

**Universidad Miguel Hernández de Elche Facultad de
Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche Titulación:
Comunicación Audiovisual y Periodismo**

Trabajo Fin de Grado Curso

Académico 2024-2025

Título:

**El impacto de las redes sociales en la adolescencia: una transformación del
consumo audiovisual y las relaciones personales**



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Alumno:

Fabio Castelló Barberá

Tutora:

Carmen María López Rico

Resumen:

Este trabajo de fin de grado, recoge de manera detallada, un reportaje de investigación acerca de cómo el auge de contenidos en redes sociales como Instagram o Tik Tok están cambiando la forma de consumir contenidos audiovisuales y escritos y las relaciones interpersonales y con el entorno.

A lo largo de este trabajo, es posible profundizar en los factores que contribuyen a que se produzca este fenómeno y en las consecuencias que puede generar en una etapa tan vulnerable como lo es en la adolescencia.

A partir de toda esta información, se establecerán las conclusiones. Además, este reportaje servirá como altavoz de denuncia para exponer una situación que poco a poco se está normalizando entre los más jóvenes.

Palabras clave: hiperconectividad; redes sociales; adolescentes; dopamina; atención

Abstract:

This final degree project, presents a detailed investigative feature on how the rise of content on social media platforms such as Instagram and TikTok is changing the way audiovisual and written content is consumed, as well as how it affects interpersonal relationships and individuals' connection with their surroundings.

Throughout this work, we explore the factors contributing to this phenomenon and the potential consequences it may have during a stage as vulnerable as adolescence is.

Based on the information gathered, conclusions will be drawn. Besides, this feature aims to serve as a form of social awareness, acting as a platform to denounce a situation that is gradually becoming normalized among younger generations.

Keywords: hyperconnectivity; social media; teenagers; dopamine; attention

ÍNDICE

1. Introducción y justificación.....	3
1.1 Difusión del reportaje.....	7
2. Metodología.....	7
2.1. Fase de Preproducción/Documentación.....	7
2.2. Fase de producción.....	8
2.2.1. Preparación y grabación de entrevistas.....	8
2.2.2. Planificación y grabación de planos recurso.....	9
2.3. Fase de Postproducción.....	9
3. Resultados del trabajo desarrollado.....	10
4. Conclusiones y discusión.....	13
5. Materiales utilizados.....	15
6. Guion literario.....	16
7. Bibliografía.....	25
8. Enlace a la pieza.....	31
9. Anexos.....	32
I. Anteproyecto.....	32
A) Temática, enfoque y justificación.....	32
B) Principales hipótesis.....	33
C) Presentación de los objetivos:.....	34
D) Cronograma de trabajo.....	34
E) Selección, presentación y justificación de las fuentes propias y documentales que aparecerán en el reportaje.....	36
II. Entrevistas completas.....	39
III. Presentación del autor y breve currículum.....	39

1. Introducción y justificación

En una era donde la inmediatez y las sensaciones rápidas y efectivas conforman los requisitos imprescindibles para las nuevas generaciones de usuarios, las redes sociales de contenidos efímeros y automáticos como Tik Tok han acaparado el foco de atención entre los más jóvenes. Concretamente, Tik Tok es otra red social más de todas las que existen donde se pueden crear y compartir vídeos con tus seguidores y amigos.

Sin embargo, este tipo de redes sociales ha evolucionado a tal nivel que, a través de la personalización de contenidos y funciones que proporcionan al usuario una experiencia a la carta. Esta dinámica refuerza la necesidad de inmediatez y dopamina, debilitando la paciencia, las relaciones sociales y cambiando los gustos de los usuarios a la hora de consumir contenidos. En este reportaje audiovisual, exploraremos los riesgos que conlleva una exposición prolongada a este tipo de contenidos y las posibles soluciones y estrategias que podrían implementarse desde diferentes ámbitos para abordar este desafío.

Para sustentar la necesidad de este trabajo, me apoyaré en una amplia gama de artículos y estudios relacionados con la temática. *Los móviles y el consumo de vídeos ganan peso en la formación de los jóvenes* (Aguilar, 2023) donde se expone la pérdida de atención entre los jóvenes durante los 15 últimos años. *¿Impaciencia o incapacidad para prestar atención? Cómo nos afecta quererlo (y tenerlo) todo para ya* (Machón, 2025) evidencia los diferentes problemas de salud que puede provocar la sobreexposición digital. Estos son algunos de los documentos más recientes que muestran la necesidad de realizar un estudio que exponga desde una mirada profesional el punto de vista de diversos expertos sobre las adicciones a las redes sociales.

El formato de reportaje audiovisual es idóneo, por un lado, porque permite capturar la atención del público a través de elementos visuales y auditivos, creando un producto más atractivo para una audiencia acostumbrada a informarse mediante el formato de vídeo. Por otro lado, es la mejor forma de exponer y recrear mediante imágenes, diferentes situaciones cotidianas que para muchas personas pasan desapercibidas y forman parte del día a día. Gracias a este formato, el reportaje

puede verse enriquecido a través de las entrevistas y testimonios, imágenes recurso de elaboración propia, recursos multimedia de bibliotecas y gráficos animados, los cuales brindan una experiencia más completa y envolvente.

En el artículo *Netflix nos está volviendo más tontos (y vagos). Su nueva estrategia lo demuestra* (Sanchis, 2025), arroja datos preocupantes que sustentan la información aportada durante el trabajo: “El 94% de las personas usan sus dispositivos mientras ven la televisión”. El conocimiento de estos datos por parte de la empresa ha derivado en la producción de series dentro de una categoría denominada “visualización casual”. Este microgénero recoge series, películas y programas diseñados para ser vistos mientras se realizan otras actividades. Gracias a este mecanismo, la compañía aumenta la retención de una audiencia que no necesita buscar otras alternativas para ver de fondo.

En cuanto a las fuentes de especialistas consultadas, he acudido a profesionales de diferentes campos para conseguir una visión total del tema. En primer lugar, entrevisté a Miguel Carvajal Prieto, director del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la UMH. Carvajal tiene un conocimiento profundo sobre el impacto de los medios digitales en la sociedad. Su experiencia en comunicación y transformación digital le permite analizar cómo los contenidos de rápido consumo afectan la capacidad de atención y concentración de las audiencias.

Además, he podido hablar con Clara Soler Soler, CEO de Sumeru y directora de SFD, Sumeru formación digital. Soler es consultora en comunicación y marketing digital y se encuentra en la primera línea de la creación y difusión de contenidos en redes sociales. Su presencia activa en plataformas como Instagram y TikTok demuestra cómo las redes sociales no solo impactan a las marcas, sino también a los consumidores individuales que se convierten en creadores de contenido y se relacionan de forma personal con las marcas.

Por otro lado, tuve la oportunidad de entrevistar a Daniel Lloret Irles, docente en el área de psicología evolutiva y de la educación en la UMH. Lloret aporta un enfoque fundamentado en el desarrollo cognitivo y los procesos de aprendizaje. Su especialización le permite analizar cómo el consumo de contenidos de rápido acceso en redes sociales influye en la atención y concentración de los estudiantes,

considerando factores como la plasticidad cerebral, la memoria y la capacidad de autorregulación.

Además, el vídeo aborda soluciones y enfoques desde el ámbito de la educación y la psicología y cuenta con el prisma de creadores de este tipo de contenido. También refunde la importancia de la educación y la concienciación tanto para los adolescentes como para las familias, con el fin de un uso responsable, reforzando valores claves en el desarrollo cognitivo y personal de los adolescentes. Por otro lado, el reportaje persigue exponer la pérdida de atención entre los jóvenes y las alteraciones en sus relaciones sociales con el resto de su entorno. Además, pretende evidenciar el cambio en las preferencias de los espectadores y usuarios al consumir un contenido audiovisual.

En resumen, el impacto de los contenidos de rápido consumo en los adolescentes es un tema de gran relevancia y complejidad en la sociedad actual. A través de esta pieza audiovisual, he recopilado información y puntos de vista de expertos en el campo de la psicología, educación, comunicación y creación de contenido. Mediante este trabajo pretendo aportar la imagen de una sociedad intoxicada por la necesidad de dopamina y estímulos intensos y generar conciencia sobre la pérdida de valor en las conversaciones profundas y los momentos irrepetibles. Al analizar las diferentes perspectivas y experiencias, se hace patente la necesidad de un acercamiento integral y colaborativo para abordar este fenómeno.

