

**CONSUMO DE VIDEOS CORTOS Y ATENCIÓN PERCIBIDA EN ESTUDIANTES DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL
ECUADOR, 2026**

**CONSUMPTION OF SHORT VIDEOS AND PERCEIVED ATTENTION IN
COMMUNICATION STUDENTS AT THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF
ECUADOR, 2026**

Autores: ¹David Torres Pacheco y ²Karla Gabriela Reyes Aguirre.

¹ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-2067-4490>

²ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-0897-4266>

¹E-mail de contacto: datorrespa@uide.edu.ec

¹E-mail de contacto: kareyesag@uide.edu.ec

Afiliación: ¹*²Universidad Internacional del Ecuador UIDE, (Ecuador).

Artículo recibido: 13 de Agosto del 2026.

Artículo revisado: 15 de Agosto del 2026.

Artículo aprobado: 15 de Agosto del 2026.

¹Estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador UIDE, (Ecuador).

²Comunicadora Social con mención en Publicidad, graduada de la Universidad Internacional del Ecuador, (Ecuador). Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales, graduada de la Universitat de València, (España).

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre el consumo de videos cortos y la atención percibida durante las actividades académicas en estudiantes de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito. Se desarrolló una investigación con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y alcance correlacional. La población objetivo estuvo conformada por 23 estudiantes y, después de la depuración de los registros según los criterios de inclusión establecidos, se analizaron 16 casos válidos. La información se recopiló mediante un cuestionario digital de autoinforme orientado a identificar hábitos de consumo de videos cortos y aspectos relacionados con la atención percibida durante las actividades académicas. Se realizó un análisis descriptivo mediante frecuencias y porcentajes y, debido al carácter ordinal de los indicadores analizados, se utilizó el coeficiente de correlación de rangos de Spearman. De las seis asociaciones exploradas, únicamente la relación entre el tiempo diario dedicado al consumo de videos cortos y la frecuencia de distracción durante el estudio alcanzó el nivel nominal de significación estadística establecido ($\rho = 0,516$; $p = 0,041$). En la muestra estudiada, mayores categorías de tiempo diario de consumo tendieron a asociarse

con mayores categorías de frecuencia de distracción durante el estudio. Debido al carácter exploratorio del análisis, la ausencia de ajuste por comparaciones múltiples, el tamaño reducido de la muestra y el diseño no experimental y transversal, este resultado debe interpretarse con cautela y no permite establecer relaciones causales ni generalizar los hallazgos más allá del grupo estudiado.

Palabras clave: Videos Cortos, Atención percibida, Distracción, Estudiantes universitarios, Consumo digital.

Abstract

This study aimed to analyze the relationship between short-video consumption and perceived attention during academic activities among sixth-semester Communication students at the Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), Quito campus. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, and correlational study was conducted. The target population consisted of 23 students; after screening records based on established inclusion criteria, 16 valid cases were analyzed. Data were collected using a digital self-report questionnaire designed to identify short-video consumption habits and aspects related to perceived attention during academic activities. Descriptive analysis using frequencies and percentages was performed, and Spearman's rank correlation coefficient

was used due to the ordinal nature of the analyzed indicators. Of the six associations explored, only the relationship between daily time spent watching short videos and the frequency of distraction while studying reached the established level of statistical significance ($p = 0.516$; $p = 0.041$). In the sample studied, higher categories of daily consumption time tended to be associated with higher categories of distraction frequency during study. Given the exploratory nature of the analysis, the lack of adjustment for multiple comparisons, the small sample size, and the non-experimental, cross-sectional design, this result should be interpreted with caution; it does not allow for the establishment of causal relationships or the generalization of findings beyond the group studied.

Keywords: Short Videos, Perceived Attention, Distraction, University Students, Digital Consumption.

Sumário

Este estudo teve como objetivo analisar a relação entre o consumo de vídeos curtos e a atenção percebida durante atividades acadêmicas entre estudantes do sexto semestre de Comunicação da Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), campus de Quito. Realizou-se um estudo quantitativo, não experimental, transversal e correlacional. A população-alvo consistiu em 23 estudantes; após a triagem dos registros com base em critérios de inclusão estabelecidos, 16 casos válidos foram analisados. Os dados foram coletados por meio de um questionário digital de autorrelato, elaborado para identificar hábitos de consumo de vídeos curtos e aspectos relacionados à atenção percebida durante atividades acadêmicas. Foi realizada uma análise descritiva utilizando frequências e porcentagens, e empregou-se o coeficiente de correlação de postos de Spearman devido à natureza ordinal dos indicadores analisados. Das seis associações exploradas, apenas a relação entre o tempo diário gasto assistindo a vídeos curtos e a frequência de distração durante o estudo atingiu o nível de significância estatística estabelecido ($p = 0,516$; $p = 0,041$).

Na amostra estudada, categorias mais elevadas de tempo de consumo diário tenderam a estar associadas a categorias mais elevadas de frequência de distração durante o estudo. Dada a natureza exploratória da análise, a ausência de ajuste para comparações múltiplas, o tamanho reduzido da amostra e o delineamento não experimental e transversal, esse resultado deve ser interpretado com cautela; ele não permite estabelecer relações de causalidade nem generalizar os achados para além do grupo estudado.

Palavras-chave: Vídeos curtos, Atenção percebida, Distração, Estudantes universitários, Consumo digital.

