derivar en fatiga sensorial y agotamiento cognitivo cuando excede un umbral funcional. En consecuencia, la investigación subraya la necesidad de replantear la dirección gráfica en formatos cortos desde una perspectiva ética y preventiva, promoviendo propuestas visuales que equilibren impacto, comprensión y bienestar atencional en etapas críticas del desarrollo adolescente.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

A partir de los resultados obtenidos, se recomienda que los profesionales de la dirección gráfica y el diseño audiovisual incorporen criterios de jerarquía visual y pausas estratégicas al desarrollar contenidos breves dirigidos a adolescentes. De este modo, se busca equilibrar el impacto sensorial con estructuras narrativas claras que faciliten la comprensión progresiva del mensaje y reduzcan la sobrecarga perceptiva.

Asimismo, se sugiere priorizar composiciones que organicen adecuadamente los estímulos visuales, regulen el ritmo de edición y controlen la intensidad cromática para evitar la saturación de recursos gráficos. Finalmente, se plantea integrar una perspectiva ética en el proceso creativo, considerando el bienestar atencional y el desarrollo

cognitivo del público joven más allá de indicadores de permanencia o retención inmediata.

Para futuras investigaciones, se propone ampliar el estudio mediante metodologías mixtas que integren la percepción subjetiva con mediciones experimentales de atención sostenida, carga cognitiva y respuesta emocional. Asimismo, sería pertinente analizar comparativamente distintos niveles de estimulación gráfica con el fin de identificar el límite entre un impacto comunicativo efectivo y la posible sobrecarga sensorial.

De igual manera, se recomienda profundizar en variables como la edad, la intensidad del uso digital (usuarios intensivos frente a moderados) y los contextos educativos, para comprender diferencias en la regulación de la atención y en la construcción de significado. Estas líneas de análisis contribuirían a fortalecer un marco teórico-aplicado que oriente el diseño audiovisual hacia propuestas más sostenibles y pedagógicamente adecuadas al desarrollo adolescente.

Referencias

Abdalhadi, A., Alqahtani, A., Alotaibi, S., & Alghamdi, S. (2026). Enhancing user experience in virtual reality through optical flow simplification with the help of physiological measurements: Pilot study. *Sensors, 26*(2), 610. https://doi.org/10.3390/s26020610 (mdpi.com)

Alrawashdeh, G. S. (2024). Technology and digital media's impact on attention span in teenagers and young adults. *SSRN Electronic Journal.* https://doi.org/10.2139/ssrn.4872178 (sciencedirect.com)

Carlén, K., Nordström, S., Wilhsson, M., Larsson, V., Knez, R., Haglund, K., Eriksson, I., & Larsson, M. (2026). Digital media use—a magnifying glass for mental health in adolescents: A qualitative systematic review. *BMC Digital Health, 4*, 3. https://doi.org/10.1186/s44247-026-00238-z (researchgate.net)

Chakravarty, K., & Chowdhury, S. (2025). Reelity or reality: A scoping review on the effects of short form social media content on adolescents. *Journal of Developmental Psychology.* https://journals.dbuniversity.ac.in/ojs/index.php/jdp/article/view/4406 (journals.dbuniversity.ac.in)

Chen, Y., Li, M., Guo, F., & Wang, X. (2023). The effect of short-form video addiction on users' attention. *Behaviour & Information Technology, 42*(16), 2893–2910. https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2151512 (ideas.repec.org)

Chopra, R., Saha, K., Ghosh, S., & De Choudhury, M. (2024). Social media distractions alter behavioral and neural patterns to global–local attention: The moderating role of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 149*, 108258.

https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563224001262?via%3Dihub

Chowdhury Primon, M. A. (2025). Emotionally intelligent user interfaces of social media: The role of emotional intelligence in user interface design and UX pattern of social media on human behaviour. *Advances in Computer and Information Sciences, 13*(3), 63–68. https://doi.org/10.11648/j.acis.20251303.12 (sciencepublishinggroup.com)

Cortés-Quesada, J. A., & Vizcaíno-Verdú, A. (2025). Consumo fragmentado de marcas en TikTok: El impacto de la publicidad en la generación Alfa. *Revista de Comunicación, 24*(1), 109–125. https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3659 (reunir.unir.net)

de Sousa Lima, J. L., Cavalcante, A. M. O., Chagas, A. K. O., Leite, G. O., & Campos, A. R. (2021). Audiovisual overstimulation in childhood and adolescence promotes hyperactive behaviour in adult mice. *Physiology & Behavior, 233*, 113348. https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2021.113348 (sciencedirect.com)