Es fundamental reflexionar sobre los cambios en la sociedad que la tecnología y las redes sociales traen consigo y la repercusión que tienen en nuestras vidas. Es imperativo conocer cómo la adicción a la dopamina crea burbujas que se interponen entre las relaciones sociales y distorsionan la realidad, creando hábitos que debilitan la comunicación, cultura y salud física y mental. Es necesario que la concienciación empiece desde la iniciativa de los padres, en coordinación con el trabajo de docentes y psicólogos, a través de charlas informativas y como parte de su educación diaria.

En conclusión, esta tendencia no debe subestimarse, ya que está moldeando la sociedad de forma paulatina y silenciosa y puede tener efectos perjudiciales a nivel físico, mental y social para los adolescentes. Toda la sociedad tiene parte de responsabilidad en este asunto: desde los creadores que crean estos contenidos;

pasando por los adultos que se mantienen al margen del tema y actúan de manera pasiva; hasta los jóvenes que no son conscientes del impacto que tienen en sus vidas.

1.1 Difusión del reportaje

La estrategia de difusión del reportaje está pensada para ser publicada en la plataforma de vídeo de YouTube. Este soporte es ideal para alojar el reportaje debido a su fácil acceso para el público general. Además, es la plataforma por excelencia para el consumo y creación de contenidos de larga duración. Por otro lado, se ha realizado un tráiler que se publicará en mi cuenta personal de Instagram que servirá como avance a modo de pequeña píldora para llamar la atención, aprovechando el formato de vídeos cortos de la red social.

2. Metodología

2.1. Fase de Preproducción/Documentación

- a) He establecido el enfoque del reportaje y he investigado y comprendido la tendencia de los contenidos de rápido consumo entre jóvenes de 13 y 25 años.
- b) He consultado fuentes confiables como estudios, estadísticas, noticias y testimonios relevantes.
- c) He identificado los objetivos del reportaje, como presentar los problemas que puede llegar a presentar esta tendencia, como la dependencia o el FOMO y cómo puede configurar la personalidad, hábitos diarios e interacciones con el entorno.
- d) He elaborado un esquema que recoge preguntas de las entrevistas y un guion americano con los planos o recursos audiovisuales necesarios para contar la historia. La fase de documentación se inició a principios de enero, y el primer contacto con las fuentes se produjo en marzo.

2.2. Fase de producción

2.2.1. Preparación y grabación de entrevistas

El reportaje cuenta con las intervenciones de profesionales de la temática como Miguel Carvajal Prieto, director del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la UMH. Rosario Maria Cutillas Beresaluce, jefa de estudios del I.E.S Gaia. José Alberto García Avilés, catedrático en el Área de Periodismo en la UMH. Daniel Lloret Irlés, docente en el área de psicología evolutiva y de la educación. Clara Soler Soler, consultora en comunicación y marketing digital. Beatriz Ruiz Cervera, creadora de contenido en redes sociales.

Se ha establecido contacto con los entrevistados vía correo electrónico y redes sociales, y se han programado las citas y asegurado su disponibilidad para la grabación. En algunos casos, ha habido contratiempos que me han obligado a realizar ajustes en el calendario, pero finalmente se han llevado a cabo con éxito. Cabe destacar la implicación y el interés por parte de los entrevistados por formar parte del reportaje que busca concienciar y visibilizar una situación que pasa desapercibida. Del mismo modo, debo agradecer la predisposición y flexibilidad para las grabaciones.

Para cada entrevistado se realizó un cuestionario con preguntas relacionadas con su ámbito de trabajo y especialización. La documentación previa sobre la formación de los profesionales ha sido clave para llevar a cabo una buena entrevista.

El equipo de grabación está formado por dos cámaras de vídeo Sony ZV-E10, un micrófono de solapa Hollyland Lark M1 y un trípode de fotografía de altura regulable.

Las entrevistas se han realizado cuidando la calidad en las imágenes y en el audio. Se ha procurado grabar en entornos cerrados y de interior con el menor ruido posible para garantizar una correcta iluminación en los planos y limpieza sonora en los audios.

2.2.2. Planificación y grabación de planos recurso

La grabación de las entrevistas se realizó de manera progresiva. Las dos primeras se realizaron el 3 de marzo de 2025 a Miguel Carvajal Prieto y José Alberto García Avilés en sus respectivos despachos en la Universidad Miguel Hernández de Elche. La tercera entrevista tuvo lugar el 2 de abril de 2025 con Daniel Lloret Irlés en su despacho en la Universidad Miguel Hernández de Elche. La entrevista de Rosario Maria Cutillas Beresaluce se realizó el 1 de mayo de 2025 en su domicilio debido a que el centro educativo se encontraba cerrado. La quinta entrevista con Clara Soler Soler tuvo lugar el 14 de mayo de 2025 en la tetería Jardín Najima (San Vicente del Raspeig).

Para la grabación de los planos recursos se han utilizado varios días de rodaje en distintas localizaciones y con diferentes personas. Los primeros días de rodaje tuvieron lugar el 1 y 2 de julio y se tomaron imágenes en mi domicilio personal y en la casa de una de las actrices. Durante la grabación se utilizaron diferentes ubicaciones de la casa para recrear situaciones cotidianas vinculadas a la dependencia de las redes sociales que reflejan la adicción y la desafección interna que estas provocan.

Por otro lado, el reportaje incorpora algunas imágenes salteadas de diferentes situaciones y localizaciones en exterior que se grabaron el 3 de julio debido a que, por cuestiones de desplazamiento, requerirían de más tiempo pese a que el número de planos era menor. Además, se tomó un plano en un tercer domicilio en el que se muestra la relación entre un abuelo y su nieto que representa el equilibrio entre la tecnología y el mundo real. Por último, se hizo uso del set de grabación del Servicio de Comunicación de la UMH para utilizar el croma verde.

2.3. Fase de Postproducción

Para la fase final de confeccionamiento del reportaje, comencé a editar las entrevistas en el programa de edición DaVinci Resolve. El primer paso fue sincronizar las entrevistas que contaban con 2 planos y apartir de ahí empezar a hacer los cortes pertinentes a los extractos de interés. Una vez había elegido los mejores momentos para construir el reportaje, intercalé ambos clips de las

entrevistas para ocultar silencios y eliminar partes innecesarias con el objetivo de agilizar el discurso de los entrevistados y evitar extender el corte de la entrevista más de lo necesario. De forma paralela, también he utilizado Adobe After Effects para realizar tareas secundarias para solucionar imperfecciones en el apartado de vídeo. Además, creé un rótulo para cada entrevistado inspirándome en el programa *Anatomía de...* (Producciones del Barrio, 2023).

Por otro lado, se han implementado diferentes planos recurso de elaboración propia con algunos recursos obtenidos de bibliotecas de imágenes de uso libre. Para el montaje y edición de estos planos, he buscado dotarlos de una estética similar a los reportajes del programa mencionado anteriormente, con un toque cinematográfico que se aleja de lo que se acostumbra a ver en los noticiarios.

3. Resultados del trabajo desarrollado

Impacto de las redes sociales en el consumo de contenidos

Desde el auge de las redes sociales, la creación y el consumo de contenidos audiovisuales ha ido en detrimento, hacia una tendencia de vídeos cortos en masa. Los vídeos en redes sociales han recortado tiempos y han pasado de durar 1 minuto a escasos 20 segundos. Estos datos dejan patente que los usuarios han perdido capacidad de paciencia y atención para consumir contenidos más largos y profundos. Cada vez más, empresas como Tik Tok o Netflix compiten por la atención de unos usuarios que han implementado la multitarea como parte fundamental en su vida diaria.

Los contenidos en redes sociales están diseñados para captar la atención en los 3 primeros segundos porque el tiempo que aguantan los usuarios sin pasar de vídeo es efímero. Este hecho llama la atención porque es uno de los motivos por los que los contenidos audiovisuales están cargados de estímulos: efectos, transiciones rápidas, subtítulos, vídeos en multipantalla, etc. Los usuarios valoran mucho su tiempo y no están dispuestos a perderlo en una única tarea. Por ello, el diseño de plataformas como Tik Tok y los algoritmos diseñados para mostrar vídeos según la afinidad del usuario, les absorbe en una infinidad de vídeos automáticos.