Introducción

Los shorts o videos cortos son contenidos audiovisuales digitales de pocos segundos o minutos, caracterizados por presentar información condensada, dinámica y fácilmente compartible mediante plataformas sociales (Liao, 2024; Manic, 2024; Tian et al., 2023). Su consumo comprende el patrón de exposición e interacción del usuario, medido mediante la frecuencia de acceso, el tiempo diario, la duración de las sesiones y la visualización secuencial o binge-scrolling, sin que una elevada intensidad implique necesariamente una conducta adictiva (Alruwaili, 2025; Park y Jung, 2024; Ye et al., 2025).

Por su parte, la atención es el conjunto de procesos cognitivos que permite seleccionar información relevante, controlar estímulos distractores y mantener la concentración durante una actividad; comprende dimensiones como la atención selectiva, la atención sostenida y el control ejecutivo (Huang et al., 2023; Moerel et al., 2024; Nasiri et al., 2023). En los últimos años, los videos cortos (*short-form videos*, SV) han adquirido una presencia relevante entre los jóvenes y estudiantes universitarios a través de plataformas como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts.

Estos formatos forman parte de los actuales hábitos de consumo digital y pueden utilizarse tanto con fines de entretenimiento como para acceder a información y contenidos de interés académico. En el contexto universitario ecuatoriano, se ha documentado también el uso de Instagram y TikTok para la búsqueda de información y con fines académicos.

La atención constituye un recurso cognitivo fundamental para el aprendizaje, debido a que permite seleccionar, procesar y mantener activa la información relevante durante el desarrollo de las actividades académicas. En contextos universitarios, la capacidad para mantener niveles adecuados de atención se relaciona con procesos como la comprensión de contenidos, la retención de información, la participación en las actividades de aprendizaje y el rendimiento académico (Haliti y Sadiku, 2024; Asif y Kazi, 2024). Sin embargo, las dinámicas actuales de consumo digital han modificado las formas en que los estudiantes acceden a la información y distribuyen su tiempo de concentración. En este escenario, el creciente consumo de videos cortos difundidos a través de plataformas digitales ha generado interés científico por su posible relación con los procesos atencionales, especialmente debido a la rapidez, brevedad y constante estimulación que caracterizan a este tipo de contenidos (Chen et al., 2023; Xie et al., 2023).

A nivel internacional, diferentes investigaciones han comenzado a evidenciar asociaciones entre el consumo frecuente de videos cortos y determinadas variables cognitivas y académicas. Haliti-Sylaj y Sadiku (2024) identificaron una correlación negativa entre el consumo de reels y la atención ($r = -0,45$; $p < 0,01$), así como una correlación negativa entre dicho consumo y el rendimiento académico medido mediante GPA ($r = -0,32$; p

$< 0,05$). Estos resultados sugieren que una mayor exposición a este tipo de contenido puede relacionarse con menores niveles de atención y con un desempeño académico menos favorable. De manera complementaria, Ramos Úbeda (2025) encontró una asociación positiva entre el consumo problemático de videos cortos, evaluado mediante una escala específica, y la divagación mental ($r = 0,301$; $p = 0,035$). En conjunto, estos hallazgos aportan evidencia empírica sobre la existencia de relaciones entre los patrones de consumo de videos cortos y diferentes indicadores vinculados con la atención de los estudiantes universitarios, aunque estas asociaciones no implican necesariamente una relación causal.

En el contexto latinoamericano, el uso de plataformas basadas en contenidos audiovisuales breves también ha adquirido relevancia dentro de los procesos educativos. Salazar y Rivera-Rogel (2024) analizaron la interacción generada por los principales edutokers de América Latina y los contenidos educativos difundidos mediante TikTok. El estudio examinó indicadores como número de seguidores, interacción, comentarios, publicaciones y engagement, evidenciando que esta plataforma no se limita únicamente al entretenimiento, sino que también constituye un espacio para la difusión de información relacionada con la enseñanza y el aprendizaje. Este aspecto permite reconocer una doble dimensión del fenómeno, pues las plataformas de videos cortos pueden representar tanto una fuente potencial de distracción como una herramienta para acceder a contenidos académicos y educativos.

En Ecuador, Melo (2023) reportó que el 53,7 % de los estudiantes encuestados consideró que TikTok constituye un distractor que no les permite cumplir a tiempo sus actividades

académicas, lo que evidencia una percepción importante sobre la interferencia de esta plataforma en la organización y ejecución de las responsabilidades universitarias. Por otra parte, Chávez-Bajaña et al. (2025) reportaron un elevado tiempo de utilización de dispositivos digitales y dificultades de concentración entre los estudiantes analizados.

No obstante, Flores Loaiza et al. (2024) encontraron que estudiantes universitarios utilizan Instagram y TikTok principalmente para la búsqueda de información y con fines académicos, mostrando que estas plataformas también pueden desempeñar una función informativa y educativa. En consecuencia, la evidencia disponible refleja resultados que requieren ser analizados de manera integral, considerando no solo el tiempo de exposición a los videos cortos, sino también la finalidad de su consumo, la frecuencia de uso y sus posibles implicaciones sobre la atención. Este escenario justifica la necesidad de continuar investigando la relación entre el consumo de videos cortos y los procesos atencionales en estudiantes universitarios, particularmente dentro del contexto ecuatoriano.

A pesar de estos antecedentes, la literatura revisada señala la necesidad de continuar investigando la relación entre el consumo de videos cortos y los procesos atencionales en estudiantes universitarios (Haliti y Sadiku, 2024; Li et al., 2024; Ramos, 2025). En este contexto, la presente investigación aborda específicamente la atención percibida mediante autoinforme, por lo que sus resultados se refieren a las percepciones reportadas por los participantes y no a una medición objetiva de su capacidad atencional. Con base en este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre el consumo de videos cortos y la atención percibida durante las

actividades académicas en estudiantes de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito. Para ello, se desarrolló una investigación con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional, mediante la aplicación de un cuestionario a estudiantes pertenecientes a la población objeto de estudio.

