ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Análisis comprensivo de técnica audiovisual en jóvenes de lima enfocado en la narrativa cinematográfica frente a la atención en plataformas digitales

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

PRESENTADA POR

Luis Angel Aguilar De La Cruz
DNI: 71237665, Perú

Imanol Alexander Esteban Coaguilla
DNI: 78005351, Perú

ASESOR

Martha Sofia Mercedes Millan Reyes
DNI: 76965994, Perú
ORCID: 0000-0002-2892-4921

JURADO

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

Lima, septiembre 2026

Tesis- Imanol y Luis.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614251045

Fecha de entrega
13 ago 2026, 11:45 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 6:32 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Tesis- Imanol y Luis.pdf

Tamaño del archivo
1.4 MB

38 páginas

7016 palabras

40.951 caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo incondicional, su sacrificio constante y por ser la inspiración diaria que me impulsó a culminar este objetivo. A mi familia y seres queridos, por su paciencia, motivación y fe en mí durante cada etapa de este camino.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a mi universidad y a cada uno de los docentes que formaron parte de mi aprendizaje, por compartir sus conocimientos y guiarnos en el desarrollo profesional.

Un reconocimiento especial a mi asesor(a) de tesis, por su tiempo, orientación metodológica y valiosas correcciones a lo largo de esta investigación.

Asimismo, expreso mi gratitud a los compañeros y amigos que me acompañaron en las jornadas de trabajo, compartiendo ideas y brindando su apoyo técnico y moral en todo momento. Por último, agradezco a todas las personas que de manera directa o indirecta facilitaron la información y recursos necesarios para hacer posible este proyecto.

Aparte de ello agradezco a mis compañeros de left 4 dead 2 como Pepón Lucían Nomascrack y Krissthofers por ayudarme en las normas APA y motivarnos en hacer el proyecto.

Finalmente, y no menos importante, a Carolina Emperatriz Aguilar de la Cruz, quien nos ayudó en la etapa de organización del documento y fue parte esencial por su experiencia, ayudándonos a que todo estuviera bien.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 1

II. Descripción de la innovación **1**

2.1 Planteamiento del Problema 1

2.2 Población beneficiaria 1

2.3 Objetivo(s) del proyecto 1

2.4 Marco referencial 1

2.5 Proceso creativo y experimentos 1

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 1

2.5.2 Información sobre el Mercado 1

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 1

2.5.4 Diseño de producto/servicio 1

2.5.5 Modelo de Negocio 1

2.5.6 Resultados esperados 1

2.5.7 Prototipos desarrollados 2

2.5.8 Experimentos 2

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 2

III. Estimación de costos **2**

3.1 Presupuesto 2

IV. Conclusiones y recomendaciones **2**

4.1 Conclusiones 2

4.2 Recomendaciones 2

V. Referencias Bibliográficas **2**

VI. Anexos **2**

6.1 Anexo 1 2

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....24
Tabla 2.....25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 5
Figura 2 6
Figura 3 10
Figura 4 11
Figura 5 16
Figura 6 16
Figura 7 17
Figura 8 18
Figura 9 22
Figura 10 23

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Análisis comprensivo de técnica audiovisual en jóvenes de lima enfocado en la narrativa cinematográfica frente a la atención en plataformas digitales

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación "**Análisis comprensivo de técnica audiovisual en jóvenes de lima enfocado en la narrativa cinematográfica frente a la atención en plataformas digitales**" se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Información y comunicaciones y busca resolver la creciente dificultad para captar y mantener la atención de las audiencias en un entorno saturado de contenido audiovisual de formato corto (scroll), el cual ha condicionado al público a evitar estructuras complejas y ha dificultado el desarrollo de historias con construcción previa, teniendo como población beneficiaria a los jóvenes de la nueva generación de entre 16 y 28 años."

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en un cortometraje/comercial anti-scrolling de 3 minutos, diseñado como una pieza audiovisual de estética cruda y cine de protesta con una narrativa enfocada en el impacto emocional y subconsciente, se trata de un(a) servicio y producto digital estratégico cuya mecánica interrumpe el trance del scroll mediante el impacto visual y sonoro para visibilizar la pérdida de tiempo, reducir la "ceguera" ante el hábito automático de deslizar la pantalla y

validar la frustración del espectador. Destaca el aspecto social y conductual, ya que motiva a la acción inmediata para soltar el dispositivo, propone una visión estética inspiradora fuera de lo comercial y fomenta un cambio social hacia el uso consciente de la tecnología, ayudando a recuperar el control de la atención y la paz mental.

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) consistentes en la producción de piezas audiovisuales piloto, trailers estructurados y comparativas de edición preparadas con antelación utilizando recursos de Micro-Storytelling para la ejecución de pruebas y testeos mediante entrevistas de profundidad con el público objetivo, evaluando de manera cualitativa y digital sus hábitos de consumo, picos de atención y la validación de ganchos visuales frente a formatos tradicionales y modernos.

Se concluye que la solución propuesta demuestra que fragmentar una mitología macro a través de estímulos y ganchos de micro atención ("unidades de recompensa rápida") permite retener el engagement juvenil en entornos saturados de entretenimiento scroll y se recomienda a los guionistas, directores y realizadores audiovisuales adoptar estas nuevas consideraciones técnicas sobre las capacidades de retención y comprensión del subtexto del espectador moderno para reeducar de manera progresiva a las audiencias hacia narrativas más densas y complejas

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se sitúa en el contexto de la sociedad peruana contemporánea, específicamente en la ciudad de Lima, caracterizada por su diversidad cultural, dinamismo urbano y constante exposición a tendencias digitales globales. En este entorno, la propuesta audiovisual está dirigida principalmente a un público joven, comprendido entre los 16 y 28 años, grupo que presenta altos niveles de consumo de contenido en plataformas digitales y redes sociales.

En cuanto a la cultura y tradición, si bien el proyecto tiene como punto de partida el contexto peruano, su alcance se extiende a nivel latinoamericano, donde existen patrones de consumo similares en el público objetivo. Este grupo se caracteriza por la preferencia

hacia contenidos de rápida asimilación, con narrativas directas, claras y emocionalmente impactantes, en contraste con estructuras complejas o de desarrollo prolongado. Asimismo, se observa una afinidad por el uso de géneros y arquetipos reconocibles, reinterpretados bajo una visión contemporánea y personalizada por parte del equipo creativo. A nivel visual, predomina la búsqueda de dinamismo, con un ritmo ágil que prioriza el movimiento constante, evitando planos excesivamente largos o diálogos extensos.

Por otro lado, la problemática abordada se centra en la creciente dificultad para captar y mantener la atención de las audiencias en un entorno saturado de contenido audiovisual. Esta situación exige el desarrollo de nuevas estrategias de engagement que logren conectar con el espectador incluso cuando estas propuestas desafían sus hábitos tradicionales de consumo. En este sentido, el proyecto plantea una innovación en el lenguaje audiovisual mediante la implementación de recursos narrativos y estéticos diseñados para generar una experiencia inmersiva y atractiva.