De esta forma, están configurando consumidores que reciben contenidos masticados e ilimitados y que actúan de manera automática, sin tener un espacio para pensar o reflexionar sobre qué quieren realmente. Este hecho se traslada al sector de la comunicación y la información, ya que los ciudadanos, en muchas ocasiones, son víctimas de bulos y *fake news* debido a que no verifican la información. Esa actitud superficial que han interiorizado por los contenidos en redes, se ve reflejada cuando solo retienen la información del titular de una noticia o cuando no se paran a pensar o reflexionar sobre lo que están leyendo.

Espectadores impacientes y multitarea

Compañías como Netflix tienen constancia de que el 94% de sus usuarios utiliza el móvil mientras utilizan la plataforma. Esta conducta está cambiando el panorama de las producciones audiovisuales con categorías como “visualización casual”. De esta manera, ganan ambas partes: los usuarios pueden tener un vídeo de fondo sin que este interrumpa su actividad con el móvil y Netflix mantiene su lista de suscriptores. Esta tendencia provoca que las productoras apuesten por productos audiovisuales más cortos y superficiales para que el espectador no tenga que hacer mucho esfuerzo a la hora de consumir contenidos.

Esta estrategia supone que los usuarios prefieran contenidos más cortos. De acuerdo con el estudio de Talker Research. (2024, abril 24), en la que participaron 2.000 personas en una encuesta sobre gustos cinematográficos, se determinó que el tiempo ideal que debería durar una película es de 92 minutos. Es curioso ver como este estudio revela que existe una tendencia en la que los espectadores no son capaces de mantener su atención centrada durante más de una hora y media seguida. Sin embargo, cuando se trata de ver vídeos de manera automática en TikTok el tiempo se dilata a una escala mucho mayor.

Configuración de usuarios burbuja

El hecho de estar permanentemente conectados a las redes sociales y al entorno digital está afectando a las capacidades de memoria de los más jóvenes y ello

deriva en problemas relacionados con su aprendizaje. Además, llama la atención que la exposición a esa hiperconectividad afecta negativamente a las habilidades sociales, tanto en las relaciones interpersonales como en la comunicación. El uso masivo de estas tecnologías aíslan a los usuarios de su entorno y perjudican las interacciones sociales. Utilizan sus redes para atrapar a los usuarios en una espiral de dopamina y entretenimiento que no les deja espacio para distanciarse del espacio virtual y relacionarse con el mundo real.

Por otro lado, la costumbre del uso de estas tecnologías produce una sensación de dependencia con estas. Este síntoma provoca que los usuarios estén permanentemente conectados, incluso cuando están en presencia de otras personas como sus familiares o amistades. Preocupa especialmente el deterioro de estas relaciones, ya que no favorece la comunicación entre las personas y crea barreras que nos convierten en personas menos gregarias, hacia usuarios más individualistas y escudados detrás de una pantalla.

Cultivo de enfermedades mentales

Desde el prisma de la psicología y la educación, la alta velocidad de consumo y la hiperconectividad convierten a las redes sociales en un escaparate extendido a nivel global. A ello se suma la alta exposición a la que están sometidos los usuarios, los cuales sufren las consecuencias de la realidad distorsionada que fomenta este tipo de redes sociales. La falta de conciencia para diferenciar la realidad de la ficción en el entorno virtual provoca que muchos jóvenes experimenten una crisis a nivel personal relacionadas con su físico, ya que generan una necesidad de parecerse a lo que ven en redes sociales.

Por otro lado, se ha demostrado que el FOMO es un sentimiento extendido que incita a acceder a todos los contenidos, tanto sobre entretenimiento como de la vida personal de los usuarios, de manera inmediata. El sentimiento de estar perdiéndose algo importante dentro de las pantallas está opacando las necesidades y los problemas reales de los individuos. Además, otros problemas como el cansancio o el sedentarismo cada vez más se extienden entre los jóvenes. Esto afecta a su capacidad de atención durante las clases, ya que no tienen la energía suficiente

para rendir durante su jornada escolar. Además, la ausencia de actividad física o de actividades extraescolares les impide tener una vía de escape ante la gran ola de las redes sociales que inunda sus vidas con estímulos y entretenimiento barato.

4. Conclusiones y discusión

En una era determinada por la hiperconectividad y la inmediatez, los gustos de los consumidores están virando hacia contenidos volátiles y efímeros que no profundizan ni aportan ningún tipo de valor, sino que se quedan en la capa más superficial de la sociedad. Las producciones audiovisuales que dependen de las suscripciones de los usuarios diseñan series y películas masticadas para que los espectadores no tengan que concentrarse demasiado en un único punto y puedan utilizar otros dispositivos de manera paralela. Llegados a este punto, no es de extrañar que la sociedad avance hacia la multitarea. Ese sentimiento de querer abarcarlo todo a la vez, no permite realizar una tarea en su plenitud ni tampoco profundizar en ella. Queremos ser rápidos, eficientes y tardar el menor tiempo posible, aunque ello ponga en compromiso la calidad del trabajo o la experiencia.

Como consecuencia, esta tendencia crea un grado de adicción tan elevado que los usuarios no saben vivir desconectados de las pantallas, incluso en compañía de otras personas. Este hecho deja patente que la falta de equilibrio en el uso de estas tecnologías está configurando individuos, cada vez, menos sociales y que se aíslan del resto de su entorno dentro de una burbuja. Hoy en día, resulta extraño observar una reunión de amigos en la que los teléfonos móviles no formen parte del grupo. El uso de los terminales en presencia de otras personas, está sustituyendo a las conversaciones e interacciones reales y en persona.

Otro de los grandes problemas de tener prácticamente todo al alcance de la mano es la necesidad de resultados inmediatos y efectivos. Desde importantes avances como internet, los mensajes instantáneos, las mejoras en redes y el recorte de tiempo de los servicios de mensajería, las personas se han vuelto más impacientes. El hecho de satisfacer cualquier necesidad con un solo click ha agotado la paciencia de unos usuarios que buscan la velocidad y la inmediatez para no perder tiempo de su vida. Esto puede derivar a un sentimiento de frustración cuando, en otros ámbitos

como el éxito académico, profesional o económico, no se logra conseguir los objetivos establecidos. Esta dinámica tiene su desenlace en el abandono de esas metas que no se persiguen con la persistencia necesaria.

Tras haber realizado esta investigación, he tomado conciencia de la gravedad de todo este asunto en la configuración de las nuevas generaciones y en los cambios que están experimentando las actuales. Desde que comencé a indagar, he estado observando más a mi alrededor y he podido comprobar de primera mano que muchas personas viven atadas a las redes sociales. Es una problemática que no está teniendo la relevancia suficiente porque es una situación que paulatinamente se ha normalizado y porque probablemente no sea de interés mediático.

Creo que estas tendencias están virando hacia un futuro en el que las personas funcionan en modo automático y no razonan ni reflexionan sobre lo que hacen. El hecho de no cuestionar ningún aspecto de la sociedad ni pararse a pensar sobre lo que quiere uno mismo, es un síntoma de falta de autocrítica y pensamiento consciente. El consumo sin límites de este tipo de redes desemboca en un río caracterizado por la superficialidad y una vez estás dentro de él es complicado nadar a contracorriente.

Más allá de su uso como una herramienta cotidiana y beneficiosa para nuestro día a día, las redes sociales han pasado a ser necesidades impuestas. Se han colado en prácticamente todos los aspectos de la vida diaria hasta el punto de ser determinantes en comportamientos, decisiones y aspiraciones personales. Esta relación de dependencia no solo moldea la forma en la que interactuamos con el entorno, sino que influye en nuestra identidad y autoestima, especialmente en los más jóvenes, que construyen su visión hacia ellos mismos a través de métricas como el número de “me gusta” o de seguidores. La validación externa se ha impuesto a la valoración interna, lo cual fomenta una cultura de la comparación constante, ansiedad e insatisfacción crónica.