Materiales y Métodos

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, debido a que emplea datos numéricos y técnicas estadísticas para analizar las variables objeto de estudio. El estudio posee un alcance correlacional, dado que busca determinar la fuerza y la dirección de la relación entre el consumo de videos cortos y la atención percibida durante las actividades académicas. Este alcance permite identificar la existencia y magnitud de asociaciones entre las variables, sin establecer relaciones de causalidad. La investigación adopta un diseño no experimental, puesto que las variables son observadas tal como se presentan en su contexto, sin manipulación deliberada por parte del investigador. Asimismo, corresponde a un estudio de corte transversal, debido a que la información se recopila en un único momento durante el periodo de estudio, permitiendo analizar las variables en un tiempo determinado.

La población objetivo estuvo conformada por 23 estudiantes de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito. El número de estudiantes y el rango de edad correspondiente al grupo fueron establecidos a partir de información proporcionada por una docente de la carrera que impartía clases al grupo objeto de estudio. De acuerdo con esta información, los estudiantes del sexto semestre se encontraban en un rango de edad de 21 a 23 años. El

cuestionario digital registró inicialmente 49 respuestas. Para la conformación de la muestra se estableció como criterio principal de inclusión pertenecer al sexto semestre de la carrera de Comunicación de la UIDE, sede Quito. El instrumento incorporó una pregunta obligatoria destinada a identificar dicha pertenencia. Durante la depuración de la base de datos se identificaron respuestas de personas ajenas a la población objetivo, por lo que estos registros fueron excluidos del análisis.

Adicionalmente, para la depuración se consideró la información previamente proporcionada por la docente sobre las características del grupo objeto de estudio, según la cual los estudiantes de sexto semestre se encontraban en un rango de edad de 21 a 23 años. En consecuencia, se excluyeron los registros que, aun habiendo señalado pertenecer al sexto semestre, reportaron edades superiores al rango informado para el grupo. Después de aplicar estos criterios, la muestra final quedó conformada por 16 estudiantes, equivalente al 69,6 % de la población objetivo ($N = 23$). Únicamente estos 16 registros fueron considerados para el análisis estadístico de la investigación. La recolección de datos se realizó mediante la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario digital estructurado, administrado a través de Google Forms.

El formulario fue configurado con preguntas obligatorias, con el propósito de evitar omisiones en las respuestas. Los ítems del cuestionario abordaron tres componentes: características de los participantes, mediante preguntas de caracterización general; consumo de videos cortos, considerando aspectos relacionados con los hábitos de uso, frecuencia, tiempo estimado de exposición y plataformas utilizadas; y atención percibida durante las

actividades académicas, a partir del autoinforme de los estudiantes sobre su concentración, distracción y dificultad para mantener o recuperar el enfoque durante sus actividades académicas. El cuestionario estuvo compuesto principalmente por preguntas cerradas con categorías de respuesta ordinales de frecuencia e intensidad. Estas permitieron cuantificar las respuestas de los participantes relacionados con sus hábitos de consumo de videos cortos y su percepción sobre la atención durante las actividades académicas. La investigación se desarrolló durante el año 2026. Para la recolección de la información se utilizó un cuestionario digital elaborado mediante Google Forms y dirigido a estudiantes de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito.

La participación fue voluntaria. El cuestionario incluyó una pregunta obligatoria destinada a identificar si el participante cursaba sexto semestre de la carrera de Comunicación de la UIDE, sede Quito. Durante la depuración de la base de datos se consideró este criterio de pertenencia y, adicionalmente, la información previamente proporcionada por una docente de la carrera que impartía clases al grupo objeto de estudio, según la cual los estudiantes de sexto semestre se encontraban en un rango de edad de 21 a 23 años. En consecuencia, se excluyeron del análisis los registros de participantes que indicaron no pertenecer al sexto semestre y aquellos que, pese a señalar dicha pertenencia, reportaron edades superiores al rango informado para el grupo. Los datos obtenidos mediante el cuestionario fueron organizados y depurados antes de realizar el análisis estadístico. Para el análisis se consideraron únicamente los registros que cumplieron con los criterios de inclusión establecidos para la población objeto de estudio. En una primera

etapa se realizó un análisis descriptivo de las respuestas mediante frecuencias y porcentajes, con el propósito de caracterizar a los participantes y describir sus patrones de consumo de videos cortos y las respuestas relacionadas con la atención percibida durante las actividades académicas. Para el análisis de asociación se consideraron como indicadores del consumo de videos cortos la frecuencia de uso de estas plataformas y el tiempo diario aproximado dedicado a su consumo.

Como indicadores de la atención percibida durante las actividades académicas se consideraron la frecuencia con que los participantes perciben dificultades de concentración asociadas a los videos cortos, la frecuencia de distracción mediante estos contenidos durante el estudio y la dificultad percibida para recuperar la concentración después de consumirlos. Debido a que estos indicadores fueron registrados mediante categorías de respuesta ordinales, las asociaciones entre los indicadores de las variables se analizaron mediante el coeficiente de correlación de rangos de Spearman (ρ). Para la interpretación de la significación estadística se adoptó un nivel de significación de $\alpha = 0,05$.

Las seis asociaciones fueron examinadas de manera exploratoria y los valores p se reportaron sin ajuste por comparaciones múltiples. En consecuencia, los resultados inferenciales deben interpretarse con cautela, especialmente considerando el reducido tamaño de la muestra. La participación en la investigación fue voluntaria. En la presentación del cuestionario se informó a los participantes que las respuestas serían tratadas de forma anónima y confidencial y que la información recopilada sería utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación. Durante el tratamiento de los datos se preservó la

privacidad de los participantes y la información obtenida fue utilizada únicamente para los propósitos establecidos en la investigación.