Finalmente, el impacto esperado radica en la revalorización de la narrativa cinematográfica dentro de formatos digitales contemporáneos, proponiendo un estilo que no solo entretenga, sino que también involucre activamente al espectador. A través de esta propuesta, se busca contribuir al desarrollo de un enfoque innovador en la producción audiovisual, capaz de equilibrar la inmediatez del consumo actual con una construcción narrativa significativa y envolvente

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

El crecimiento dentro de las nuevas generaciones por parte del contenido tipo scroll ha generado una transformación significativa en el mercado audiovisual. Esto ha impulsado principalmente tanto a las redes sociales como de Instagram e Tiktok, donde se ha creado un modelo de entretenimiento basado tanto en la inmediatez, como los estímulos cortos y sorpresivos. Al respecto, Cortés-Quesada, J. A., & Vizcaíno-Verdú, A. (2025) señalan que el consumo de videos de formato corto (short-form video) reconfigura los hábitos mentales de los jóvenes, familiarizados con flujos de información hiperfragmentados. Todos esto fue debido a este cambio

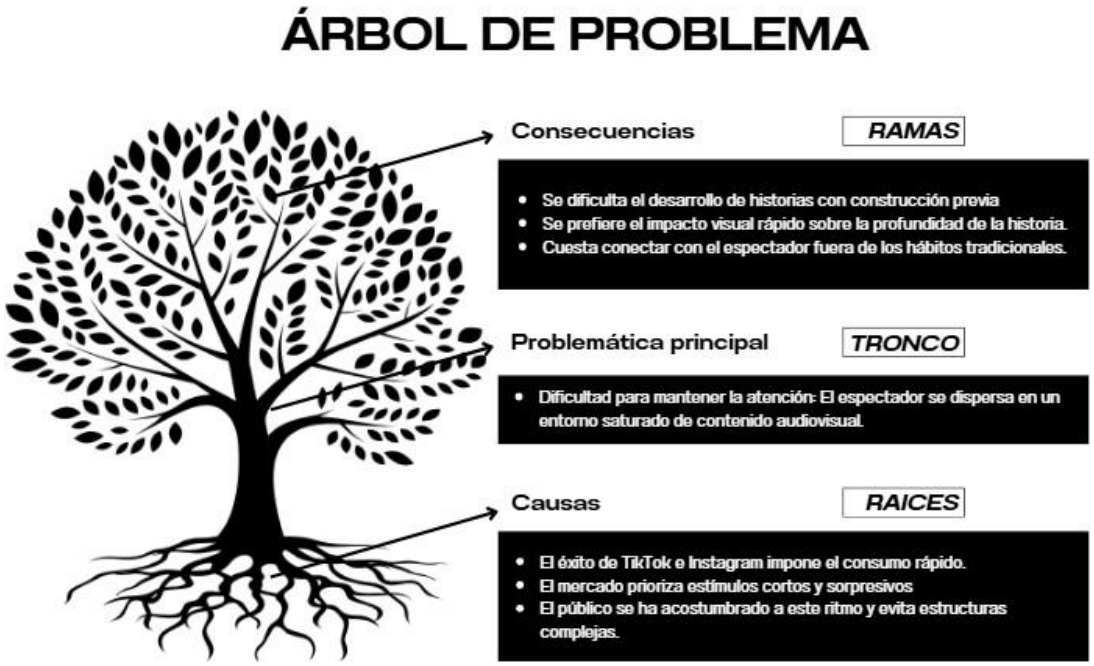
del público y del mercado que ha tenido que adaptarse en gran parte, apropiándose de métodos usados en estas redes para generar el engagement del espectador.

Al ser este un nuevo enfoque hacia el contenido más tradicional, donde se prioriza el incentivo general, la población tiende a verse muy afectada por su propia costumbre mediática. Estudios recientes sobre la economía de la concentración (Vázquez-Herrero et al., 2020) demuestran que las audiencias expuestas al algoritmo de pantallas verticales presentan una menor tolerancia a los ritmos de narración lentos. Por lo tanto, este estudio busca explicar nuevas técnicas y cómo estas pueden afectar el desarrollo de las películas modernas, así como las nuevas consideraciones que los guionistas deben tener respecto a los gustos y capacidades de comprensión, atención y captación de subtexto de su público objetivo, el cual exige estructuras basadas en ganchos de impacto inmediato (Kaye, Chen & Zeng, 2021).

Como cierre del mismo, lo que buscamos es poder transmitir los hallazgos sobre el comportamiento del consumidor al público interesado, así como mostrar las falencias que puede generar el pensamiento sencillo y cómodo ante este tipo de contenido. Esta problemática se acentúa ya que, de acuerdo con de acuerdo con (Sun et al., 2023), el consumo pasivo e inmediato resta capacidad de desarrollo a historias con un estilo de construcción progresiva o con arcos de personajes complejos, desplazándolas por el uso del impacto estético y emocional rápido para poder así generar sentimientos en la audiencia.

Figura 1

Árbol de problemas de investigación



Nota: Elaboración propia.

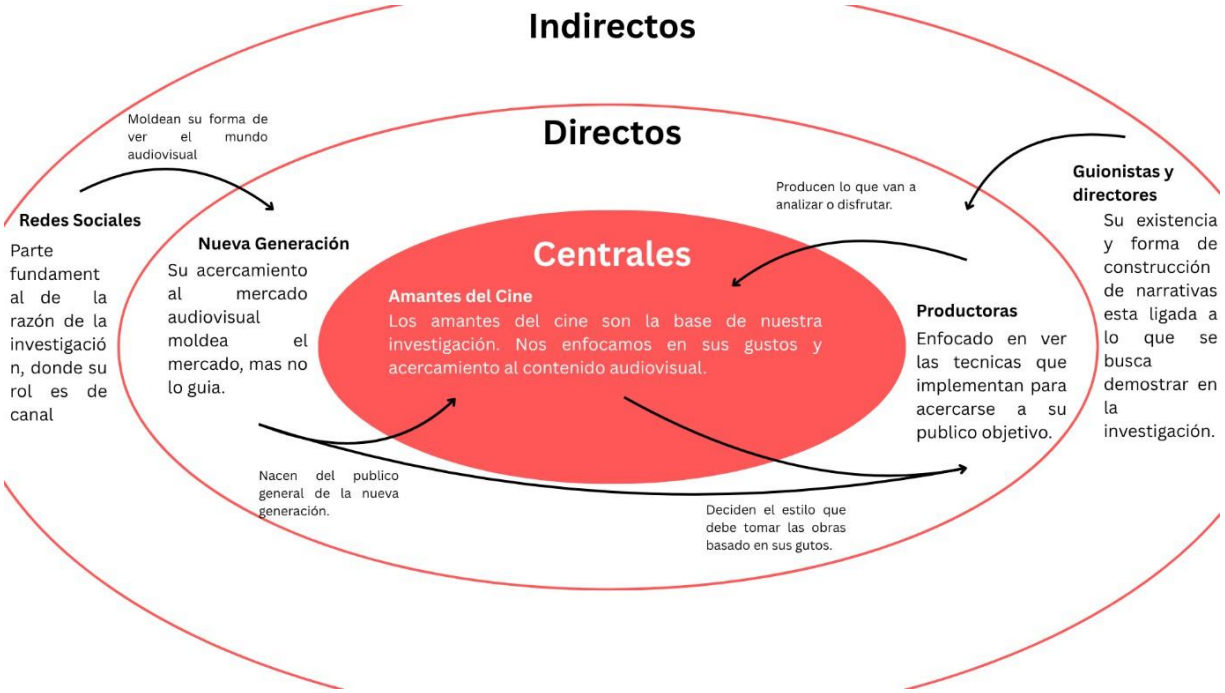
2.2 Población beneficiaria

La población a la cual buscamos beneficiar con el estudio, son los graduados de las carreras de Comunicaciones y carreras allegadas, así como diferentes personas que trabajan y se desarrollan en el medio audiovisual. Sin embargo, al ser un tema que puede revelar temas de análisis de comportamiento, esto también es una llamada de atención a los visualizadores modernos, para poder recobrar el gusto por los productos que se alejan del estándar actual dentro del mercado audiovisual dirigido por el cine taquillero hollywoodense.

Por otro lado, el público que buscamos investigar cómo parte, discierne mucho de los beneficiados puesto que nos vamos a enfocar en jóvenes entre las edades de 16 y 28, quienes han vivido el cambio y se han adaptado al tipo de cine. aunque no se descarta, la existencia de un error de juicio basado en las aproximaciones que ha generado el mercado para satisfacer a personas que no buscaban adaptarse a los nuevos métodos.

Figura 2

Mapa de actores directos, indirectos y centrales de la investigación.