La propuesta de este reportaje dista de llevar a cabo una campaña contra las redes sociales porque si analizamos las ventajas y avances que han traído consigo, deberíamos estar agradecidos. Las redes sociales fueron diseñadas para conectar a

las personas y superar las barreras físicas de la comunicación. Además, han creado un espacio de prosumidores, es decir, usuarios que pueden consumir y crear contenidos con libertad, bajo unos parámetros y normas. Por otro lado, en muchas de ellas se puede encontrar todo tipo de contenido relacionado con la divulgación, enseñanza, reflexión, ayuda y concienciación social, por lo que también pueden llegar a ser un espacio de fácil acceso para personas con menos recursos.

Sin embargo, lo que realmente persigue esta investigación es dar voz a un problema invisible que se ha interiorizado en la sociedad. Es imperativo encontrar el punto de equilibrio en el uso de las redes sociales para no descuidar las relaciones personales. Valorar más las experiencias reales y los momentos reposados como leer un libro, observar un paisaje o ver una película sin interrupciones. Son pequeños momentos que pasan desapercibidos y poco a poco se tiende a menospreciarlos.

La masificación de la tecnología está en un punto que llega a ser demasiado absorbente, sobre todo para los más jóvenes. Es primordial ofrecer una educación desde temprano para generar conciencia entre los infantes y adolescentes y restringir el uso de la tecnología al mínimo hasta que alcancen una edad de madurez considerable. Promover actividades y experiencias que enriquezcan su desarrollo social y cognitivo, también es clave para favorecer el desapego por la tecnología, para que, de esa manera, comprendan que es una herramienta ajena a ellos.

La tecnología, y en concreto las redes sociales son un arma de doble filo donde hay que poner el foco mediático y concienciar sobre las consecuencias que pueden acarrear. No debemos huir de ellas ni criminalizar su uso, sino crear un entorno donde se concientice y eduque en el uso adecuado de las redes sociales.

5. Materiales utilizados

Para la grabación de las entrevistas y los planos se han utilizado 2 cámaras Sony ZV-E10, ideal por su diseño compacto y ligero y por la versatilidad que ofrece combinado con un objetivo fijo y otro variable. Además, se montaron en 2 trípodes

de fotografía. Por otro lado, para la grabación de sonido se usó un micrófono inalámbrico de solapa, concretamente el Hollyland Lark M1, perfecto para obtener una calidad de audio óptima y reducir el ruido externo e innecesario. Para el tema de la iluminación, he utilizado 2 focos Neewer Bi-Color 660. Por último, se utilizó el gimbal FeiyuTech AK2000C para lograr planos de seguimientos estabilizados.

6. Guion literario

ATRAPADOS EN LA BURBUJA DE LAS REDES

Las redes sociales han irrumpido en nuestras vidas. Sin darnos cuenta, nos hemos convertido en esclavos de la tecnología. En el programa de hoy veremos: “Atrapados en la burbuja de las redes”.

Muchos de ustedes no lo notarán, pero donde más se acentúa es en los adolescentes. No somos conscientes de lo absorbentes que pueden llegar a ser y el impacto que tiene en la sociedad nos está alejando de nuestro alrededor. Según un informe de la Universitat Oberta de Catalunya del año 2023, los jóvenes pasan una media de 7 horas diarias conectados y entre un 5 % y un 25 % de los usuarios y usuarias de internet sufren adicción a las redes sociales.

Este fenómeno está provocando que los adolescentes pierdan capacidad de atención, concretamente de 12 a 8,2 segundos en los últimos 15 años. A esto hay que sumarle que necesitan estímulos inmediatos cargados de dopamina.

Las compañías y empresas como Tik Tok o Instagram son conscientes de esta situación. Ya no tienen intermediarios para llegar a los clientes. Ahora son ellas las que se han quedado con la atención de las audiencias.

Miguel Carvajal

Las plataformas tienen una gran ventaja y es que, como tienen todos los datos de cómo consumen los usuarios el contenido, pueden perfilar los algoritmos para tratar de mantenerles el máximo tiempo posible en sus plataformas. Así que las plataformas, la clave que ellas desarrollan es conseguir altos tiempos de permanencia, fomentar que el usuario esté enganchado a los contenidos, así que

privilegian contenidos que les tocan visceralmente, que les emocionan, que les generan odio o rechazo o emoción o placer.

En 2021 Frances Haugen, una antigua empleada de Facebook sacó a la luz un informe que acusaba a la compañía de anteponer el beneficio sobre la seguridad. Dicho informe reveló que las chicas que estaban más activas y atentas a las redes sociales, presentaban depresión, insatisfacción corporal y peor estado de ánimo. Descubrieron que al 30% de las usuarias les afectaba negativamente en su estado de ánimo.

Daniel Lloret

Y no hicieron nada. ¿Por qué no hicieron nada? Obviamente porque lo que les interesaba es que siguieran atentas porque las métricas de uso de las redes sociales corresponden a la actividad. Si tenías un problema de ansiedad, pero si ese problema de ansiedad te llevaba a hacer más clics o a hacer un scroll o a mantenerte más tiempo, tu problema de ansiedad era mi beneficio económico.

Las redes sociales por sí solas son como una telaraña que te atrapa con contenidos atractivos que satisfacen rápidamente a los usuarios. Ese es el gancho de estas plataformas: la inmediatez y la velocidad. Lo que más prima en estas plataformas son las multipantallas y contar historias en el menor tiempo posible para poder verlo todo haciendo scroll infinitamente.

Clara Soler

Es verdad que ahora se lleva mucho eso, transiciones, efectos, el vídeo súper rápido, el... Pero porque ese consumidor al que se están dirigiendo esos vídeos busca eso, busca esa inmediatez, esa rapidez. Vive rápido. Lo quiere absolutamente todo y verlo todo.

Bea Ruiz

Sí que es verdad que en los últimos años Tik Tok ha sido como la plataforma, la red social que más en auge ha estado porque se ha puesto como súper de moda,

incluso pisando a Instagram. Por el contenido rápido. De hecho, Instagram copió a TikTok con los Reels y demás y luego YouTube, no sé si fue antes o después que Instagram, pero también con los YouTube Shorts. Y viene todo esto por la inmediatez y que sean vídeos rápidos o sobre estimulantes y pispas y ya está.

Fabio Castelló

Chavales, no os lo vais a creer, pero el otro día..

Bueno, el otro día fui a comprar aquí, al lado de mi casa y...

Pero, ¿esto es en serio?

Mira tío yo paso de grabar así

Estamos en un momento en el que las grandes multinacionales no quieren dejarnos pensar. Su estrategia es clara: darnos contenidos para consumirlos sin pensar y no tomar decisiones. Este hecho se refleja en el ámbito de la comunicación. Los periodistas van a remolque de la inmediatez para ser los primeros en dar la exclusiva, pero muchos de ellos no se paran a comprobar la veracidad de los hechos. Y teniendo en cuenta el panorama actual, es poco probable que los usuarios se paren a contrastar la información.

José Alberto García

La información es como una gran ola, como un tsunami que se desplaza y acaba inundándolo todo a través de gente que empieza a compartir lo que le llega y recordemos que esos fakes, esos contenidos desinformadores consisten ahora con la inteligencia artificial en píldoras muy bien hechas, pero de dudosa veracidad, y nadie se para a comprobarlo. Con lo cual, la ola, el tsunami, se va extendiendo de una manera cada vez más rápida, de una manera cada vez más voluminosa, y hace que la desinformación, hoy día, es uno de los grandes problemas en las redes sociales, pero no solo en las redes, sino para el conjunto de la sociedad, porque la ciudadanía no es capaz de tomar decisiones si esa información que tiene realmente está basada en algo falso, en algo que es desinformado.

Otro problema que está creciendo entre los jóvenes es la pérdida de paciencia. La tecnología avanza y con ella se reducen los tiempos de respuesta. Mientras que

hace unos años, cuando se realizaban compras por internet, el tiempo de espera era de una semana, ahora se ha reducido a las 24 horas. Lo mismo ocurre cuando esperamos la respuesta de alguien a quien hemos escrito o llamado al móvil porque sabemos que todos lo llevamos encima. No responder a tiempo puede ser motivo de conflicto en muchas relaciones sociales.

Clara Soler

Si una marca no se sale un poquito de la línea de lo habitual, es muy difícil que la gente te vea, te siga y se quede contigo. Es captar a alguien en los primeros 3 segundos, meternos en un meme o en una tendencia que hay ahora porque si no la gente...