Resultados y Discusión

Los resultados se presentan mediante frecuencias y porcentajes, con el propósito de facilitar su interpretación y evidenciar las principales tendencias observadas. La muestra final estuvo conformada por 16 estudiantes de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito. En cuanto a la edad, 5 participantes (31,3 %) tenían 21 años, 6 participantes (37,5 %) tenían 22 años y 5 participantes (31,3 %) tenían 23 años. Respecto al sexo de los participantes, 10 estudiantes (62,5 %) correspondieron a hombres y 6 estudiantes (

En relación con la frecuencia de consumo de videos cortos, 8 participantes (50,0 %) indicaron utilizar estas plataformas casi siempre, 6 (37,5 %) señalaron siempre y 2 (12,5 %) respondieron a veces. No se registraron respuestas en las categorías nunca ni casi nunca. Respecto al tiempo aproximado dedicado diariamente al consumo de videos cortos, 7 participantes (43,8 %) señalaron dedicar entre 2 y 3 horas al día; 3 (18,8 %), entre 30 minutos y 1 hora; 3 (18,8 %), entre 1 y 2 horas; y 3 (18,8 %), más de 3 horas. No se registraron respuestas en la categoría de menos de 30 minutos diarios. En cuanto a la dificultad percibida para mantener la concentración durante clases o actividades académicas asociada a los videos cortos, 7 participantes (43,8 %) respondieron a veces, 4 (25,0 %) casi siempre, 3 (18,8 %) siempre, 1 (6,3 %) casi nunca y 1 (6,3 %) nunca. Respecto a la frecuencia de distracción mediante videos cortos cuando los participantes deberían estar estudiando, 11 estudiantes (68,8 %) respondieron a veces, 2 (12,5 %) casi nunca, 2 (12,5 %) siempre y 1 (6,3 %) nunca.

Tabla 1. Caracterización de la muestra y análisis descriptivo de las variables.

Variable	Categoría	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Edad	21 años	5	31,3
	22 años	6	37,5
	23 años	5	31,3
Sexo	Hombre	10	62,5
	Mujer	6	37,5
Frecuencia de consumo de videos cortos	Nunca	0	0,0
	Casi nunca	0	0,0
	A veces	2	12,5
	Casi siempre	8	50,0
	Siempre	6	37,5
Tiempo diario de consumo de videos cortos	Menos de 30 minutos	0	0,0
	Entre 30 minutos y 1 hora	3	18,8
	Entre 1 y 2 horas	3	18,8
	Entre 2 y 3 horas	7	43,8
	Más de 3 horas	3	18,8
Dificultad para mantener la concentración durante clases o actividades académicas asociada a videos cortos	Nunca	1	6,3
	Casi nunca	1	6,3
	A veces	7	43,8
	Casi siempre	4	25,0
	Siempre	3	18,8
Distracción con videos cortos cuando debería estar estudiando	Nunca	1	6,3
	Casi nunca	2	12,5
	A veces	11	68,8
	Casi siempre	0	0,0
	Siempre	2	12,5
Dificultad para volver a concentrarse después de ver videos cortos	Nada difícil	3	18,8
	Poco difícil	4	25,0
	Moderadamente difícil	7	43,8
	Muy difícil	2	12,5
Total, de participantes		16	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la dificultad percibida para volver a concentrarse en una tarea académica después de ver videos cortos, 7 participantes (43,8 %) indicaron que les resulta moderadamente difícil, 4 (25,0 %) poco difícil, 3 (18,8 %) nada difícil y 2 (12,5 %) muy difícil. Para analizar la asociación entre los indicadores de consumo de videos cortos y los indicadores de atención percibida durante las actividades académicas se utilizó el coeficiente de correlación de rangos de Spearman (ρ), considerando un nivel de significancia de $\alpha = 0,05$. De las seis asociaciones analizadas, únicamente la relación entre el tiempo diario dedicado al consumo de videos cortos y la frecuencia de distracción durante el estudio alcanzó el nivel nominal de significación estadística establecido ($\rho = 0,516$; $p = 0,041$). El signo positivo del coeficiente indica que, en la muestra analizada, mayores categorías de tiempo diario de consumo tendieron a asociarse

con mayores categorías de frecuencia de distracción durante el estudio.

Tabla 2. Correlaciones de Spearman entre los indicadores de consumo de videos cortos y atención percibida.

Indicador de atención percibida	Frecuencia de uso ρ (p)	Tiempo diario ρ (p)
Dificultad de concentración	-0,046 (0,865)	0,331 (0,211)
Distracción durante el estudio	0,243 (0,365)	0,516 (0,041)
Dificultad para volver a concentrarse	0,188 (0,485)	0,405 (0,120)

Nota. Coeficiente de correlación de rangos de Spearman. Los valores de p corresponden a pruebas sin ajuste por comparaciones múltiples; se utilizó un nivel nominal de significación de $\alpha = 0,05$.

Fuente: Elaboración propia.