Nota: Elaboración propia.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

En este sentido analizaremos de forma centrada dentro del aspecto técnico las estrategias presentes en la serie Sinfall. Lo cual nos permitirá la comparación con diferentes series similares del mercado audiovisual moderno y antiguo asimismo como su relación con las estrategias de atracción están implementadas en redes sociales.

Objetivo(s) Específicos

- Identificaremos los hábitos del consumo del público objetivo de la serie Sinfall, a través de entrevistas donde cada uno de ellos tendrá que investigar. Para ello lo que busca es encontrar correlaciones usando trailers y comparativas preparadas con adelantos.
- Examinaremos los recursos narrativos que ha utilizado la serie Sinfall para poder lograr complacer los antes mencionados hábitos o gustos del público objetivo. Con el objetivo de mostrar la relación del espectador con los formatos de la serie.

- Compararemos con series de géneros similares de la época previa a los 2010. con el fin de analizar si los hábitos de consumo actuales son satisfechos dentro de la misma serie a lo largo de sus episodios.
- De este modo, verificaremos la relación del consumidor con las series actuales y cómo las redes sociales han cambiado está en los últimos 6 años.

2.4 Marco referencial

1. Antecedentes de la Innovación

Históricamente, el consumo audiovisual se fundamenta en procesos de atención sostenida, característicos del cine y la televisión tradicional. Sin embargo, la interrupción de algoritmos de recomendación predictiva y formatos de video corto en plataformas como TikTok e Instagram Reels ha provocado una ruptura mental de la atención en los jóvenes (Chiossi et al., 2023).

Ante esta situación, la innovación de este proyecto no radica únicamente en la producción de una serie convencional, sino en el diseño de una estructura narrativa basada en "unidades de microatención". La propuesta metodológica de Sinfall investiga cómo podemos integrar ganchos visuales y giros de guion calculados en intervalos mínimos de tiempo para disminuir la tasa de abandono de la pantalla. De este modo, se pasa del lenguaje efímero de las redes sociales hacia una herramienta de construcción más ficcional, densa y de largo aliento (Zannettou et al., 2023).

2. Consideraciones Teóricas

Para poder sostener el desarrollo de este estudio, se abordarán dos ejes conceptuales clave: :

- Micro-Storytelling: definido como la capacidad de articular relatos íntegros, con un arco dramático funcional, en sucesos temporales mayormente reducidos Nguyen et al., 2025). En Sinfall, esto se aplica logrando que cada secuencia opere de forma autónoma y con potencial de viralización independiente, sin quitar la coherencia ni la continuidad de la macronarrativa.
- Psicología de la Gratificación Instantánea: esto comprendería los estudios de los picos de dopamina inducidos por el consumo de contenidos breves y de respuesta interactiva

inmediata. El proyecto plantea que la producción audiovisual contemporánea debe igualar estos mecanismos de recompensa rápida para, progresivamente, "reeducar" cognitivamente al espectador hacia narrativas de mayor complejidad estructural (Qin et al., 2022).

3. Casos y Experiencias Previas

En el Mundo

- Serie "Arcane" (Riot Games): Esta producción marcó un hito al implementar una estructura estética dinámica combinada con la distribución de clips nativos en plataformas digitales que pudieron expandir el universo de la serie. Este ecosistema transmedia mantuvo altos niveles de engagement en una trama compleja a través de microestímulos multiplataforma Olesiak, W. (2025).
- Universo Cinematográfico de Marvel (MCU): Se destaca como el mayor referente en la aplicación de "unidades de recompensa rápida" a escala. Marvel fragmentó una narrativa de más de treinta largometrajes mediante el uso estratégico de escenas postcréditos, cameos y easter eggs. Estos componentes operan de manera idéntica a los estímulos en la plataforma de TikTok: ofrecen gratificación instantánea y sostienen el interés por la tradición global, reduciendo la fatiga cognitiva del espectador frente a tramas tan extensas.

En el País (Perú)

- Micro-series en Instagram/TikTok de marcas locales: En el contexto comercial de Lima, empresas de consumo masivo han comenzado a coproducir mini-ficciones con realizadores locales. Asimismo, estas propuestas buscan retener al usuario digital mediante micro-narrativas que supera el formato del anuncio publicitario tradicional Kaye et al. (2021)
- Producciones Independientes de Animación: En cuanto a colectivos y jóvenes creadores peruanos, ante las barreras presupuestarias para el desarrollo de largometrajes cinematográficos, han adoptado el formato del clip corto como defensa creativa, utilizándolo para edificar y probar universos narrativos propios en el mercado digital.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Nuestro usuario está enfocado en el público joven entre 16 a 28 años, que ha sido parte del boom social del contenido tipo short o corto. De esta forma, principalmente contamos con estudiantes universitarios o personas que han terminado sus estudios, pero siguen altamente implicados en las redes sociales.

Por otra parte, buscamos que el entorno familiar o de amistad esté rodeado de gente con una relación similar a las redes sociales. Lo que buscamos con ello, es poder entender el tipo de conversaciones, temas y focos de interés en sus grupos sociales y cómo las redes sociales son parte del mismo.

Del mismo modo, consideramos como sus momentos de ocio o descanso están relacionados con el uso de apps y redes para consumir el contenido de shorts. Mientras, que parte de su tiempo de descanso se puede considerar como una disociación de la realidad a causa del contenido sin valor o sustento.

Finalmente, consideramos que las molestias del usuario se enfocan en la falta de conciencia narrativa, o incapacidad de mantener la atención por mucho tiempo a causa de sus malos hábitos. Del mismo modo, que haya perdido parte del interés en el cine tradicional o el tipo de contenido previo a los shorts, más estructurado o con una narrativa más extensa. Finalmente, la falta de capacidad de concentración por largos periodos de tiempo no le permiten desarrollar sus labores, hobbies o planes de forma estable y continua.

Gracias a toda la información presentada, entendemos que necesita encontrar un equilibrio entre el consumo de contenido actual y la corrección de hábitos que no le permiten el buen desarrollo de sus intereses. Concluyendo con la idea de construir una crítica social dentro de las mismas redes que busca concientizar al usuario sobre su situación y como ha sido víctima de las estrategias de marketing y captación desarrolladas.

Carlos necesita un espacio que le permita modificar su conducta sobre el scrollin y entenderla.

Figura 3

Arquetipo de usuario de la investigación sobre el consumo de contenido audiovisual.



Nota: Elaboración propia.

Figura 4
Mapa de empatía del usuario objetivo de la investigación.



Nota: Elaboración propia.

2.5.2 Información sobre el Mercado

Actualmente, los jóvenes de Lima Metropolitana que tienen entre 16 y 28 años son usuarios sobreexpuestos a pantallas y consumidores frecuentes de plataformas digitales de formato corto como TikTok e Instagram. Los jóvenes ahora se relacionan con los entornos digitales bajo dinámicas de hiperconectividad que afectan directamente su bienestar psicológico. No obstante, la mayor parte del contenido disponible está diseñado bajo la lógica del algoritmo de retención masiva y el entretenimiento rápido y fragmentario, lo que intensifica la fatiga visual, mental y la sensación de culpa tras horas de scroll.

Aparece una posibilidad latente en el mercado denominada Auge del Bienestar Digital (Digital Wellbeing), sustentada por investigaciones académicas recientes (UNIR, 2026), que advierten una "urgencia educativa" por combatir este fenómeno. Asimismo, portales científicos como SciELO y Prisma Social (2026) demuestran una correlación directa entre el consumo desmedido de contenido efímero y el descenso en el bienestar psicológico subjetivo. Esto genera una demanda insatisfecha de contenidos alternativos que validen esta frustración cotidiana, abriendo un nicho estratégico para productos audiovisuales

orientados a la "desconexión emocional". La propuesta aborda este requerimiento a través de una experiencia de cine de protesta y contra narrativa estética (planos estáticos y ritmo pausado) que busca romper el patrón de consumo automático y generar un espacio de reflexión profunda.