José Alberto García

Antes, los vídeos de un minuto parecían que era la tendencia y ahora estamos en vídeos de 15-20 segundos. Con lo cual, se puede decir que el consumo de información audiovisual se ha acelerado y se ha cortado notablemente, en detrimento de los formatos más largos. Es decir, fogonazos, clips de imágenes que tienen poco espacio para que se entienda realmente de lo que se habla en esos vídeos.

Cada momento de tiempo libre se llena con las redes sociales. No hay espacio para desligarse del mundo virtual y reconectar con el mundo real. No hay tiempo para reflexionar sobre quiénes somos, qué pensamos o qué queremos.

Daniel Lloret

El hecho de tener una hiperestimulación como la que tenemos, es decir, el hecho de que seamos multitarea todo el rato, en el sentido de que tenemos que atender el teléfono en sus múltiples facetas, de llamada, WhatsApp o redes sociales, o atender Internet, o más allá de las conversaciones que estamos teniendo, o con otra gente... Esto genera una especie de gran flujo de información que tenemos que atender, pero que no podemos profundizar, porque vamos saltando de uno a otro. Es el estilo este de videoclip, en donde van muy rápidas las imágenes, ¿no? Así es la vida que nos estamos imponiendo.

Curiosamente existe una necesidad de los seres humanos de controlar su entorno de manera inmediata y total. Esto se conoce como hiperconveniencia, y está creando una burbuja donde podemos preparar y revisar el mensaje que vamos a enviar de un modo más cómodo. De esta forma evitaríamos el enfrentamiento a la presión del directo, pero también atrofian las habilidades sociales y las capacidades para comunicarnos.

Daniel Lloret

Esto es mucho más complejo la vida real que un videojuego que te dan unas reglas que si te matan ya sabes lo que pasa y si alcanzas el brillante pues ya sabes que tienes una armadura nueva o lo que sea. Ahora dime tú ¿cuál de los dos escenarios es más pedagógico? ¿Dónde haces más cosas? ¿Dónde trabaja mejor o más tu cerebro? La vida es más que la agudeza visual o la psicomotricidad fina o cualquier competencia que puede estar muy bien y que hay videojuegos que las desarrollan muy bien pero la vida es una constelación de competencias que se unen en una persona y eso es cuando te lo dan tan empaquetadito como en un videojuego pues haces lo que pone ahí.

Poner el piloto automático está sustituyendo a la reflexión paciente.

Existe una tendencia a la multitarea. Sentimos que podemos hacerlo todo a la vez para no perder ni un segundo de nuestro tiempo. ¿Quién no ha usado el móvil mientras tiene una serie de fondo o ha escuchado un podcast mientras jugaba a un videojuego? Centrar la atención en un único foco es algo casi impensable en un ecosistema dominado por la tecnología.

Según los informes de la Universitat Oberta de Catalunya el 25% de los jóvenes olvida detalles importantes de sus familiares y amigos y el 7% de la gente olvida su cumpleaños de vez en cuando.

Estamos asistiendo a una etapa en la que los usuarios están perdiendo capacidad de memoria. La memoria es una función básica del cerebro, y gracias a ella las personas aprenden a hacer cosas. En un entorno cargado de hiperestimulación y de distracción, la capacidad de atención se deteriora notablemente.

Según apuntan profesionales del sector, Netflix está presionando para que escriban guiones más simples que favorezcan una “visualización casual” de contenido. Un ejemplo de ello lo encontramos en la película *Un deseo irlandés*, protagonizada por Lindsay Lohan. En una escena clave, la actriz le dice a la persona que le gusta: “Pasamos un día juntos. Admito que fue un día hermoso, lleno de vistas bonitas y lluvia romántica, pero eso no te da derecho a cuestionar mis decisiones de vida. Mañana me caso con Paul Kennedy”.

Esta escena que más bien parece una descripción de audio, es el resultado del seguimiento que la compañía hace a sus usuarios. Las plataformas de streaming saben mejor que nadie que estamos pegados al teléfono a todas horas. Tanto, que el 94% de las personas usan sus dispositivos mientras ven la televisión. Los espectadores no quieren pensar demasiado y solo consumir lo que le pongan delante. Este hecho produce 2 efectos: primero, las producciones disminuyen su calidad porque no es necesario que sean buenas o entretenidas; y segundo, la formación de una audiencia que hace scroll infinito mientras un algoritmo invisible le susurra al oído qué ver.

Analizar el comportamiento dentro de las aulas es crucial para valorar si la pérdida de interés asociada con la inmediatez está mermando la capacidad de las nuevas generaciones de prestar atención a una sola tarea.

Rosa Cutillas

No soy muy partidaria. Con todas las distracciones que hay hoy en día... Yo aprovecho mis clases para que estén focalizados y centrados. Yo les digo al principio de la clase... Vamos a trabajar esto. Vamos a aprender esto. ¿Por qué vamos a aprender esto? Y nos vamos a centrar en esto. Porque ellos con cualquier pequeña cosa ya están muy distraídos. Si hubiera multitarea, debería haber más de un profesor en el aula. Y las tareas y los roles deberían estar muy bien asignados.

Daniel Lloret

Los procesos de aprendizaje basados en otras tecnologías, como puede ser el lápiz y el papel, o por ejemplo, escribir la escritura a mano, la caligrafía, frente a la escritura con teclado. Claro, cada uno tiene sus ventajas. Pero si estamos hablando de construir un cerebro que está madurando en una infancia y en una adolescencia,

es más... Es más holístico, es más complejo escribir a mano, porque al fin y al cabo. Mueve más piezas.

Rosa Cutillas

En clase sí que suelo hablar mucho yo de redes sociales. Hablo mucho de la alimentación, hablo mucho del descanso. Hay que tener en cuenta que, claro, inglés abarca todas estas temáticas.

La frustración es otro tema que yo trato bastante con ellos. Cuando ven que algo no funciona, abandonan. Tienes que hablar de los temas cotidianos, del tema de la frustración, del tema de cómo abordarlo. Porque son cosas que ellos desconocen y cada vez están más presentes.

Mira, hace los últimos días de clase, hablábamos precisamente de las recompensas, ¿no? Yo decía, es que hoy en día, que... Pensad en algo que realmente quisierais y no teméis. Y que no tenéis. Y cuánto tiempo tardaríais en conseguirlo. ¿Qué pregunta es esa, profe? Es que eso no existe hoy en día. Primero, tenemos todo lo que queremos. Tenemos todo lo que queremos. Es que no puedo pensar en algo que yo no tenga y quiera.

Rosa Cutillas

Entonces, ¿qué ocurre? Pues eso, que tú les preguntas a qué te quieres dedicar cuando ya tienen una edad, o ya... da igual la edad que lo preguntes. No tienen ni idea, ni siquiera lo han pensado. No piensan en qué pasará después. Entonces, creo que ellos están viviendo el día a día, sumergidos dentro de las pantallas. Y no miran más allá. Y cuando he tenido reuniones con los padres les he dicho, es importantísimo el deporte. Cuando han venido padres a decirme, lo hemos castigado y lo hemos quitado de tal deporte. No. No. Todo lo contrario. Y van todos encaminados a esto. Que hoy en día, tanto los niños como los adolescentes, no se mueven lo suficiente. Y está provocando muchos problemas mentales.

Hoy en día, estamos concienciados sobre los graves problemas de salud que pueden provocar las adicciones. El tabaco, las drogas o las apuestas son claras fuentes de adicción, pero ¿qué ocurre con las redes sociales? Aquí tienen varios datos:

El 20,8 % de las personas presenta síntomas de insomnio. El 81 % de los jóvenes españoles sufre nomofobia. Y 4 de cada 10 adolescentes está conectado para no sentirse solo. Estas plataformas crean una imagen falsa de la realidad.

Daniel Lloret

Lo que nosotros hemos visto en nuestros estudios es que la necesidad de encontrar una referencia, una comparación social, estar en las redes sociales para crear una identidad y compararse con... Por ejemplo, si yo soy... Si yo soy físicamente atractivo o no, eso no es un valor absoluto. No es que tú seas guapo o seas feo, no. Es que te tienes que comparar para contestar esa pregunta. Entonces, esa función de comparación social, de aceptación física o de autoconcepto físico, pero también hay un autoconcepto emocional, un autoconcepto social... Si soy o más feliz, o si soy o más triste, esto lo hago mediante comparación. Y sabemos que en las redes sociales la mayoría es mentira. Hay una tiranía de la felicidad que si nos la creemos, o si no tenemos las herramientas, de decir, bueno, esto es pura invención, entonces caemos en esas redes.