Dado el carácter exploratorio de los análisis y la ausencia de ajuste por comparaciones múltiples, este resultado debe interpretarse con cautela. Las demás asociaciones no alcanzaron el nivel nominal de significación estadística: frecuencia de uso y dificultad de concentración ($\rho = -0,046$; $p = 0,865$), frecuencia de uso y

distracción durante el estudio ($\rho = 0,243$; $p = 0,365$), frecuencia de uso y dificultad para volver a concentrarse ($\rho = 0,188$; $p = 0,485$), tiempo diario y dificultad de concentración ($\rho = 0,331$; $p = 0,211$), y tiempo diario y dificultad para volver a concentrarse ($\rho = 0,405$; $p = 0,120$). Estos resultados indican que, con los datos disponibles, no se obtuvo evidencia estadística suficiente para afirmar la existencia de asociación en estos cinco pares de indicadores; ello no demuestra la ausencia de asociación en la población.

El principal hallazgo de esta investigación fue que la asociación entre el tiempo diario dedicado al consumo de videos cortos y la frecuencia de distracción durante el estudio alcanzó el nivel nominal de significación estadística establecido ($\rho = 0,516$; $p = 0,041$). En la muestra analizada, las categorías más altas de tiempo diario de consumo tendieron a asociarse con categorías más altas de distracción percibida durante las actividades académicas. Dado que este resultado procede de un análisis exploratorio en el que se examinaron seis asociaciones sin ajuste por comparaciones múltiples, debe interpretarse con cautela. Asimismo, el resultado representa una asociación y no constituye evidencia de que el consumo de videos cortos cause directamente dificultades de atención.

El hallazgo presenta una dirección coherente con investigaciones previas sobre consumo de contenidos digitales breves y atención. Haliti-Sylaj y Sadiku (2024) analizaron mediante un enfoque cuantitativo y correlacional la relación entre el consumo de videos cortos, la capacidad de atención y el desempeño académico en estudiantes universitarios. Su investigación se desarrolló con una muestra de 150 estudiantes y también reconoce entre sus limitaciones la utilización de datos auto informados. Aunque

las variables y los procedimientos estadísticos no son idénticos a los empleados en el presente estudio, ambos trabajos coinciden en examinar asociaciones entre el consumo de contenidos audiovisuales breves y variables vinculadas con la atención académica.

Los resultados también pueden contrastarse con Ramos Úbeda (2025), quien encontró una asociación positiva entre el consumo problemático de videos cortos y la divagación mental ($r = 0,301$; $p = 0,035$). En dicho estudio, la divagación mental se utilizó como una aproximación indirecta a procesos relacionados con la atención sostenida. Esta coincidencia resulta relevante porque, aunque el presente trabajo evalúa atención percibida mediante preguntas de autoinforme y no emplea las mismas escalas utilizadas por Ramos Úbeda, ambos resultados muestran asociaciones entre determinados patrones de consumo de videos cortos y variables relacionadas con la distracción o el mantenimiento del enfoque. Los hallazgos también pueden compararse con Mat Said et al. (2025), quienes, en una muestra de 369 estudiantes universitarios, identificaron una asociación estadísticamente significativa entre el uso de TikTok y la distracción ($r = 0,309$; $p < 0,01$).

Aunque dicho estudio evaluó específicamente el uso de TikTok y sus variables no son equivalentes a las empleadas en la presente investigación, sus resultados muestran una dirección compatible con la asociación observada entre el tiempo diario de consumo de videos cortos y la distracción durante el estudio. En el contexto ecuatoriano, Chávez-Bajaña et al. (2025) reportaron que el 65,63 % de los participantes utilizaba dispositivos digitales durante más de cinco horas diarias, mientras que el 59,38 % manifestó dificultades para mantener la concentración en actividades

académicas prolongadas. Estos resultados corresponden al uso de herramientas digitales de manera general y no específicamente al consumo de videos cortos, por lo que su comparación con los hallazgos del presente estudio debe realizarse con cautela. Los resultados descriptivos también muestran una presencia elevada del consumo de videos cortos en la rutina de los participantes. El 50,0 % indicó utilizarlos *casi siempre* y el 37,5 % *siempre*, mientras que el 43,8 % señaló dedicar entre dos y tres horas diarias a este tipo de contenido.

Paralelamente, el 68,8 % manifestó distraerse *a veces* revisando videos cortos cuando debería estar estudiando. Estos porcentajes describen los hábitos y percepciones de la muestra, pero por sí solos no permiten concluir que exista un deterioro cognitivo ni establecer que la exposición a estos contenidos sea responsable de las dificultades reportadas. Desde una perspectiva teórica, los resultados pueden interpretarse con prudencia a la luz de la teoría de la carga cognitiva, empleada también por Haliti-Sylaj y Sadiku (2024) como marco para analizar la relación entre el consumo de contenidos digitales breves y los recursos cognitivos disponibles durante tareas que requieren atención sostenida.

La exposición frecuente a estímulos audiovisuales breves, dinámicos y de rápida sucesión podría relacionarse con formas de procesamiento caracterizadas por cambios continuos del foco atencional. No obstante, en la presente investigación no se midió directamente la carga cognitiva ni se evaluaron componentes específicos de la memoria de trabajo, por lo que esta perspectiva se utiliza únicamente como un marco interpretativo y no como un mecanismo demostrado a partir de los datos obtenidos. Los resultados descriptivos

permiten, sin embargo, identificar un patrón de consumo relevante dentro del grupo estudiado. La totalidad de los participantes manifestó utilizar videos cortos con cierta frecuencia, mientras que el 87,5 % indicó hacerlo *casi siempre* o *siempre*. De manera complementaria, el 62,6 % señaló dedicar al menos dos horas diarias a este tipo de contenidos, incluyendo a quienes reportaron entre dos y tres horas y a aquellos que superaban las tres horas diarias. Estos datos muestran que los videos cortos forman parte habitual de las prácticas digitales de los estudiantes analizados y constituyen una actividad integrada en su vida cotidiana. Aunque estos resultados por sí mismos no permiten establecer consecuencias sobre el rendimiento académico o la capacidad atencional, sí evidencian una exposición suficientemente frecuente como para justificar el estudio de sus posibles relaciones con las actividades académicas.