COMPETENCIA

La competencia en el mercado se divide en tres niveles que abordan la problemática del tiempo en pantalla, aunque desde enfoques distantes al lenguaje cinematográfico artístico:

- Competencia Directa: Está concentrada en campañas de sensibilización promovidas por ONGs y organismos gubernamentales (como el Instituto Nacional de Salud Mental), que lanzan cortometrajes o anuncios de formato tradicional sobre adicciones tecnológicas. Sin embargo, carecen del diferencial estético disruptivo necesario para captar al público joven de forma orgánica.
- Competencia Indirecta: Representada por las funciones nativas de los sistemas operativos (como "Tiempo de uso" en iOS o "Bienestar Digital" en Android). Aunque operan como herramientas utilitarias, compiten directamente por el mismo objetivo de controlar y mitigar el tiempo de exposición a las pantallas.
- Competencia Sustituta: Constituida por aplicaciones móviles de meditación (como Headspace y Calm) o podcasts independientes de autocuidado. Estas opciones ofrecen una solución al estrés digital y la sobreestimulación, pero prescinden del lenguaje audiovisual de protesta y de la narrativa crítica.

En este sentido, la propuesta se diferencia al integrar el cine de protesta, una estética visual cruda e inspiradora fuera de lo comercial, y un mecanismo de interrupción del trance digital que apela directamente al subconsciente del espectador.

BARRERAS DE ENTRADA

- Dominio del Algoritmo: La principal barrera comercial radica en la estructura interna de plataformas como TikTok e Instagram, las cuales están codificadas específicamente para retener la atención del usuario mediante estímulos constantes. Esto dificulta significativamente que un mensaje audiovisual con enfoque "anti-

sistema" e hipervínculos de desconexión logre viralizarse de manera orgánica.

- Saturación de Mensajes y Fatiga Informativa: El público objetivo se encuentra expuesto a una sobrecarga diaria de datos, lo que provoca que los usuarios ignoren o rechacen de forma automática los discursos moralistas tradicionales. Por ello, el proyecto exige un riguroso planteamiento estético (basado en planos estáticos y un lenguaje de cine antiguo) para lograr romper el patrón visual del scroll técnico y evitar ser descartado de inmediato.

MERCADO OBJETIVO DEL PRODUCTO

El público objetivo está compuesto por jóvenes de 16 a 28 años (pertenecientes a la Generación Z y Millennials tardíos) que residen en Lima Metropolitana y presentan índices elevados de exposición diaria a pantallas. Este segmento incluye principalmente a estudiantes universitarios y jóvenes profesionales que experimentan problemas de productividad, dispersión o cuadros de ansiedad debido al exceso de estímulos digitales. Son individuos que emplean activamente las redes sociales de manera automática, pero que en paralelo demuestran una preocupación creciente por su salud mental post-pandemia y un interés latente por corrientes de optimización del tiempo como el Digital Minimalism (Minimalismo Digital).

ALCANCE ESPERADO

En una primera fase, el proyecto proyecta generar un impacto directo dentro de comunidades académicas y colectivos enfocados en la salud mental y el bienestar digital. El alcance inicial contempla la difusión del cortometraje y piezas digitales de contra narrativa en entornos controlados y redes sociales, buscando establecer como principales indicadores de éxito una tasa de "guardado" y "compartido" significativamente alta, lo que funcionará como evidencia cuantitativa de una reflexión profunda e interactiva en la audiencia.

DEMANDA POTENCIAL EN EL MERCADO

La demanda potencial se cataloga como Alta, impulsada directamente por la

macro-tendencia global orientada hacia el minimalismo tecnológico y la búsqueda de bienestar digital frente a la saturación informativa. Al existir una creciente preocupación colectiva por los efectos adversos de la hiperconectividad en la salud mental, el mercado juvenil demanda con mayor fuerza productos de entretenimiento consciente que validen su frustración en lugar de sobre estimularlos, asegurando una recepción favorable para la propuesta.

EVALUACIÓN DE VIABILIDAD DEL PROYECTO

- Viabilidad Técnica: La propuesta resulta viable debido a que la producción de piezas audiovisuales basadas en planos estáticos, estética cruda y cine de protesta no requiere de infraestructuras complejas ni de presupuestos tecnológicos elevados en sus fases iniciales. El uso de herramientas de edición accesibles facilita el codiseño y la postproducción de los prototipos de manera ágil.
- Viabilidad Comercial: El proyecto se alinea de manera óptima con las corrientes contemporáneas de salud mental y bienestar digital. Esto abre canales de distribución no convencionales y alianzas con plataformas educativas o foros universitarios interesados en promover la desconexión tecnológica.
- Viabilidad Social: Posee un alto valor social al mitigar la "ceguera" y el comportamiento automatizado de los jóvenes frente a las pantallas, impulsando un cambio conductual hacia el uso consciente de la tecnología y la recuperación de la paz mental.
- Escalabilidad: El formato de contranarrativa visual permite que el concepto se adapte progresivamente a diferentes extensiones de campaña (como activaciones BTL en espacios públicos, muestras independientes de cine o guías digitales de desintoxicación tecnológica) adaptándose a nuevos contextos urbanos y académicos.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Nuestro concepto se centra en mostrar al espectador el nivel de vacío que puede generar el uso indebido de las redes sociales, y cómo las empresas y compañías usan estrategias de marketing para mantenerte enfocado a la pantalla, así como los

algoritmos encargados de capturar tu atención de forma esporádica. De esta forma, nuestro concepto se centra en:

“Un cortometraje, enfocado en personas que buscan reencontrar su amor por la narrativa y el cine, que permite reflexionar sobre el mundo actual y como el scrolling y las redes sociales consumen nuestro tiempo, deseos y sueños.

Con la información presentada entregamos una propuesta de valor definida en proponer una visión estética e inspiradora que se aleja de lo convencional o comercial. Asimismo, buscamos alejarnos de las tácticas comunes del contenido tipo short usando una narrativa lenta pero atrapante, que captura la atención del espectador con narrativa visual y emocional.

De esta forma, buscamos generar una conciencia social junto a nuestra campaña en redes que se enfoca en el disfrute de contenido inteligente y alejado del estándar actual. Visibilizando la pérdida de tiempo generada por caer en las estrategias actuales, y validando la frustración que se puede generar en un espectador al sentirse acompañado en la búsqueda de contenido diferente.

Figura 5

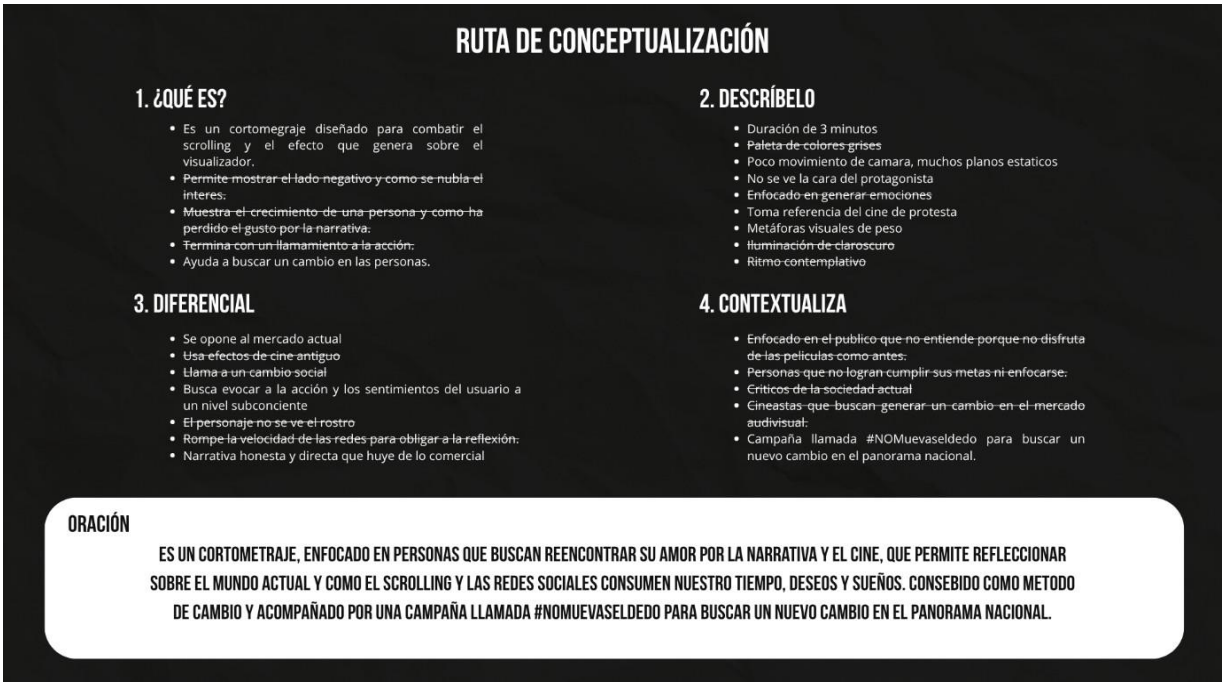
Propuesta de valor del proyecto y perfil del cliente objetivo.