Bea Ruiz

Pues mira, yo te puedo decir ahora la respuesta bonita. Sí, somos conscientes de qué tal, pero yo creo que sí, somos conscientes, la mayoría, pero no lo tenemos en mente, porque al final actuamos de forma egoísta y ya no a malas, simplemente pues es tu trabajo, tú quieres posicionarte lo mejor posible, quieres estar trending topic, quieres ser más que este, más que el otro. Hay muchísima competitividad. Yo creo que lo más importante aquí sería crear contenido de calidad, y ya está, y ser buena persona.

Otro de los grandes problemas de la hiperconectividad es el FOMO: "Fear of missing out" o "miedo a perderse algo". Es como una voz interior que te susurra que vas a perderte algo importante. Y genera una necesidad de atender a todo tu entorno virtual para estar al tanto de todo lo que pasa en internet y de las últimas tendencias. Este sentimiento refuerza la dependencia con las redes sociales.

Daniel Lloret

El FOMO sería la respuesta lógica a la falta de sociedad. el sistema se activa tanto por una atracción —porque te gusta o te apetece— como por un miedo, por un rechazo. Es decir, el FOMO sería el sistema compensatorio del rechazo. Es decir, yo no quiero que me saquen del grupo de WhatsApp, o no estoy recibiendo los likes que esperaba recibir.

La cuestión ahora es: ¿se puede revertir esta situación?

Daniel Lloret

En este sentido, la asociación de pediatría, la española y la de otros países, es muy clara. Por ejemplo, recomienda cero pantallas. Y el uso de pantallas a partir de los dos años es mínimo. Si pudiera ser cero pantallas hasta los cinco años, mejor.

Dentro de las aulas, es necesario empatizar con el alumnado y tener un trato cercano abordando cuestiones del día a día. Crear un espacio donde los estudiantes puedan tener confianza para hablar sin tapujos. Integrando temas de conversación comunes que puedan llamar su atención.

También los medios de comunicación deben devolver los contenidos más largos y ricos en información veraz.

José Alberto García

La clave está en otros medios que apuesten por formatos más largos, más extensos, con mayor profundidad, que sí que expliquen las complejas realidades de la información, de la economía, de la política, de la sociedad, de los fenómenos que afectan a nuestras vidas diarias. Es decir, atreverse a escuchar primero, que los lectores le digan lo que realmente pasa por su cabeza y que el periodista, entonces, sea capaz de ofrecerles con una respuesta, con un periodismo, que de verdad afronte lo que sus lectores necesitan.

Por otro lado, existe la posibilidad de que vuelvan los contenidos más reposados.

Bea Ruíz

Y yo creo que, a ver, que en su día sí que es verdad que era como lo más importante, o sea, seguir eso, pero yo creo que está volviendo el contenido rápido. O sea, los vídeos de larga duración, todo el YouTube, los vídeos de YouTube, los vídeos gratuitos. Y los largos en TikTok y demás, está como resurgiendo. Y es porque se está volviendo a valorar todo eso y me parece súper bien porque al final nos estamos quedando todos tontos de ver contenido tan rápido con tanto estímulo.

En una sociedad corrompida por la tecnología y las redes sociales, todavía es posible desintoxicarse y volver a conectar con la realidad.

Miguel Carvajal

Valorando lo que no es digital, valorando la presencia real, lo que es auténtico, la conexión humana, el producto impreso, el libro, la conversación, la naturaleza, educando la importancia de estar presente en las cosas que hacen del día a día. que aprendan a valorar los eventos, los encuentros con compañeros de clase, con la familia, con los amigos, con los docentes, saborear un buen paisaje, el arte, la música, la lectura, por supuesto. Ese tipo de tiempos que al final les permitan conectar con el presente.

Las redes sociales son otra forma de comunicación virtual pensada para conectar a las personas, pero también han creado barreras y han puesto nuestras vidas a velocidad por 2. Por eso, hay que buscar el equilibrio y hacer un uso moderado de las redes. Debemos cuidar las relaciones reales y guardar un espacio para reflexionar sobre temas más profundos, hablar con nosotros mismos y conectar de manera real.

7. Bibliografía

Accenture (2023, febrero) El futuro del consumo de contenidos digitales. UOC.

<https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/0bd74de4-e8dc-4765-8e03-95f2d1f6f4d3/content>

Aguilar, X. (2023, 3 febrero). Tendencias de consumo digital entre los jóvenes. UOC.

<https://www.uoc.edu/es/news/2023/052-comsumo-digital-tendencias-jovenes-eLinC>

Anonymous Man Playing Slot Machine - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/anonymous-man-playing-slot-machine-104248/?q=casino>

Blurred Night City lights reflecting on moving vehicle - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/blurred-night-city-lights-reflecting-on-moving-vehicle-3287471/?q=speed>

Busy man typing at the office - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/busy-man-typing-at-the-office-1119222/?q=working>

Casino Roulette - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/casino-roulette-600060/?q=casino>

Close-Up of Man Texting - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/close-up-of-man-texting-1772449/>

Couple using mobile phone at home - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/couple-using-mobile-phone-at-home-2778198/>

Courier delivering a parcel - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/courier-delivering-a-parcel-960021/>

Crowd dancing at music concert - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/crowd-dancing-at-music-concert-196434/>

Crowd using phones at concert - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/crowd-using-phones-at-concert-142511/>

del Barrio, P. (2023). Anatomía de.. La Sexta.

<https://www.atresplayer.com/lasexta/programas/anatomia-de/>

Drugs and Alcohol - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/drugs-and-alcohol-229809/?q=addiction>

Exhausted Woman watching TV show - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/exhausted-woman-watching-tv-show-804103/>

Expanding Pupil - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/expanding-pupil-223566/?q=eye.dilate>

Fernández, M. (2024, 13 octubre). Manuel Armayones: «Las redes están diseñadas para proporcionarnos dopamina, dopamina y dopamina y no dejarnos pensar».

ElHuffPost.

<https://www.huffingtonpost.es/life/salud/manuel-armayones-las-redes-disenadas-proporcionarnos-dopamina-dopamina-dopamina-dejarnos-pensar.h>

Hands Playing Drums - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/hands-playing-drums-210493/>

Happy Man raises his hands up - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/happy-man-raises-his-hands-up-1985733/>

Hasanbekava, D. (2020, November 17). Vídeos de stock gratuitos sobre adulto, analizando, anónimo, artículo, artículo de noticias, atención, cándido, comunicación, concentrarse, conversación. [Video]. Pexels.

<https://www.pexels.com/es-es/video/sin-rostro-periodismo-papel-leyendo-5905282/>

Incertis, R. R., Hortas, I., Incertis, R. R., & Hortas, I. (2025, 29 enero). La trampa de la hiperconveniencia o por qué nos hemos vuelto adictos al todo-ya-para mí: "Estamos atrofiando la parte del cerebro que sirve para tomar decisiones"

ELMUNDO.

<https://www.elmundo.es/papel/historias/2025/01/28/67990eeae4d4d873488b45be.html>

Large wall with multi-screen. - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/large-wall-with-multi-screen-2552114/>

Live news broadcasting - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/live-news-broadcasting-871827/>

Man using Computer Mouse - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/man-using-computer-mouse-1324125/?q=mouse>

Man Twirls Thumbs - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/man-twirls-thumbs-157508/>

Man using Hologram Control Panel - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/man-using-hologram-control-panel-107054/>

Man Watching TV at Night Close-Up - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/man-watching-tv-at-night-close-up-903636/>

News crew filming live coverage of street protest - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/news-crew-filming-live-coverage-of-street-protest-2390199/>

New Year Fireworks - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/new-year-fireworks-2504558/>

New York City Intersection Walk Sign - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/new-york-city-intersection-walk-sign-852230/>

Nose of a boy smelling the freshness of pure air outside - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/nose-of-a-boy-smelling-the-freshness-of-pure-air-outside-2506490/?q=breath.nose>

Pexels. (n.d.). Los mejores 800+ vídeos de Cinema · Banco de Imágenes Gratis · Vídeos de archivo de Pexels. <https://www.pexels.com/es-es/buscar/videos/cinema/>

Pexels. (2021, August 5). Vídeos de stock gratuitos sobre abrumado, adulto, adulto joven, agotado, agotamiento, ansiedad en la oficina, camisa blanca, cansado, concentración, concentrarse. [Video]. Pexels.