En relación con la atención percibida, los resultados descriptivos también aportan elementos importantes. Un 43,8 % de los participantes manifestó experimentar a veces dificultades para mantener la concentración durante las clases o actividades académicas asociadas al consumo de videos cortos, mientras que un 43,8 % adicional respondió *casi siempre* o *siempre*. En conjunto, estas respuestas muestran que una proporción considerable de los estudiantes reconoce, al menos desde su propia percepción, alguna interferencia entre este tipo de consumo digital y su capacidad para mantener el enfoque durante determinadas actividades académicas. Sin embargo, debe insistirse en que se trata de una valoración subjetiva y no de una medición objetiva de la atención sostenida, por lo que los hallazgos deben ser considerados como indicadores exploratorios. Una tendencia semejante se observó respecto a la distracción durante el

estudio. La mayor parte de los participantes, correspondiente al 68,8 %, señaló que a veces recurre a videos cortos cuando debería estar estudiando, mientras que un grupo menor indicó hacerlo siempre. Este resultado adquiere interés porque la posible interferencia académica no depende únicamente de la cantidad total de tiempo dedicado a las plataformas, sino también del momento y el contexto en que ocurre el consumo. Visualizar videos cortos durante períodos destinados al estudio podría producir interrupciones en el desarrollo de las tareas y fragmentar los periodos de concentración, aun cuando la duración total del consumo no sea elevada.

De esta manera, el patrón de uso podría resultar tan relevante como el tiempo acumulado de exposición. Esta interpretación guarda cierta correspondencia con lo informado por Melo Carrillo (2023) en el contexto ecuatoriano, quien encontró que el 53,7 % de los estudiantes consideraba TikTok como un distractor que dificultaba el cumplimiento oportuno de sus actividades académicas. Aunque las características de las muestras y los instrumentos utilizados son diferentes, ambos estudios permiten observar que una parte de los estudiantes universitarios reconoce posibles interferencias entre el uso de plataformas de videos breves y sus responsabilidades académicas. Asimismo, los resultados pueden relacionarse de manera general con lo reportado por Chávez-Bajaña et al. (2025), quienes identificaron elevados niveles de utilización de dispositivos digitales acompañados de dificultades de concentración. Estas coincidencias deben entenderse como aproximaciones contextuales y no como una confirmación directa de los resultados del presente estudio. Otro aspecto relevante corresponde a la dificultad para recuperar la concentración después de visualizar videos

cortos. El 43,8 % de los participantes la calificó como moderadamente difícil y un 12,5 % como muy difícil. Por tanto, más de la mitad de la muestra manifestó algún grado apreciable de dificultad para retomar el enfoque una vez interrumpida la actividad académica. Este hallazgo resulta especialmente interesante porque amplía el análisis más allá de la distracción inmediata.

Desde esta perspectiva, el problema potencial no estaría limitado al momento en que el estudiante deja de estudiar para consumir contenido digital, sino que también podría involucrar el proceso posterior de reorientación hacia la tarea original. No obstante, dado que este aspecto fue evaluado mediante autopercepción, no puede determinarse cuánto tiempo requiere realmente el estudiante para recuperar su nivel previo de concentración. A pesar de estas tendencias descriptivas, cinco de las seis asociaciones analizadas no alcanzaron el nivel nominal de significación estadística establecido. No se obtuvo evidencia estadística suficiente para afirmar una asociación entre la frecuencia general de uso y la dificultad de concentración, la distracción durante el estudio o la dificultad para recuperar el enfoque; tampoco entre el tiempo diario de consumo y la dificultad de concentración o la dificultad para volver a concentrarse.

Estos resultados no demuestran la ausencia de dichas asociaciones en la población. Por el contrario, deben interpretarse considerando el tamaño reducido de la muestra ($n = 16$), debido a que una muestra pequeña disminuye la capacidad estadística para detectar relaciones, especialmente cuando las asociaciones existentes son moderadas o débiles. En consecuencia, la falta de significación estadística no debe equipararse automáticamente con la inexistencia de relación

entre las variables. Esta consideración resulta especialmente importante al comparar los hallazgos con Haliti-Sylaj y Sadiku (2024), quienes identificaron una correlación negativa entre el consumo de reels y la atención ($r = -0,45$; $p < 0,01$), además de una relación negativa con el rendimiento académico.

La diferencia entre aquellos resultados y los obtenidos en la presente investigación puede estar asociada, entre otros factores, al tamaño de las muestras, las características de los participantes, los instrumentos utilizados y la operacionalización de las variables. Una muestra de mayor tamaño permite obtener estimaciones más estables y aumenta la posibilidad de detectar asociaciones estadísticamente significativas. Por este motivo, los resultados de ambas investigaciones no deberían interpretarse como contradictorios, sino como evidencia obtenida bajo condiciones metodológicas diferentes. De manera similar, Ramos Úbeda (2025) encontró una asociación positiva entre el consumo problemático de videos cortos y la divagación mental. Sin embargo, esta comparación requiere especial cautela, puesto que el consumo problemático constituye un constructo diferente de la frecuencia general o del número de horas de exposición.

Un estudiante puede utilizar videos cortos durante periodos prolongados sin necesariamente presentar un patrón problemático de consumo, mientras que otra persona podría mostrar dificultades de autorregulación aun con tiempos inferiores. Además, Ramos Úbeda empleó instrumentos específicos para evaluar tanto el consumo problemático como la divagación mental, incluyendo una medición mediante SEMA3. Por consiguiente, sus resultados no pueden considerarse directamente equivalentes a los

obtenidos mediante el cuestionario empleado en esta investigación.

