



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

CARRERA DE COMUNICACIÓN

MODALIDAD:
ENSAYO ACADEMICO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

TEMA:
LA COMUNICACIÓN DE LOS SENTIMIENTOS A TRAVÉS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
EDUCOMUNICACIÓN

AUTOR:
JOSTYN JOSUÉ EUSEBIO MACIAS

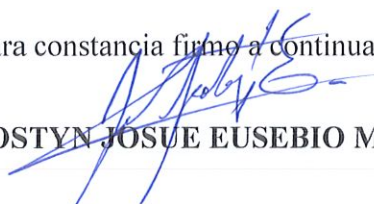
TUTOR:
MG. ANDINO CHANCAY MAURO ILICH

2025-2

CERTIFICACIÓN

Yo, Jostyn Josue Eusebio Macias, portadora de la cédula de ciudadanía No. 131699887-9, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “ **La comunicación de los sentimientos a través del lenguaje audiovisual** ”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.


JOSTYN JOSUE EUSEBIO MACIAS

NOMBRE DEL AUTOR/ESTUDIANTE

C.I. 1316998879

CERTIFICADO DEL TUTOR

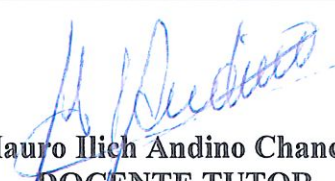
En calidad de docente tutor de la carrera de **Comunicación** de la **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación de la alumna **JOSTYN JOSUE EUSEBIO MACIAS**, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico 2025 (2); cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **Ensayo Académico**, cuyo tema es "**La comunicación de los sentimientos a través del lenguaje audiovisual**". Dicho trabajo ha sido desarrollado de acuerdo con los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, razón por la cual reúne los méritos académicos, científicos y formales suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente. En consecuencia, la estudiante en mención se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 enero de 2026

Lo certifico,



Lic. Mauro Ilich Andino Chancay, Mg
DOCENTE TUTOR

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía constante, fuente de fortaleza y sabiduría en cada etapa de este proceso. A mis padres, cuyo amor, sacrificio y apoyo incondicional han sido el pilar que me ha sostenido en los momentos más difíciles y la motivación para seguir avanzando con determinación. A mis docentes, quienes con su dedicación, exigencia y acompañamiento profesional me han impulsado a crecer académica y personalmente, mostrando siempre disposición para orientar mis pasos con paciencia y compromiso. Y a mis amigos, que con su apoyo, compañía y palabras de aliento hicieron más ligeros los días de estudio y más valiosos los logros alcanzados. A todos, mi profunda gratitud por ser parte esencial de este camino.

DEDICATORIA

A mi mamá, a mi hermana y a mi abuela

Este ensayo lleva sus tres nombres grabados en cada línea, en cada desvelo, en cada momento en que estuve a punto de tirar la toalla y seguí adelante por ustedes.

Mamá, gracias por ser mi roca, mi fuerza y mi paz al mismo tiempo. Gracias por creer en mí cuando yo mismo me sentía perdido, por tus abrazos que curaban todo y por esa fe inquebrantable que nunca dejaste de tener aunque el tiempo se hiciera más largo de lo planeado. Caminaste conmigo cada paso, incluso cuando yo avanzaba más lento de lo que ambos hubiéramos querido.

Hermana, gracias por ser mi apoyo incondicional, mi voz de aliento cuando todo se ponía gris, mis risas en medio de la madrugada y mi recordatorio constante de que no estoy solo en esta lucha. Gracias por no cansarte nunca de decirme “tú puedes, hermano” justo cuando más lo necesitaba.

Abuela, gracias por enseñarme con tu vida entera que los sueños no entienden de edades ni de fechas límites. Por tus oraciones silenciosas, por esa mirada sabia que siempre vio lo mejor de mí aun en mis peores momentos, y por mostrarme que la constancia es la manera más digna de honrar lo que uno ama.

ÍNDICE

Resumen	7
Abstract.....	7
Introducción	8
Desarrollo temático.....	9
Antecedentes del lenguaje audiovisual.....	9
Fundamentos teóricos del lenguaje audiovisual	13
El lenguaje audiovisual como sistema generador de sentido.....	13
La centralidad de la emoción en la experiencia audiovisual	14
El lenguaje audiovisual en el entorno digital y su dimensión emocional.....	15
El poder emocional como vínculo social y cultural	16
Influencia en el estado anímico y la autopercepción	17
Vínculos sociales y búsqueda de reconocimiento afectivo	17
Conclusión	19
Referencias.....	21

La comunicación de los sentimientos a través del lenguaje audiovisual

Resumen

Este trabajo explora de qué manera el lenguaje audiovisual logra transmitir emociones con mucha más fuerza e intensidad que otros medios, y cómo esos elementos visuales y sonoros terminan moldeando nuestra forma de percibir y conectar con los demás en pleno mundo digital. Para no quedarnos solo en la teoría, decidí complementar el análisis con una encuesta que apliqué a 120 personas de entre 18 y 35 años. Los resultados fueron bastante claros y, a la vez, interesantes.

El **87 %** de los participantes afirmó que los contenidos audiovisuales comunican emociones de forma mucho más directa y comprensible que las puras palabras. Sin embargo, un **13 %** advirtió que este mismo lenguaje puede resultar confuso en ocasiones o incluso prestarse fácilmente a la manipulación.