<https://www.pexels.com/es-es/video/ojos-sentado-lampara-agotamiento-9080637/>

Pexels. (2021, February 4). Vídeos de stock gratuitos sobre #interior, adentro, adulto, camiseta, chica, con el corazón roto, conciencia de sí mismo.[Video]. Pexels.

<https://www.pexels.com/es-es/video/mujer-habitacion-tarde-reflejo-6717423/>

Politician answers press questions, gives interview on television - Stock video | Motion array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/politician-answers-press-questions-gives-interview-on-television-2422277/>

Printing Press - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/printing-press-321370/>

Printing Press - Stock Video | Motion Array. (s. f.-b).

<https://motionarray.com/stock-video/printing-press-223220/>

Printing Press at work - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/printing-press-at-work-1013154/>

Production, M. (2021, March 28). Vídeos de stock gratuitos sobre adentro, afligido, agotado, aislamiento, ansiedad, ansioso, autorreflexión, callado, chica, confundido, contemplación, deprimido, desesperación. [Video]. Pexels.

<https://www.pexels.com/es-es/video/persona-mujer-sentado-frustracion-7279034/>

Racing Binary Code Background - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/racing-binary-code-background-1119350/?q=data.binary%20code>

Razón, L. (2021, 5 octubre). Frances Haugen, la ex empleada de Facebook que filtró datos horribles de la compañía y puso contra las cuerdas. La Razón.

<https://www.larazon.es/internacional/20211005/rudqgzetfnc5xiyrghkyiirjwi.html>

Reel to Reel Tape Deck - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/reel-to-reel-tape-deck-182499/>

Reporters crowd together to take photos - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/reporters-crowd-together-to-take-photos-1227063/>

Robinson, L., & Smith, M., MA. (2024, 14 agosto). Las redes sociales y la salud mental: Adicción a las redes sociales. HelpGuide.org.

<https://www.helpguide.org/es/problemas-de-la-adolescencia/las-redes-sociales-y-la-salud-mental>

Saavedra, E. M., Saavedra, E. M., & Saavedra, E. M. (2025, 3 enero). ¿Impaciencia o incapacidad para prestar atención? Cómo nos afecta quererlo (y tenerlo) todo para ya. El País.

<https://elpais.com/estilo-de-vida/2025-01-02/impaciencia-o-incapacidad-para-prestar-atencion-como-nos-afecta-quererlo-y-tenerlo-todo-para-ya.html>

Scrolling through phone pictures - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/scrolling-through-phone-pictures-913722/>

Shopping mall in Tokyo Time Lapse - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/shopping-mall-in-tokyo-time-lapse-2968490/?q=speed>

Skateboarder riding and increasing speed on asphalt road - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/skateboarder-riding-and-increasing-speed-on-asphalt-road-2996269/?q=speed>

Social Emojis - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/social-emojis-1241358/>

Social Media Connections - Stock video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/social-media-connections-1034022/?q=social%20media>

Social Media Icons - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/social-media-icons-330373/>

Social Network 1 - Stock Video | Motion Array. (s. f.).

<https://motionarray.com/stock-video/social-network-1-193960/>

Source, E. (2022, 18 mayo). 95% of Consumers Have Mobile Devices in Hand While Watching TV — eicoff.com. eicoff.com.

<https://www.eicoff.com/drtv-blog/95-of-consumers-have-mobile-devices-in-hand-while-watching-tv>

Stressed man working on laptop at home - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/stressed-man-working-on-laptop-at-home-3153724/>

Talker Research. (2024, abril 24). Research reveals the perfect movie length. Talker Research. <https://talkerresearch.com/research-reveals-the-perfect-movie-length/>

Teens texting in bed - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/teens-texting-in-bed-1317662/>

Two women playing soccer on field on Summer day - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/two-women-playing-soccer-on-field-on-summer-day-3019389/>

Watching TV, eye close-up - Stock video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/watching-tv-eye-close-up-169515/>

Woman using phone while taking escalator - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/woman-using-phone-while-taking-escalator-1252165/>

Woman watching TV using smartphone - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/woman-watching-tv-using-smartphone-2786033/>

Yoga at the Alpine Lake - Stock Video | Motion Array. (s. f.).
<https://motionarray.com/stock-video/yoga-at-the-alpine-lake-1210022/>

8. Enlace a la pieza

Enlace en la plataforma de YouTube de la pieza audiovisual *Atrapados en la burbuja de las redes* (Fabio Castelló, 2025): <https://youtu.be/ThYKIL1aCBI> (20:59).

9. Anexos

I. Anteproyecto

A) Temática, enfoque y justificación

Temática: El tema a tratar en este proyecto es el impacto de las tecnologías y redes sociales que configuran los contenidos de rápido consumo. Con el desarrollo de estas tendencias, los consumidores se están convirtiendo en una audiencia pasiva que tiene la necesidad de recibir información y estímulos de forma inmediata. Este hecho se extrapola al entorno digital cuando surge la ansiedad cuando un vídeo se detiene por la bajada de velocidad de internet; en las relaciones de amistad cuando una persona quiere que le contesten inmediatamente por mensajes; o cuando se realiza una compra online e inmediatamente se tiende a comprobar la localización del pedido para que llegue cuanto antes.

Además, la necesidad de inmediatez provoca una pérdida del interés en la realización de ciertas actividades. Según Aguilar (2023), el consumo digital entre los 14 y los 35 años, constata un descenso en la capacidad de atención en una misma tarea ininterrumpidamente de 12 a 8,2 segundos en los últimos 15 años. Estos datos demuestran la proliferación de los contenidos instantáneos que ofrecen plataformas como *Tik Tok*, las cuales son tan populares por el proceso automático que supone al proveer con contenidos que entretienen al usuario.

Por otro lado, las plataformas de streaming están ganando terreno a los medios tradicionales como el cine. En este caso el foco está en Netflix, ya que esta plataforma incluye un tipo de contenido llamado “visualización causal”. De acuerdo con Sanchis (2025) se trata de unas producciones destinadas al acompañamiento de fondo para los consumidores. Es decir, son películas o series que no requieren de un alto nivel de concentración para que el espectador pueda seguir el hilo de la historia sin despegarse de su teléfono móvil. La implementación de este apartado en el catálogo de Netflix, se debe a que la compañía sabe que las audiencias no se separan del móvil. Es más, según Source (2022), el 94% de las personas usan sus dispositivos mientras ven la televisión.

Enfoque: Este trabajo de investigación está orientado a estudiar los hábitos de consumo de contenidos en audiencias de entre 13 a 25 años, dado que son el público potencial de las redes sociales más populares en la actualidad. La economía es el principal filtro que tiene el usuario para seleccionar la información, lo que influye directamente en sus patrones de consumo y en las decisiones que toma dentro del ecosistema digital.

El impacto en las aulas y cómo afecta al rendimiento académico de los estudiantes es otro hecho a tener en cuenta, ya que las nuevas tecnologías están revolucionando los medios de educación y también de información, generando un nuevo modelo de enseñanza. En este contexto, el capitalismo de vigilancia fomenta la hiperconexión, lo que influye en la forma en que los usuarios interactúan con los contenidos y en su capacidad de atención.

Justificación: El consumo digital afecta a la salud mental de los jóvenes, especialmente en un entorno donde la inmediatez suele priorizarse sobre la calidad, reduciendo los espacios para la reflexión profunda de los temas. Este fenómeno también se relaciona con el auge del mind wandering en el formato digital, que se produce durante actividades que requieren de mucha concentración y que, aunque permite el pensamiento de ideas nuevas y originales, también puede interferir en la absorción efectiva de conocimientos.

Por otro lado, factores como la edad, la clase social y los hábitos de ocio siguen siendo determinantes en la manera en que los usuarios consumen contenidos y procesan la información. En un escenario de hiperconexión, estas variables juegan un papel clave en la formación de audiencias cada vez más expuestas a flujos constantes de datos y estímulos digitales.