Nota: Elaboración propia.

Figura 6

Ruta de conceptualización de la propuesta audiovisual.



Nota: Elaboración propia.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Figura 7
Plan de dirección del cortometraje: escenas 4 al 6



DIRECCIÓN

N°ESCENA	INT / EXT	LOCACIÓN	TIPO DE PLANO Y MOVIMIENTO	INFORMACIÓN PLANO	PERSONAJES	SONIDO	DURACIÓN
4	INT	COMEDOR CASA	• PLANO DETALLE • PLANO DETALLE • PLANO BUSTO • PLANO MEDIO • PLANO ENTERO CONJUNTO • PLANO DETALLE • PLANO BUSTO	• DETALLE DE PROTAGONISTA CON COMIDA EN SUS CUBIERTOS • DETALLE DE LAS MANOS DE LA MADRE TEMBLANDO • MIRADA DEL PROTAGONISTA A SU CELULAR • MADRE HABLANDO CON PROTAGONISTA • MADRE SE LEVANTA Y CAMINA A PROTAGONISTA • MADRE LE QUITA CELULAR DE SUS MANOS • MADRE MIRA A PROTAGONISTA Y HABLA	PROTAGONISTA Y MADRE	CHOQUE METÁLICO DE CUBIERTOS. VOZ DE LA MADRE QUE ROMPE EL ENTORNO. SILENCIO DRAMÁTICO AL QUITAR EL CELULAR Y AMBIENTE LIMPIO DEL COMEDOR.	35 SEGUNDOS
5	INT	PARQUE PROTAGONISTA	• PLANO ENTERO / ESCORSO CONTRAPICADO • PLANO POV • PRIMER PLANO • PLANO DETALLE • PRIMER PLANO	• PROTAGONISTA MIRA EL PANORAMA SENTADO EN UNA SILLA • PROTAGONISTA RECUERDA A SU MADRE Y EL DE JOVEN • PROTAGONISTA MIRA CARTA CON FECHA DE 6 AÑOS ATRAS • DETALLE DE MANOS DE PROTA CON LA CARTA ABIETTA TEMBLANDO • PROTAGONISTA RECUPERA SU SONRISA Y COLOR	PROTAGONISTA	SONIDO AMBIENTAL NATURAL DE PARQUE (VIENTO SUTIL, AVES). ECO LEJANO Y NOSTÁLGICO DE LA VOZ DE LA MADRE EN EL RECUERDO, Y EL LEVE CRUJIDO FÍSICO DEL PAPEL DE LA CARTA.	25 SEGUNDOS
6	INT	CUARTO PROTAGONISTA	• PLANO ENTERO / ESTANDAR ESCORSO • PLANO DETALLE • PRIMERISIMO PRIMER PLANO • PLANO DETALLE /CENITAL	• PROTAGONMISTA SE SIENTA EN SU SILLA Y EMPIEZA A ESCRIBIR • POP UP EN CELULAR • PROTAGONISTA MIRA CELULAR • PROTAGONISTA LO PONE BOCA ABAJO	PROTAGONISTA	SONIDO NÍTIDO DE ESCRITURA (LÁPIZ O TECLADO), UN POP-UP DIGITAL DEL CELULAR QUE INTERRUMPE, Y UN GOLPE SECO Y ROTUNDO CUANDO PONE EL CELULAR BOCA ABAJO, DANDO PASO A UNA MÚSICA INSTRUMENTAL EN CRESCENDO.	30 SEGUNDOS

Nota: Elaboración propia.

INFORMACIÓN GENERAL

- **FICHA TÉCNICA**

  - **TÍTULO:** UN NUEVO MUNDO
  - **CONCEPTO:** EL SCROLLING NO SOLO CONSUME TIEMPO, SINO QUE REEMPLAZA LA EXPERIENCIA DE VIVIR CON UN SENTIMIENTO DE VACIO QUE OCUPA TU MENTE., ES HORA DE UN CAMBIO.
  - **PUBLICO OBJETIVO:** JOVENES ENTRE 16 a 28 AÑOS
  - **CLASIFICACIÓN:** ENTRETENIMIENTO / CAMPAÑA SOCIAL
  - **DURACIÓN:** 2 MINUTOS CON 4 SEGUNDOS

- **TIPO DE PROYECTO:** CORTOMETRAJE
- **IDIOMA:** ESPAÑOL

- **Sinopsis**

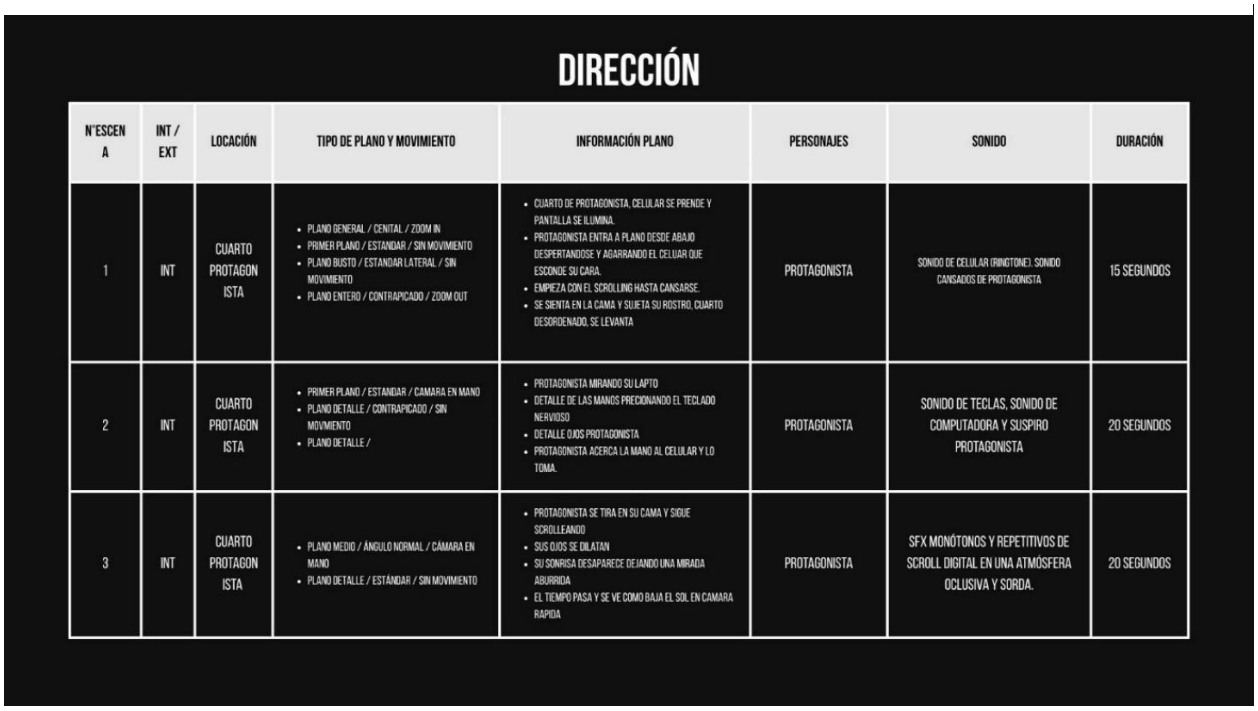
  La historia sigue al protagonista “JOVEN” quien se encuentra en un punto de su vida que no lograr encontrar su camino. Por ello, se esconde tras el scrolling para olvidar sus responsabilidades. Sin embargo, el tiempo no espera a nadie y con la llegada de nuevas responsabilidades, tras la súplica de su madre para que apoye con los gastos de la casa. Él decide cambiar, y no dejarse llevar, con esto logra empezar su proyecto personal y mejorar su estilo de vida. Con el tiempo logra disfrutar de aquellas cosas que antes veía con aburrimiento y recuperar el color de su vida.