Dong, Y. (2025). Overview of emotional design in social media. In *Proceedings of the 2024 International Conference on Social Sciences and Educational Development (ICOSSED 2024)* (pp. 786–793). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-382-5_77 (atlantis-press.com)

Fahim, T. (2022). Visual communication and digital media: Exploring the science behind visual communication in digital age. *Arcada University of Applied Sciences.* https://www.theseus.fi/handle/10024/788597 (theseus.fi)

Fernández-Martín, A., Campo, S., Gutiérrez-Tano, D., & Díaz-Armas, R. J. (2026). Optimizing online hotel ads: The role of emotional and experiential images and banner

placement in capturing visual attention. *International Journal of Hospitality Management, 132*, 104361. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104361 (sciencedirect.com)

Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (2017). Parasocial interactions and relationships in early adolescence. *Frontiers in Psychology, 8*, 255. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00255 (frontiersin.org)

Guo, P., & Omar, B. (2023). Researching earthy short-form videos: Theories and perspectives. *Journal of Namibian Studies, 34*. https://www.researchgate.net/publication/373162942_Researching_Earthy_Short-form_Videos_Theories_and_Perspectives

Head, K. R. (2025). Short-form video use and sustained attention: A narrative review (2019–2025). *International Journal of Community Empowerment & Society Administration, 2*(4), 60–67. https://www.espjournals.org/IJCESA/ijcesa-v2i4p108 (espjournals.org)

Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, and well-being. *Current Opinion in Psychology, 45*, 101306. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306 (pubmed.ncbi.nlm.nih.gov)

Huang, Q., Lei, S., & Chen, Z. (2025). Parasocial interaction and problematic use of short-form video applications: Unveiling the mediating mechanism. *Frontiers in Psychology, 16*, 1584685. https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2025.1584685/full

Jain, A. (2025). The impact of screen time on the overall development of students at the elementary level. *The Research Dialogue, 4*(1). https://theresearchdialogue.com/wp-content/uploads/2025/05/14.-Dr.-Aditi-Jain.pdf (theresearchdialogue.com)

Kumar, S., & Thankachan, J. (2025). Aesthetic of consumption: A review of sensory branding and visual semiotics in consumer experience. *ACR Journal, 5*, 1068–1083. https://acr-journal.com/article/aesthetic-of-consumption-a-review-of-sensory-branding-and-visual-semiotics-in-consumer-experience-1787 (Advances in Consumer Research)

Li, T., Liu, H., Hu, R., & Liu, X. (2025). Research insights on "problematic use of short video": A comprehensive review exploration in psychological context. *Addiction Biology, 30*(11), e70082. https://doi.org/10.1111/adb.70082 (researchgate.net)

Liu, K. M. (2019). The attention crisis of digital interfaces and how to consume media more mindfully. *Scripps Senior Theses, 1251.* Scripps College. https://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/1251 (scholarship.claremont.edu)

Lotun, S. (2022). Social media for social good: Understanding, creating, and harnessing the strength of parasocial relationships. *University of Essex.* https://repository.essex.ac.uk/33077/ (repository.essex.ac.uk)

Martin, F., Long, S., Haywood, K., & Xie, K. (2025). Digital distractions in education: A systematic review of research on causes, consequences and prevention strategies. *Educational Technology Research and Development, 73*, 3423–3451. https://doi.org/10.1007/s11423-025-10550-6 (link.springer.com)

Martin, F., Rivera Hernández, F., Monje Ojeda, G., & Ayancán Hijerra, Y. (2021). Exploring the factors in student's retention of e-learning mathematics: A case of Grade

12 senior high school students at the University of Perpetual Help System–Pueblo de Panay Campus. *Global Journal of Human-Social Science: H Interdisciplinary, 21*(7). http://journal.wcu.edu.az/uploads/files/0123.pdf (globaljournals.org)

Mona, A. E. (2026). Short video addiction and its impact on cognitive functioning in adolescents and youth: A systematic review. *International Journal of Adolescence and Youth.* https://doi.org/10.1080/02673843.2026.2623337 (tandfonline.com)

Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. (2021). The psychology of TikTok use: A first glimpse. *Frontiers in Public Health, 9*, 641673. https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2021.641673/full

Muda, I., Yusof, N., & Rahman, N. A. (2023). Digital storytelling in education: A systematic review. *Research in Education and Sustainable Innovation (RISE), 1*(1), 1–9. https://rise.teknologi.edu.my/index.php/journal/article/view/106/81

Ojell, H., Palohuhta, M., & Ferreira, J. M. (2023). A qualitative microanalysis of the immediate behavioural effects of mindfulness practices on students' self-regulation and attention. *Trends in Psychology, 31*(4), 641–664. https://doi.org/10.1007/s43076-023-00263-1 (link.springer.com)

Ojell, H., Rahman, M., & Karim, S. (2023). The impact of short video consumption on students' attention span and academic engagement. *Journal of Innovation in Social Sciences (JISS), 2*(1). https://dynamicjournal.my.id/index.php/JISS/article/view/8

Opara, E., Adalikwu, T. M., & Tolorunleke, C. A. (2025). The impact of TikTok's fast-paced content on attention span of students. *Preprints.* https://www.preprints.org/manuscript/202501.0269

Özbay, Ö. (2026). ‘Brain rot’ among university students in the digital age: A phenomenological study. *Current Psychiatry Reports, 28*(1), 11. https://doi.org/10.1007/s11920-025-01658-w (link.springer.com)

Patil, V., Sharma, R., & Gupta, A. (2025). Digital overstimulation and its psychological effects in adolescents: Implications for attention and cognitive processing. *SSRN Electronic Journal.* https://doi.org/10.2139/ssrn.5399417

Poles, A. (2025). Impact of social media usage on attention spans. *Psychology, 16*, 760–772. https://doi.org/10.4236/psych.2025.166042 (scirp.org)

Praveen, C. K., & Srinivasan, K. (2022). Psychological impact and influence of animation on viewer’s visual attention and cognition: A systematic literature review, open challenges, and future research directions. *Computational and Mathematical Methods in Medicine, 2022*, 8802542. https://doi.org/10.1155/2022/8802542

Rathnayake, H. G. M. D. (2025). Virtually illusionalised reality of mind: The cognitive effects of social media on youth. *Journal of Social Sciences – NISD, 3*(2), 113–138. https://doi.org/10.4038/jssnisd.v3i2.42 (researchgate.net)

Rodríguez, C. L., García-Jiménez, M., Massó-Guijarro, B., & Cruz-González, C. (2021). Digital storytelling in education: A systematic review of the literature. *Review of European Studies, 13*(2). https://doi.org/10.5539/res.v13n2p13 (ccsenet.org)

Saikia, A., & Mitra, R. K. (2025). A correlational study of young adults’ celebrity interactions. *International Journal of Indian Psychology, 13*(3). https://ijip.in/wp-content/uploads/2025/08/18.01.160.20251303.pdf (ijip.in)

Shepherd, S. S., & Kidd, C. (2024). Visual engagement is not synonymous with learning in young children. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society, 46.* https://escholarship.org/uc/item/0wz74769 (escholarship.org)

Sosa-Alonso, J. J., Sanabria-Mesa, A. L., & Bethencourt-Aguilar, A. (2026). Digital inevitability: Families and the transformation of early childhood education. *European Journal of Education, 61*(1). https://doi.org/10.1111/ejed.70424 (researchgate.net)

Su, B.-C., Wu, L.-W., Chang, Y.-Y.-C., & Hong, R.-H. (2021). Influencers on social media as references: Understanding the importance of parasocial relationships. *Sustainability, 13*(19), 10919. https://doi.org/10.3390/su131910919 (mdpi.com)

Toledo Rodríguez, M. A. (2024). Competencies and employability with graduates, Faculty of Business Sciences, Enrique Guzmán y Valle National University. *TPM – Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology.* https://tpmap.org/submission/index.php/tpm/article/view/2844 (tpmap.org)

Twenge, J. M. (2020). Generations, social media, and mental health: An overview. *Current Opinion in Psychology, 36*, 1–5. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352250X2030004X?via%3Dihu