B) Principales hipótesis

- La audiencia joven está sometida a la necesidad de recibir grandes cantidades de estímulos para ocupar su tiempo.

- Existe una tendencia a realizar tareas de manera simultánea, que impide la concentración total en una única acción, dando como resultado un grupo de usuarios *multitasking*.
- Sensación de productividad aparente, pero disminuye la capacidad de retención y análisis de la información.
- Los contenidos instantáneos y servidos automáticamente no crean un espacio para la reflexión ni para que la audiencia se pare a pensar sobre qué le gusta o qué le apetece ver en ese momento.
- Se trata de un fenómeno que impide que las personas mantengan conversaciones profundas y reflexivas que requieren de un mayor esfuerzo mental. De forma que se reducen a temas banales y vacíos que únicamente sirven para matar el tiempo y ocupar un espacio en la mente.
- Las empresas de comunicación que apuestan por la inmediatez y la automatización podrían estar contribuyendo al deterioro de la capacidad de concentración y análisis de los usuarios.

C) Presentación de los objetivos:

Objetivo general: visibilizar la tendencia de consumo de contenidos rápidos y superfluos, frente a la pérdida de interés de producción más duraderas y profundas.

Objetivos específicos:

- Mostrar cómo contenidos rápidos configuran la personalidad, hábitos diarios y las interacciones tanto digitales como físicas con su entorno.
- Presentar los problemas que puede llegar a presentar esta tendencia, como dependencia, inestabilidad emocional, miedo a perderse cosas (FOMO), ansiedad, depresión y distorsión de la realidad.
- Estudiar qué rumbo está tomando la tecnología y hasta qué punto puede transformar la forma de crear y consumir contenidos.

D) Cronograma de trabajo

CRONOGRAMA

FASES DE DESARROLLO	MARZO				ABRIL	MAYO		JUNIO		JULIO			
	3	4	5	17	2	1	14	23	30	1	2	10	21
Contacto con fuentes													
Guion técnico													
Entrevista Miguel Carvajal Prieto													
Entrevista José Alberto García Avilés													
Entrevista Daniel Lloret Irlés													
Entrevista Rosario Maria Cutillas													
Entrevista Clara Soler Soler													
Guion literario													
Entrevista Beatriz Ruiz Cervera													
Grabación de recursos													
Montaje													
Memoria													
Entrega													

E) Selección, presentación y justificación de las fuentes propias y documentales que aparecerán en el reportaje.

Fuentes propias entrevistadas:

Rosario Maria Cutillas Beresaluce

Figura X: Rosario Maria Cutillas Beresaluce

Fuente: elaboración propia



Rosario María Cutillas Beresaluce, jefa de estudios del I.E.S Gaia. Su experiencia en la gestión educativa le permite analizar de primera mano los desafíos que enfrentan los docentes para captar y mantener la atención de los alumnos en un entorno donde la inmediatez y la sobreestimulación digital son cada vez más predominantes.

Además, su perspectiva práctica complementa el enfoque teórico del estudio, aportando casos concretos y estrategias implementadas en entornos educativos para mitigar estos efectos.

Daniel Lloret Irles

Figura X: Daniel Lloret Irles

Fuente: Fotografía extraída de la página web de Qué te juegas? (<https://bit.ly/4en3ffU>)



Daniel Lloret Irles, docente en el área de psicología evolutiva y de la educación de la UMH: aporta un enfoque fundamentado en el desarrollo cognitivo y los procesos de aprendizaje. Su especialización le permite analizar cómo el consumo de contenidos de rápido acceso en redes sociales influye en la atención y concentración de los estudiantes, considerando factores como la plasticidad cerebral, la memoria y la capacidad

de autorregulación. Además, su perspectiva académica ofrece una base científica para comprender los efectos a largo plazo de estas dinámicas en el rendimiento escolar y el desarrollo de habilidades cognitivas esenciales en el ámbito educativo.

José Alberto García Avilés

Figura X: José Alberto García Avilés

Fuente: Fotografía extraída de la página web de Journalism Innovations (<https://bit.ly/45CIJ8E>)



José Alberto García Avilés, catedrático en el Área de Periodismo en la UMH: ha investigado el impacto de los nuevos formatos digitales en el consumo de información. Su experiencia en periodismo y comunicación le permite analizar cómo los contenidos de rápido consumo, como los videos cortos y las noticias breves en redes sociales, influyen en la manera en que las audiencias procesan y retienen la información. Su perspectiva es clave para

entender cómo estos formatos afectan la atención y la concentración, especialmente en contextos educativos donde los estudiantes están cada vez más expuestos a este tipo de contenido.

Miguel Carvajal Prieto

Figura X: Miguel Carvajal Prieto

Fuente: Fotografía extraída de la página web de Journalism Innovations (<https://bit.ly/3HWpTiX>)



Miguel Carvajal Prieto, coordinador del área de Periodismo de la UMH: tiene un conocimiento profundo sobre el impacto de los medios digitales en la sociedad. Su experiencia en comunicación y transformación digital le permite analizar cómo los contenidos de rápido consumo afectan la capacidad de atención y concentración de las audiencias, especialmente en entornos educativos. Además, su enfoque en el cambio

de hábitos mediáticos y su relación con la educación aporta una perspectiva interdisciplinaria clave para comprender cómo estas dinámicas influyen en el aprendizaje y la retención de información en los estudiantes.

Clara Soler Soler

Figura X: Clara Soler Soler

Fuente: Fotografía extraída de la página web de Clara Soler (<https://bit.ly/44eOOpw>)



Clara Soler Soler, consultora en comunicación y marketing digital, se encuentra en la primera línea de la creación y difusión de contenidos en redes sociales.

Su presencia activa en plataformas como Instagram y TikTok demuestra cómo las redes sociales no solo impactan a las marcas, sino también a los consumidores individuales que se convierten en creadores de contenido y se relacionan de forma personal con las marcas.

Beatriz Ruiz Cervera

Figura X: Beatriz Ruiz Cervera

Fuente: Fotografía extraída de la página de TikTok de Beatriz Ruiz Cervera (<https://bit.ly/4ljdW5b>)



Beatriz Ruiz Cervera, creadora de contenido de Alicante que acumula casi 2 millones de seguidores en Tik Tok. Construyó su presencia al combinar tutoriales de maquillaje con un humor caótico, parodiando con frecuencia estereotipos de influencers de belleza.

Su testimonio puede aportar un prisma de los creadores de contenido, desde las estrategias que

utilizan para conseguir una mayor retención de audiencia, hasta la responsabilidad que conlleva tener un gran impacto en redes sociales.

II. Entrevistas completas

[Enlace](#)

III. Presentación del autor y breve currículum

Soy Fabio Castelló Barberá, estudiante de Comunicación Audiovisual y Periodismo. Durante los últimos años he desarrollado interés por las tendencias y los cambios, tanto en el ámbito de consumo de contenidos como en la manera de relacionarse con el mundo que están adoptando las nuevas generaciones. A nivel personal, es un tema que debería ponerse en el foco mediático porque se está integrando de forma silenciosa en la sociedad y de manera inconsciente entre los más jóvenes.

Mi experiencia en el periodismo y mi pasión por la divulgación informativa en formatos audiovisuales, me ha llevado a realizar diferentes productos de investigación a lo largo de la carrera universitaria. Sin embargo, es la primera vez que abordo un proyecto tan ambicioso como este. Aun así, he apostado por la información rigurosa y veraz, a través de un formato atractivo como el vídeo reportaje.

En estos 5 años de carrera he participado en varios proyectos en forma de cortometrajes y un capítulo piloto para la universidad. He realizado cabeceras para programas de televisión, piezas para viajes, fashion film y un tráiler. El último proyecto en el que he participado es un cortometraje que realicé en la Ciudad de la Luz en un curso de filmmaker financiado por la ESCAC.

Por otro lado, durante el verano de 2024 trabajé como editor de vídeo para el montaje de piezas destinadas a redes sociales para la empresa de marketing y comunicación digital Creativilab. Por último, actualmente estoy realizando prácticas como operador de cámara y editor de vídeo en el Servicio de Comunicación de la Universidad Miguel Hernández de Elche.