- **Visión**

  La visión del director se centra en mostrar cómo la rutina y el apego al contenido visual pueden terminar afectando a una persona en múltiples aspectos. Al punto de dejar de disfrutar lo que de verdad quiere por encajar en un molde que la sociedad espera que este. Así como mostrar que el cambio es necesario y ayuda a encontrarse.

Figura 8

Plan de dirección del cortometraje: escenas 4 al 6



DIRECCIÓN

N°ESCENA	INT / EXT	LOCACIÓN	TIPO DE PLANO Y MOVIMIENTO	INFORMACIÓN PLANO	PERSONAJES	SONIDO	DURACIÓN
1	INT	CUARTO PROTAGONISTA	• PLANO GENERAL / CENITAL / ZOOM IN • PRIMER PLANO / ESTANDAR / SIN MOVIMIENTO • PLANO BUSTO / ESTANDAR LATERAL / SIN MOVIMIENTO • PLANO ENTERO / CONTRAPICADO / ZOOM OUT	• CUARTO DE PROTAGONISTA, CELULAR SE PRENDE Y PANTALLA SE ILUMINA. • PROTAGONISTA ENTRA A PLANO DESDE ABAJO DESPERTANDOSE Y AGARRANDO EL CELUAR QUE ESCONDE SU CARA. • EMPIEZA CON EL SCROLLING HASTA CANSARSE. • SE SIENTA EN LA CAMA Y SUJETA SU ROSTRO, CUARTO DESORDENADO, SE LEVANTA	PROTAGONISTA	SONIDO DE CELULAR (RINGTONE). SONIDO CANSADOS DE PROTAGONISTA	15 SEGUNDOS
2	INT	CUARTO PROTAGONISTA	• PRIMER PLANO / ESTANDAR / CAMARA EN MANO • PLANO DETALLE / CONTRAPICADO / SIN MOVIMIENTO • PLANO DETALLE /	• PROTAGONISTA MIRANDO SU LAPTO • DETALLE DE LAS MANOS PRECIONANDO EL TECLADO NERVIOSO • DETALLE OJOS PROTAGONISTA • PROTAGONISTA ACERCA LA MANO AL CELULAR Y LO TOMA.	PROTAGONISTA	SONIDO DE TECLAS, SONIDO DE COMPUTADORA Y SUSPIRO PROTAGONISTA	20 SEGUNDOS
3	INT	CUARTO PROTAGONISTA	• PLANO MEDIO / ÁNGULO NORMAL / CÁMARA EN MANO • PLANO DETALLE / ESTÁNDAR / SIN MOVIMIENTO	• PROTAGONISTA SE TIRA EN SU CAMA Y SIGUE SCROLLEANDO • SUS OJOS SE DILATAN • SU SONRISA DESAPARECE DEJANDO UNA MIRADA ABURRIDA • EL TIEMPO PASA Y SE VE COMO BAJA EL SOL EN CAMARA RAPIDA	PROTAGONISTA	SFX MONÓTONOS Y REPETITIVOS DE SCROLL DIGITAL EN UNA ATMÓSFERA OCLUSIVA Y SORDA.	20 SEGUNDOS

Nota: Elaboración propia.

Fotografía

Tomas e intención narrativa: Las tomas buscan ser principalmente cerradas, uso de planos cercanos casi asfixiantes, que solo se rompen cuando se quieren mostrar acciones con planos enteros o locaciones con planos generales. De esta forma, la estética visual junto con el poco uso de movimientos de cámara, que solo contrastan con zoom in y outs, entregan una sensación de lentitud y poco movimiento. Todo ello va a ir cambiando en base a las acciones en la historia, donde el protagonista genera un cambio en su vida, la cámara le dará potencia con movimientos sutiles y planos picados.

Locaciones: Se busca grabar en 3 locaciones principales:

- El cuarto del protagonista, donde sucederá la mayor cantidad de acciones.
- La sala o comedor, donde la escena de confrontación con su madre toma lugar.
- El parque, donde lograr reconectar con su pasado y antiguos gustos, siendo un lugar de memorias y diversión.

Arte

Evolución Cromática (De la Monotonía al Color): En concordancia con la intención del director, la primera mitad del cortometraje se mantendrá en una estricta escala de grises para evocar la rutina, la tristeza, el aburrimiento y el vacío mental del "JOVEN". El arte en los sets (habitaciones, entorno) utilizará objetos opacos y texturas planas. Esta monotonía cromática se romperá en seco en el momento exacto en que él toma la decisión moral de cambiar tras la súplica de su madre. A partir de ahí, los colores reales y cálidos regresarán progresivamente al entorno, simbolizando que vuelve a "recuperar el color de su vida".

Enfoque de Personajes (Mecánica de Arte y Vestuario): Siguiente la premisa de no mostrar la cara completa del protagonista para generar identificación en el espectador, el vestuario utilizará capuchas o prendas neutras que oculten parcialmente su rostro. Sin embargo, los ojos

serán el centro del diseño de arte y maquillaje, destacando su mirada (el único elemento que reflejará luz y texturas nítidas) como el medio principal para proyectar su deseo de aprender, mejorar y romper con el molde social.

Uso de los espacios: Se buscará dar un entorno cerrado, asfixiante y descuidado en el espacio del trance, configurado con un mobiliario que arrincone al personaje para denotar encierro, donde la disposición de los objetos será caótica y periférica, acumulando las responsabilidades desatendidas en las esquinas oscuras para invisibilizar las; mientras que el espacio de la reactivación será un entorno abierto, limpio, ordenado y amplio donde la disposición de los objetos será funcional, colocando las herramientas de los proyectos personales en el centro del encuadre para demostrar visualmente que el individuo ha recuperado el control de su vida.

EDICIÓN

El montaje del cortometraje estará dividido en dos bloques narrativos rítmicamente opuestos para evidenciar el cambio de estilo de vida.

Bloque 1:

El Bucle del Scroll (Ritmo Aletargado y Repetitivo): Para plasmar cómo el tiempo se le escapa al protagonista mientras evade sus responsabilidades, la edición utilizará planos fijos y cortes sutiles pero repetitivos que simulen la monotonía del bucle digital. Se mantendrá un encuadre cerrado que oculte su rostro y enfatice la acción mecánica del dedo moviendo la pantalla.

El Punto de Giro (La Interrupción del Trance): El momento en que la madre suplica por apoyo económico marcará la disrupción del montaje. La edición romperá el ritmo monótono mediante un corte abrupto o un inserto de plano detalle a los ojos del protagonista en el momento exacto en que decide "no dejarse llevar".

Bloque 2:

La Reactivación (Ritmo Dinámico y Orgánico): Una vez que arranca su proyecto personal, el montaje se vuelve ágil, fluido y lleno de movimiento (el paso del

tiempo ya no es una pérdida, sino avance). Es aquí donde la edición integra la transición de la escala de grises al color completo de forma armónica.

