

Saltar de un video a otro sin verlos aburre y es insatisfactorio

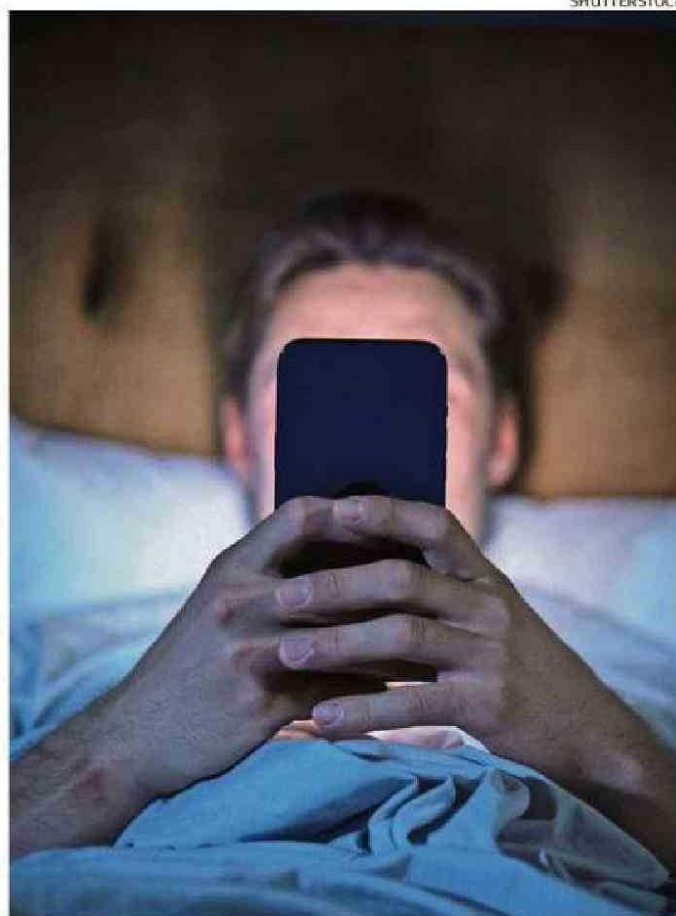
Se cree que ver rápidamente contenido audiovisual en redes sociales sirve para combatir el tedio. Un estudio sostiene todo lo contrario.

Agencia EFE

Por mucho tiempo se ha creído que saltar de un video a otro en redes sociales y visualizarlos unos pocos segundos sirve para combatir el aburrimiento. Sin embargo, un estudio publicado ayer por la Asociación Americana de Psicología sostiene que esta conducta tiene el efecto contrario: resulta que es más aburrido y hace que las personas se sientan más insatisfechas y menos interesadas por el contenido.

El trabajo se llevó a cabo con siete experimentos en los que participaron más de 1.200 habitantes de Estados Unidos y estudiantes de la Universidad de Toronto, en Canadá.

“Si la gente quiere disfrutar más de la experiencia de ver videos puede intentar concentrarse en el contenido y reducir al mínimo el cambio digital, porque al igual que pagar por una experiencia más inmersiva en una sala de cine se disfruta más sumergiéndose en los videos en lugar de saltarlos”, afirma Katy Tam, autora principal e



Ver videos en el celular es una conducta común en las personas.

investigadora de la Universidad de Toronto.

Ver videos cortos en YouTube, Instagram, TikTok, Facebook u otras plataformas de medios de comunicación en línea es un pasatiempo común para las personas que

tienen teléfonos inteligentes. De hecho, es un remedio contra el aburrimiento... o eso creía hasta ahora.

Para determinar hasta qué punto hacer scroll en videos en línea sin terminar de verlos es un método útil para

combatir el aburrimiento, los investigadores hicieron un experimento en dos fases. En la primera, los participantes vieron un video de YouTube de diez minutos sin tener la opción de avanzar o pasarlo. En la segunda, los voluntarios podían pasar libremente por siete videos de cinco minutos en 10 minutos.

Los participantes dijeron sentirse menos aburridos cuando veían un único video y consideraron que la experiencia visual era más satisfactoria, atractiva y significativa que cuando cambiaban de un video a otro.

Los resultados fueron similares en otro experimento en el que los participantes veían un video de 10 minutos en un segmento, pero podían avanzar o retroceder por un video de 50 minutos durante 10 minutos en otro segmento.

El cambio digital puede ser una fuente relacionada de aburrimiento, que podría tener consecuencias en la salud mental, ya que el aburrimiento crónico está relacionado con síntomas depresivos, ansiedad, agresividad sádica y asunción de riesgos.