Wigayha, C. K. (2025). Examining the influence of short-form video content creators on youth consumer behavior: A systematic review. *Journal of Interconnected Social Science (JISS), 4*(1). https://dynamicjournal.my.id/index.php/JISS/article/view/44 (dynamicjournal.my.id)

Williams, R. (2026). Decoding digital disorientation: A conceptual framework for navigating information overload in digital environments. *Journal of Documentation, 82*(7), 56–78. https://doi.org/10.1108/JD-09-2025-0276 (emerald.com)

Yousef, A. M. F., Alshamy, A., Tlili, A., & Metwally, A. H. S. (2025). Demystifying the new dilemma of brain rot in the digital era: A review. *Brain Sciences, 15*(3), 283. https://doi.org/10.3390/brainsci15030283 (mdpi.com)

Anexos

Anexo 1: Guía de entrevista

El presente formulario forma parte de la investigación titulada “La sobreestimulación del diseño de contenido audiovisual digital de formato corto desde la dirección gráfica y su relación con los procesos de atención en los adolescentes”. La participación en este estudio es totalmente voluntaria y usted puede retirarse en cualquier momento sin que ello genere consecuencias negativas. La información que se recoja será utilizada únicamente con fines académicos y se garantizará la confidencialidad de sus respuestas, evitando cualquier dato que permita identificarlo(a) personalmente.

Esta investigación tiene como finalidad comprender las percepciones y experiencias de los adolescentes frente al consumo de contenidos audiovisuales digitales de corta duración caracterizados por el uso de estímulos visuales intensos, como colores saturados, tipografías animadas y cambios rápidos de imagen. Al completar este formulario, usted declara haber leído la información brindada y acepta participar de manera libre e informada. Por favor, responda con un mínimo de 8 a 10 líneas (aproximadamente 150 palabras) para que podamos conocer su experiencia con mayor profundidad.

Perfil 1: Director de Arte y Experiencia Digital especializado en formatos cortos

Desde su experiencia técnica y creativa, ¿podría desglosar cuáles son los componentes específicos del lenguaje visual (color, movimiento, composición) que se consideran indispensables hoy en día para garantizar que un espectador no deslice el dedo hacia el siguiente video durante los primeros tres segundos de visualización?

Si analizamos la estructura rítmica del contenido actual en comparación con el de hace cinco años, ¿de qué manera el aumento en la velocidad de los cortes y la fragmentación del montaje reflejan una adaptación consciente de la dirección gráfica a la disminución de los umbrales de atención sostenida en el público adolescente?

En la producción de contenidos de formato corto, el uso de subtítulos cinéticos de alto contraste y paletas cromáticas saturadas es constante; en este sentido, ¿cómo determina usted el límite donde estas herramientas dejan de ser una elección artística y se convierten en necesidad funcional obligatoria para contrarrestar la distracción externa del usuario?

Desde la perspectiva de la eficacia comunicativa, ¿hasta qué punto considera que la densidad de estímulos visuales presentes en pantalla realmente facilita la comprensión profunda de la información, o es posible que este diseño visual intensivo funcione simplemente como un mecanismo de retención hipnótica que prioriza el tiempo de permanencia sobre el aprendizaje real?

Desde la dirección gráfica, ¿de qué manera el uso simultáneo de múltiples elementos visuales ha desplazado a la narrativa lineal tradicional, convirtiendo al estímulo estético en el conductor principal del mensaje?

En la edición, ¿la prioridad técnica es generar una respuesta sensorial inmediata para frenar el *scroll*, o existen estrategias gráficas concretas que logren esto sin sacrificar la profundidad emocional del contenido?

¿Qué criterios técnicos utilizan para identificar el límite exacto donde la saturación de efectos (color, movimiento) deja de retener y comienza a generar 'fatiga visual' o rechazo en la audiencia

¿De qué manera considera usted que la exposición constante a una dirección gráfica de alto impacto está reconfigurando las expectativas visuales del espectador, y en qué medida este fenómeno genera una resistencia o rechazo sistemático hacia contenidos cuyos ritmos narrativos y visuales son más pausados o contemplativos?

Ante la actual estandarización de estéticas visuales diseñadas para la retención inmediata (como el uso de cortes rápidos y saturación de estímulos), ¿qué desafíos identifica usted para la transmisión de mensajes que requieren reflexión profunda, y cómo cree que esta 'uniformidad visual' condiciona la capacidad del público para conectar emocionalmente con temas de mayor complejidad?