Cierre de Edición (Llamado a la Acción): Los últimos segundos del corto se acoplarán como la pieza de arranque oficial para las redes sociales, finalizando con un remate visual potente en negro donde aparezca el mensaje y logo de la campaña: #NoMuevasElDedo.

SONIDO

El sonido actuará como el conector subconsciente que guiará al espectador a experimentar el viaje de frustración y liberación del protagonista.

Atmósfera del Vacío Digital (Audio Oclusivo y Sintético): Al principio, el diseño sonoro estará completamente ahogado o "sordo" respecto al mundo exterior, representando el aislamiento del joven. Predominarán los efectos de sonido (SFX) exagerados del celular: el roce constante del dedo contra el vidrio, notificaciones agudas y el sonido del scroll, pero procesados con un eco y reverberación digital pesada que genere una atmósfera de saturación y fatiga mental.
El Sonido de la Realidad (Apertura Acústica): La voz de la madre suplicando ayuda funcionará como un elemento diegético que "rompe" la burbuja sonora digital. En ese instante, los efectos del celular se apagan por completo, dando paso a un silencio dramático o a un tono grave estático (drone) de tensión que marque su dilema moral.

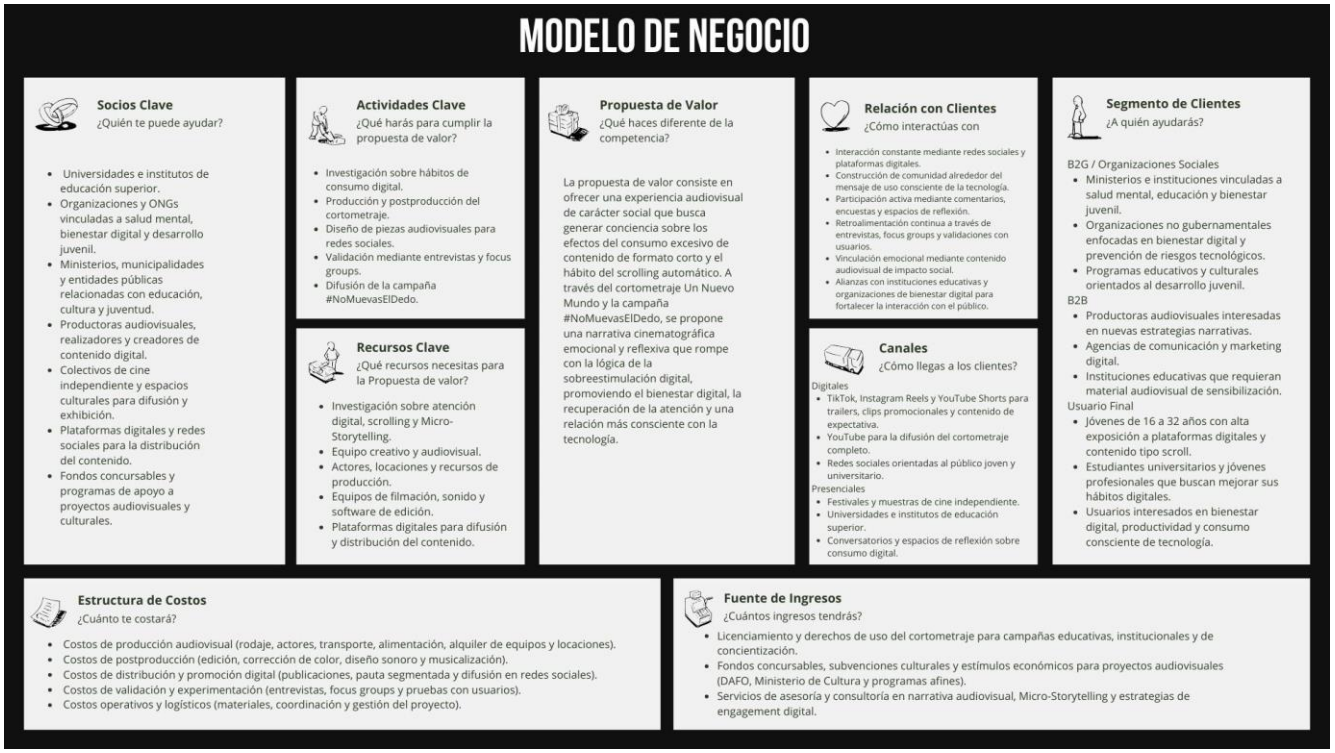
Banda Sonora y Postproducción de Audio (El Despertar): Tras la decisión de cambio, la banda sonora evoluciona. Se pasa de sonidos fríos y ambientales a una instrumentación orgánica (acústica o melódica) en crescendo, que acompaña el desarrollo de su proyecto personal. El diseño sonoro del final recupera los sonidos ricos del entorno físico (el viento, los detalles cotidianos de la casa), demostrando acústicamente que el protagonista ha dejado de ver el mundo con aburrimiento y ha vuelto a vivir fuera de las pantallas.

2.5.5 Modelo de Negocio

La producción y el lanzamiento de un cortometraje con conciencia social, destinado a crear conciencia sobre las consecuencias del desplazamiento de contenidos y el consumo excesivo de material digital, constituyen la base del plan de negocios de El video Corto “Un Nuevo Mundo”. Se busca aplicar en entornos educativos y eventos culturales para maximizar el alcance y fomentar la reflexión, centrándose en los jóvenes, las instituciones educativas y las organizaciones interesadas en el bienestar digital.

El cortometraje se licenciará para campañas educativas e institucionales, y se recurrirá a servicios de consultoría en comunicación digital y narrativa audiovisual para promover la iniciativa. Asimismo, se buscará financiación para proyectos culturales y audiovisuales a través de programas de apoyo y convocatorias competitivas.

Figura 9
Business Model Canvas del proyecto



Nota: Elaboración propia.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que el cortometraje actúe como un incentivo de concientización que separen el comportamiento del espectador, por lo que, al iniciar, el corto busca romper y concientizar sin perder el sentido ni la coherencia de la historia, logrando reducir la "ceguera" ante el hábito y visibilizar la pérdida de tiempo para motivar al joven a detenerse y soltar el celular en favor de su paz mental. Por otro lado, desde el ámbito narrativo, se espera reeducar progresivamente al espectador juvenil de Lima, demostrando que es capaz de consumir e interactuar con estructuras complejas y subtextos densos dentro de los mismos formatos digitales cortos. Finalmente, respecto al mercado, se espera que los directores, guionistas y agencias locales de Lima adopten el uso estratégico de las "unidades de micro atención", sirviendo este proyecto como un referente técnico para demostrar que se pueden diseñar ganchos de retención rápida enfocados en construir mitologías profundas en vez de contenido efímero.

2.5.7 Prototipos desarrollados

“Prototipo de baja fidelidad”

Figura 10
Conjunto de fotogramas que ilustran la secuencia narrativa y la planificación visual del cortometraje.



Nota: Elaboración propia.

2.5.8 Experimentos

Tabla 1

Resultados de las actividades de validación del proyecto.

Actividad de validación	Público participante	Resultados sobre comportamiento del público
Prueba de estructura y ganchos narrativos *(Matriz de guion técnico)*	42 personas	Alta efectividad de retención inicial (**74.5%** de los participantes interactuaron favorablemente con los giros y estímulos de micro-storytelling calculados para los primeros 15 segundos).
Validación estética y ritmo visual *(Evaluación de Storyboard)*	38 personas	Recepción positiva hacia la evolución cromática y composición oclusiva (**72.1%** calificó la transición de escala de grises a colores cálidos entre "impactante" y "muy impactante").
Testeo de piloto audiovisual e interrupción digital *(Teaser)*	20 personas	Ruptura exitosa del bucle de consumo automático (**80.3%** admitió que el quiebre sonoro y el silencio dramático detuvieron su inercia de *scroll*, generando autorreflexión sobre el uso del tiempo).