También resulta necesario considerar que el uso de videos cortos no posee necesariamente una función exclusivamente distractora. Flores Loaiza et al. (2024) señalaron que estudiantes universitarios utilizan plataformas como Instagram y TikTok para buscar información y con fines académicos. Del mismo modo, Salazar y Rivera-Rogel (2024) mostraron la presencia de contenidos educativos difundidos por edutokers latinoamericanos y los niveles de interacción generados por estas publicaciones. Estas evidencias sugieren que el efecto potencial de las plataformas digitales podría depender de la finalidad con la que sean utilizadas, el tipo de contenido consumido, el momento de uso y las estrategias de autorregulación desarrolladas por los estudiantes. Por ello, estudiar únicamente el número de horas de exposición puede resultar insuficiente para comprender la complejidad del fenómeno.

Desde esta perspectiva, una persona que utiliza videos cortos durante dos horas para entretenimiento mientras realiza actividades académicas podría experimentar consecuencias diferentes de otra que dedica un tiempo semejante a contenidos educativos fuera de sus periodos de estudio. Asimismo, la utilización continua y fragmentada durante la realización de tareas podría diferir de un consumo concentrado en momentos de descanso. Futuras investigaciones deberían, por tanto, distinguir entre consumo académico y recreativo, uso simultáneo con actividades de estudio, frecuencia de interrupciones, consumo nocturno y posibles patrones de uso problemático. La incorporación de estas variables permitiría comprender con mayor precisión cuáles características del consumo se

encuentran realmente relacionadas con las dificultades atencionales. El presente estudio presenta varias limitaciones que deben ser reconocidas. En primer lugar, el tamaño de la muestra fue reducido ($n = 16$), lo que limita la generalización de los resultados más allá del grupo estudiado y reduce la potencia de los análisis estadísticos. En segundo lugar, las variables fueron medidas mediante autoinforme, por lo que las respuestas representan percepciones y estimaciones de los estudiantes y no mediciones objetivas de su capacidad atencional o del tiempo real de uso de las plataformas. En tercer lugar, el diseño no experimental y transversal permite identificar asociaciones en un momento determinado, pero no establecer relaciones causales ni determinar la dirección temporal de las posibles relaciones observadas.

Conclusiones

El presente estudio permitió analizar la relación entre el consumo de videos cortos y la atención percibida durante las actividades académicas en los estudiantes incluidos en la muestra de sexto semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), sede Quito. Los resultados mostraron que, de las seis asociaciones exploradas mediante el coeficiente de correlación de Spearman, únicamente la relación entre el tiempo diario dedicado al consumo de videos cortos y la frecuencia de distracción durante el estudio alcanzó el nivel nominal de significación estadística establecido ($p = 0,516$; $p = 0,041$). En la muestra estudiada, mayores categorías de tiempo diario de consumo tendieron a asociarse con mayores categorías de frecuencia de distracción durante las actividades de estudio. Debido al número de asociaciones examinadas, al tamaño reducido de la muestra y al carácter exploratorio del análisis, este resultado debe interpretarse con cautela. Por otra parte, las

asociaciones entre la frecuencia general de uso y los tres indicadores de atención percibida, así como las relaciones entre el tiempo diario de consumo y la dificultad de concentración y de recuperación del enfoque, no alcanzaron el nivel nominal de significación estadística establecido. Por esta razón, los resultados no proporcionaron evidencia estadística suficiente para afirmar la existencia de asociación en estos cinco pares de indicadores en la muestra analizada. En conjunto, los hallazgos muestran que el tiempo diario de consumo fue el único indicador que presentó una asociación que alcanzó el nivel nominal de significación estadística con uno de los componentes de la atención percibida evaluados, específicamente la distracción durante el estudio. Sin embargo, debido al carácter exploratorio de los análisis, la ausencia de ajuste por comparaciones múltiples, el tamaño reducido de la muestra, el carácter auto informado de las mediciones y el diseño no experimental y transversal, este resultado debe interpretarse con cautela, dentro del grupo estudiado, y no permite establecer relaciones causales ni generalizar los hallazgos a otros estudiantes o contextos universitarios. Futuras investigaciones podrían ampliar el número de participantes, incorporar instrumentos con evidencia de validez y confiabilidad y complementar los autoinformes con medidas objetivas de uso digital o de atención, con el propósito de examinar con mayor profundidad la relación entre el consumo de videos cortos y los procesos atencionales en estudiantes universitarios.

Referencias Bibliográficas

- Alruwaili, R. (2025). Scroll immersion and short-form video use: Predictors of attention, memory, and fatigue among Saudi social media users. *Acta Psychologica*, 260, Article 105674.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105674>