¿Cómo resuelves la tensión entre diseñar una estética visualmente 'agresiva' para ganar atención y la necesidad de mantener una identidad gráfica que transmita confianza y autoridad a largo plazo?

Perfil 2: Creador de contenido con una comunidad activa

Esta entrevista forma parte de una investigación sobre cómo el diseño de los contenidos audiovisuales de formato corto, como los que se publican en plataformas como TikTok o Instagram, se relaciona con la atención y la forma en que las audiencias interactúan con ellos. El objetivo es conocer la experiencia de los creadores de contenido y comprender cómo perciben la relación entre la estética visual, el mensaje y la conexión con su comunidad.

Su participación es completamente voluntaria y la información que comparta será utilizada únicamente con fines académicos dentro de esta investigación. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y no se utilizarán datos que permitan identificarlo

personalmente sin su consentimiento. Lo importante es conocer su experiencia y perspectiva como creador de contenido dentro del entorno digital actual.

¿Siente que su audiencia se conecta principalmente con su mensaje o con la estética de sus videos?

¿Ha notado cambios en la interacción cuando publica contenido visualmente más simple o menos editado?

¿Cómo percibe la lealtad de sus seguidores en un entorno donde el algoritmo prioriza el siguiente estímulo visual?

¿Te has visto en una situación donde tengas que modificar el mensaje original de tu video para hacerlo visualmente más atractivo según las métricas?

¿Considera que los vínculos con su audiencia son profundos o más momentáneos? ¿Por qué?

¿Siente presión por innovar visualmente de forma constante para mantener la atención de su comunidad?

¿Cree que la edición dinámica humaniza su marca personal o genera una imagen de perfección distante?

¿Qué diferencias observa entre comentarios que reflejan conexión real y aquellos más superficiales?

¿Qué ocurre con la interacción cuando se reduce el uso de estímulos visuales de alto impacto?

¿Cuál es su estrategia para generar un vínculo afectivo real dentro de un formato corto y altamente dinámico?

Perfil 3: Usuario intensivo de la generación alfa

Esta entrevista forma parte de una investigación sobre cómo los videos cortos de plataformas como TikTok o Instagram pueden influir en la atención de los adolescentes. El objetivo es conocer tu experiencia y opinión sobre este tipo de contenidos, especialmente sobre cómo se ven, cómo están editados y cómo te hacen sentir al verlos.

Tu participación es completamente voluntaria y tus respuestas serán utilizadas solo con fines académicos para esta investigación. La información será confidencial y no se mencionará ningún dato que permita identificarte. Lo importante es que respondas con sinceridad según tu experiencia al ver este tipo de videos.

Cuando abres TikTok o Instagram, ¿qué es lo primero que esperas encontrar?

Cuando ves videos cortos, ¿prefieres que sean rápidos o más tranquilos? ¿Por qué?

¿Qué hace que no saltes un video en los primeros segundos?

¿Te llaman más la atención los videos con muchos colores y efectos?

¿Te molesta cuando un video tiene demasiadas cosas pasando al mismo tiempo?

Después de ver muchos videos seguidos, ¿sientes cansancio en la vista o en la cabeza?

¿Sueles recordar el mensaje del video o solo que fue entretenido?

¿Te cuesta ver videos largos después de estar viendo videos cortos?

¿Prefieres videos con subtítulos grandes y en movimiento o simples?

¿Alguna vez sientes que pasas videos sin pensar mucho en lo que viste?

¿Qué tipo de videos te hacen quedarte mirando hasta el final?

Cuando un video es más simple y sin muchos efectos, ¿lo ves igual o lo saltas más rápido?

¿Sientes que necesitas que el video sea rápido para no aburrirte?

¿Te pasa que después de usar mucho el celular te cuesta concentrarte en tareas o estudiar?

¿Qué te gusta más: que el video sea divertido o que te enseñe algo?

¿Te distraes fácilmente cuando un video tiene muchos textos o animaciones?

¿Sientes que cada vez los videos tienen que ser más llamativos para que te gusten?

¿Alguna vez has sentido que ves muchos videos pero no recuerdas casi ninguno?

¿Prefieres creadores que hablen natural o los que editan mucho sus videos?

Si un video baja la velocidad o tiene pausas, ¿lo sigues viendo o cambias rápido?