Nota: Elaboración propia.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Tabla 2

Presupuesto estimado para la producción del cortometraje

Ítem	Concepto / Rubro	Unidad / Cantidad	Costo Unitario	Costo Total (S/.)
1.	**PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA**			
1.1	Movilidad / Transporte local	2 días	S/. 100.00	S/. 200.00
1.2	Catering / Alimentación de equipo	2 días	S/. 175.00	S/. 350.00
1.3	Gastos de scouting y gestión	1 (Global)	S/. 200.00	S/. 200.00
2.	**PERSONAL ARTÍSTICO**			
2.1	Actor Principal ("Joven")	2 días	S/. 200.00	S/. 400.00
2.2	Actriz Secundaria ("Madre")	1 día	S/. 200.00	S/. 200.00
3.	**PERSONAL TÉCNICO**			
3.1	Dirección de Fotografía / Cámara	2 días	S/. 300.00	S/. 600.00
3.2	Dirección de Arte y Utilería	2 días	S/. 150.00	S/. 300.00
3.3	Técnico de Sonido Directo	2 días	S/. 250.00	S/. 500.00

3.4	Técnico de Iluminación / Gaffer	1 día	S/. 250.00	S/. 250.00
4.	**EQUIPAMIENTO Y ESCENOGRAFÍA**			
4.1	Alquiler de Kit de Cámara y Ópticas	2 días	S/. 300.00	S/. 600.00
4.2	Alquiler de Kit de Iluminación LED	2 días	S/. 150.00	S/. 300.00
4.3	Elementos decorativos y Utilería	1 (Global)	S/. 250.00	S/. 250.00
5.	**POSTPRODUCCIÓN**			
5.1	Montaje y Edición de Video	1 (Global)	S/. 300.00	S/. 300.00
5.2	Diseño Sonoro y Mezcla de Audio	1 (Global)	S/. 500.00	S/. 500.00
6.	**IMPREVISTOS**			
6.1	Caja chica operativa (10%)	1 (Global)	S/. 200.00	S/. 200.00
-	**PRESUPUESTO TOTAL GENERAL**	**-**	**-**	**S/. 4,950.00**

Nota: Elaboración propia.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Se asume que la recepción del público joven de Lima Metropolitana (de entre 16 a 28 años) conserva la destreza para procesar narrativas de estructura compleja y de gran volumen, modificada únicamente por las especificidades del scroll infinito y la gratificación rápida de los medios digitales convencionales. El estudio revela cualitativamente que la aplicación de

una contranarrativa estética —compuesta por un ritmo lento, planos estáticos, silencios dramáticos y una progresión cromática controlada— es altamente eficaz para romper la inercia del automatismo táctil, logrando interrumpir el trance digital en el 80.3% de los 20 sujetos evaluados en la fase piloto. Asimismo, al organizar el discurso macro en torno a la "microatención" en los primeros 15 segundos, es totalmente factible retener al público y reeducarlo paulatinamente hacia contenidos con mayor grado de profundidad conceptual. Esta revelación confirma la presencia de un segmento o nicho subyacente con un alto interés potencial en el Bienestar Digital (*Digital Wellbeing*), espacio donde el discurso de protesta cinematográfico se establece como un medio de desenganche emocional y de sensibilización que rivaliza con éxito frente a las estrategias de permanencia de los algoritmos de gran escala.

4.2 Recomendaciones

Se sugiere a guionistas directores de cine y colectivos de cine independiente nacionales que implementen sistemáticamente el esquema de microstorytelling y la contra-narrativa estética como la línea de trabajo convencional para crear proyectos dentro del medio digital móvil. Concretamente se recomienda reconfigurar la estructura de los guiones convencionales dividiendo los universos narrativos y colocando ganchos de recompensa rápida e instantánea en la ventana crítica de comienzo de la película para después reducir progresivamente el ritmo visual y sonoro de manera controlada. Este método técnico los capacitará a los creadores en el chequeo de la factibilidad de sus mitologías y la generación de comunidades orgánicas con presupuestos bajos antes de pasar a producciones de mayor escala y además será un diferenciador de mercado. Al crear de manera intencionada contenidos inteligentes que reconozcan y validen la fatiga mental y la frustración del usuario por la sobrecarga algorítmica la industria audiovisual podrá establecer una relación significativa y ética con las audiencias convirtiendo el consumo rápido en línea en un lugar de contemplación activa y en una fidelidad genuina

V. Referencias Bibliográficas

Chiossi, F., Haliburton, L., Ou, C., Butz, A. M., & Schmidt, A. (2023). Short-form videos degrade our capacity to retain intentions: Effect of context switching on prospective memory. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, *19*, 1–15. https://dl.acm.org/doi/10.1145/3544548.3580778

Zannettou, S., Nemeth, O.-N., Ayalon, O., Goetzen, A., Gummadi, K. P., Redmiles, E. M., & Roesner, F. (2023). Analyzing user engagement with TikTok's short format video recommendations using data donations. In *arXiv [cs.SI]*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2301.04945

Nguyen, L., Walters, J., Paul, S., Monreal Ijurco, S., Rainey, G. E., Parekh, N., Blair, G., & Darrah, M. (2025). Feeds, feelings, and focus: A systematic review and meta-analysis examining the cognitive and mental health correlates of short-form video use. *Psychological Bulletin*, *151*(9), 1125–1146. https://doi.org/10.1037/bul0000498

Qin, Y., Omar, B., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, *13*, 932805. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 205015792095212. https://doi.org/10.1177/2050157920952120

Olesiak, W. (2025). Arcane: Między adaptacją a uniwersum transmedialnym. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, *17*(4), 167–177. https://doi.org/10.24917/20837275.17.4.10

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 205015792095212. https://doi.org/10.1177/2050157920952120

Sun, R., Mendez, D., & Warner, K. E. (2023). The association between cannabis vaping and other substance use. *Addictive Behaviors Reports*, *18*(100519), 100519. https://doi.org/10.1016/j.abrep.2023.100519

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism (London, England)*, *23*(8), 1717–1735. https://doi.org/10.1177/1464884920969092

Trujillo Benites, M. Y. (n.d.). *La adaptación de los medios de comunicación tradicionales a las nuevas tecnologías: Caso TikTok*. Repositorioacademico.Upc. Retrieved July 7, 2022, from https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/fc22269e-d5ac-5024-b1d7-e544260c6b88

Añazco Gaona, C. D., Erazo Álvarez, J. C., & Jácome Ortega, M. J. (n.d.). *ROL DEL CONTENIDO DE FORMATO CORTO EN LA ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR DIGITAL: TIKTOK Y REELS COMO PLATAFORMAS EMERGENTES*. Rus.Ucf. Retrieved June 2, 2025, from https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4952/4920

Miguel, I. B. (n.d.). *El aburrimiento del consumidor [Trabajo de fin de grado, Universidad de Zaragoza]*. *Zaguán*. Zaguan.Unizar. Retrieved June 25, 2025, from https://zaguan.unizar.es/record/164672/files/TAZ-TFG-2025-3871.pdf

Langa Ballano, Marta Pina Pérez, José Miguel. (2025). *Impacto actual de los microvídeos en marketing - Universidad de Zaragoza Repository*. Zaguan.Unizar. https://zaguan.unizar.es/record/152485

Guerra Ore, Mayte Solansh Boluarte Alcedo, Chaska Alejandra Ricalde Caceda, Raul Alejandro Davila Sakuray, Joaquin Adriano. (n.d.). *Retención visual juvenil en TikTok: cómo los patrones de atención influyen en la efectividad del diseño publicitario en contenido de formato corto*. Repositorio.Tls. Retrieved June 12, 2025, from https://hdl.handle.net/20.500.12826/2489

Vento Tuesta, M. F. (n.d.). *Lenguajes visuales y estrategias narrativas en creadores de contenido de corta duración*. Repositorio.Tls. Retrieved June 10, 2025, from https://hdl.handle.net/20.500.12826/2334

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 – Encuestas

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/19ZbQqOD8svzvMQpcP2367LgYqsYmt53_