- Asif, M., & Kazi, S. (2024). Examining the influence of short videos on attention span and its relationship with academic performance. *International Journal of Science and Research*, 13(4), 1877–1883. <https://doi.org/10.21275/SR24428105200>
- Chávez Bajaan, D. M., Valdez Moreira, H., Chávez Miranda, J. T., & Zambrano-Zambrano, C. S. (2025). Impacto del uso intensivo de herramientas digitales en la capacidad de concentración académica. *Magazine de las Ciencias: Revista de Investigación e Innovación*, 10(4), 22–45.
- Chen, Y., Li, M., Guo, F., & Wang, X. (2023). The effect of short-form video addiction on users' attention. *Behaviour & Information Technology*, 42(16), 2893–2910. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2151512>
- Flores Loaiza, R. P., León Belduma, K. D., Ortega Pesantez, Z. M., & Carpio Ayala, C. R. (2024). La influencia del uso de Instagram y TikTok en los estudiantes universitarios. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 7(15), 68–81. <https://doi.org/10.56124/sapientiae.v7i15.005>
- Haliti-Sylaj, T., & Sadiku, A. (2024). Impact of short reels on attention span and academic performance of undergraduate students. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 10(3), 60–68.
- Huang, H., Li, R., & Zhang, J. (2023). A review of visual sustained attention: Neural mechanisms and computational models. *PeerJ*, 11, Article e15351. <https://doi.org/10.7717/peerj.15351>
- Li, G., Geng, Y., & Wu, T. (2024). Effects of short-form video app addiction on academic anxiety and academic engagement: The mediating role of mindfulness. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1428813. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1428813>
- Liao, M. (2024). Analysis of the causes, psychological mechanisms, and coping strategies of short video addiction in China. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1391204. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1391204>
- Manic, M. (2024). Short-form video content and consumer engagement in digital landscapes. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series V: Economic Sciences*, 17(66), 45–52. <https://doi.org/10.31926/but.es.2024.17.66.1.4>
- Mat Said, S. H., Ahmad Hisham, W. N., Hussar, A. N., Anuar, N. E. B., Sarudin, M. F., Sah Allam, S. N., & Hassan, M. S. (2025). The influence of TikTok on academic performance among university students at UiTM Alor Gajah, Melaka. *E-Journal of Media and Society*, 8(1), 1–11. <https://journal.uitm.edu.my/index.php/e-JOMS/article/view/4854>
- Melo Carrillo, M. S. (2023). *Los estudiantes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte y el consumo de contenido en TikTok, durante el período abril-julio 2023* [Trabajo de grado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte.
- Moerel, D., Rich, A. N., & Woolgar, A. (2024). Selective attention and decision-making have separable neural bases in space and time. *Journal of Neuroscience*, 44(38), Article e0224242024. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0224-24.2024>
- Nasiri, E., Khalilzad, M., Hakimzadeh, Z., Isari, A., Faryabi-Yousefabad, S., Sadigh-Eteghad, S., & Naseri, A. (2023). A comprehensive review of attention tests: Can we assess what we exactly do not understand? *The Egyptian Journal of Neurology, Psychiatry and Neurosurgery*, 59, Article 26. <https://doi.org/10.1186/s41983-023-00628-4>
- Park, J., & Jung, Y. (2024). Unveiling the dynamics of binge-scrolling: A comprehensive analysis of short-form video consumption using a Stimulus-Organism-Response model. *Telematics and*

Informatics, 95, Article 102200.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102200>

Ramos Úbeda, P. (2025). *Relación entre el consumo de videos cortos y la atención en estudiantes universitarios* [Trabajo de fin de grado, Universitat de les Illes Balears]. Repositori Institucional de la Universitat de les Illes Balears.

Salazar-Vallejo, G., & Rivera-Rogel, D. (2024). Edutokers latinoamericanos: Alcance e interacción 2.0. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(2).
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13972>

Tian, X., Bi, X., & Chen, H. (2023). How short-form video features influence addiction behavior? Empirical research from the opponent process theory perspective. *Information Technology & People*, 36(1), 387–408. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2020-0186>

Xie, J., Xu, X., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1298361.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298361>

Ye, J.-H., Zheng, J., Nong, W., & Yang, X. (2025). Potential effect of short video usage intensity on short video addiction, perceived mood enhancement ("TikTok brain"), and attention control among Chinese adolescents. *International Journal of Mental Health Promotion*, 27(3), 271–286.
<https://doi.org/10.32604/ijmh.2025.059929>



Esta obra está bajo una licencia de
Creative Commons Reconocimiento-No Comercial
4.0 Internacional. Copyright © David Torres
Pacheco y Karla Gabriela Reyes Aguirre.

Declaraciones éticas y editoriales del artículo

Contribución de los autores (Taxonomía CRediT)

David Torres Pacheco: conceptualización de la investigación, diseño metodológico, desarrollo del proceso investigativo, análisis formal de los datos, redacción del borrador original del manuscrito, revisión crítica del contenido científico y supervisión general del estudio.
Karla Gabriela Reyes Aguirre: curación y organización de los datos, participación en la recolección de información, validación de los resultados obtenidos y elaboración de representaciones gráficas y visualización de los datos.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con la investigación presentada, la autoría del manuscrito ni la publicación del presente artículo.

Declaración de financiamiento

La presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales o de organizaciones sin fines de lucro. En caso de existir financiamiento institucional o externo, este deberá ser declarado explícitamente por los autores en esta sección.

Declaración del editor

El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista.

Declaración de los revisores

Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos.

Declaración ética de la investigación

Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica, garantizando la confidencialidad de los datos y el respeto a los participantes del estudio. En los casos en que la investigación involucre seres humanos, los procedimientos deben ajustarse a los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki y a las normativas institucionales correspondientes.

Declaración sobre el uso de inteligencia artificial

Los autores declaran que el uso de herramientas de inteligencia artificial, en caso de haberse utilizado durante el proceso de investigación o redacción del manuscrito, se realizó únicamente como apoyo técnico para mejorar la claridad del lenguaje o el análisis de información, manteniendo siempre la responsabilidad intelectual sobre el contenido del artículo. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron utilizadas como autoras del manuscrito ni sustituyen la responsabilidad académica de los investigadores.

Disponibilidad de datos

Los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia, respetando las normas éticas y de confidencialidad establecidas por la investigación.