En definitiva, la investigación deja en evidencia el enorme poder emocional que tiene lo audiovisual hoy en día, pero también nos pone sobre aviso: en un entorno digital tan saturado, hace falta mirar y consumir este tipo de contenidos con ojo crítico.

Abstract

This work explores how audiovisual language manages to convey emotions with far more force and intensity than other media, and how these visual and auditory elements ultimately shape our perceptions and connections with others in the digital world. To move beyond theory, I supplemented the analysis with a survey of 120 people between the ages of 18 and 35. The results were quite clear and, at the same time, interesting.

87% of participants stated that audiovisual content communicates emotions much more directly and comprehensibly than words alone. However, 13% cautioned that this same language can sometimes be confusing or even easily manipulated.

In short, the research highlights the enormous emotional power of audiovisual media today, but it also serves as a warning: in such a saturated digital environment, it is essential to view and consume this type of content with a critical eye.

Introducción

La comunicación de los sentimientos constituye una dimensión fundamental de las interacciones humanas y de los procesos sociales contemporáneos. Más allá del lenguaje verbal, las personas recurren cada vez con mayor frecuencia a recursos visuales y sonoros para expresar emociones, construir significados y establecer vínculos afectivos. En este contexto, el lenguaje audiovisual ha adquirido un papel central como medio privilegiado para transmitir estados emocionales de forma inmediata, intensa y, en muchos casos, más eficaz que la palabra escrita u oral.

En la actualidad, el uso masivo de contenidos audiovisuales en entornos digitales (como redes sociales, plataformas de streaming y aplicaciones de mensajería), ha transformado profundamente las dinámicas comunicativas. Imágenes en movimiento, música, efectos sonoros y recursos narrativos se integran cotidianamente en mensajes que buscan no solo informar, sino también provocar reacciones emocionales específicas. Sin embargo, pese a su amplia presencia y aparente eficacia, aún resulta poco claro cómo los distintos componentes del lenguaje audiovisual influyen de manera concreta en la percepción, interpretación e intensidad de los sentimientos que comunican.

Esta situación plantea una problemática relevante dentro del campo de la comunicación: aunque el lenguaje audiovisual es utilizado de forma constante para expresar

emociones, existe una limitada comprensión crítica sobre los mecanismos mediante los cuales dichos recursos construyen significados emocionales y sobre los posibles efectos que generan en los receptores. La polisemia propia de los mensajes audiovisuales puede dar lugar a interpretaciones diversas, confusiones afectivas o incluso procesos de influencia emocional deliberada, especialmente en contextos digitales caracterizados por la sobreexposición a estímulos sensoriales.

A partir de esta problemática, el presente ensayo académico tiene como objetivo analizar de qué manera el lenguaje audiovisual comunica sentimientos y cuál es su impacto en la experiencia emocional de los individuos dentro del entorno digital contemporáneo.

Para ello, se adopta un enfoque metodológico que se establece en una revisión sistemática de literatura especializada sobre la comunicación de los sentimientos a través del lenguaje audiovisual.

De este modo, la investigación busca aportar a la comprensión del lenguaje audiovisual no solo como un medio técnico o estético, sino como un sistema comunicativo con una incidencia significativa en la construcción de experiencias emocionales individuales y colectivas en la sociedad actual.

Desarrollo temático

Antecedentes del lenguaje audiovisual

Para empezar, se debe hacer un análisis de cómo la imagen, por sí sola, puede evocar emociones sin necesidad de las palabras. Escenas como la película 'Flow' (2024), sin diálogos y enfocada en la supervivencia, la adaptación y la unión entre espacios que tratan de sobrevivir en un mundo postapocalíptico se convirtió en un fenómeno visual y emocional, que da otra visión de lo que se conocía como el lenguaje audiovisual.

Zhang (2025), lo explica así:

“El lenguaje visual del cine no se queda solo en contar una historia o pasar información. Va mucho más allá; se convierte en un medio expresivo que despierta diferentes interpretaciones y reacciones afectivas fuertes, todo gracias a cómo se usan la composición, el color, la iluminación y el movimiento de cámara.”

Por lo tanto, el uso de recursos audiovisuales para transmitir un mensaje emocional es esencial, ya que mediante estos recursos la audiencia puede no solo comprender racionalmente el contenido narrativo, sino también experimentar de manera directa las emociones que la obra propone. La composición visual, el manejo del color, la iluminación y el movimiento de cámara funcionan como códigos expresivos que orientan la interpretación del espectador, activan procesos de identificación y potencian la intensidad afectiva del mensaje, convirtiendo la experiencia audiovisual en un proceso sensorial y emocional profundamente significativo.

Así la imagen audiovisual termina siendo como un mensaje abierto: su verdadera carga emocional nace de ese entre lo que muestran los signos visuales y la propia subjetividad, las vivencias y sensibilidades de cada espectador. Eso precisamente le da ese carácter tan polisémico y expresivo (Zhang, 2025).

Durante el siglo XX, los estudios sobre el cine y la teoría del montaje fueron clave para entender el lenguaje audiovisual como algo real mente expresivo, más allá de solo contar historias.

Hoy, los trabajos más actuales insisten en que técnicas como el montaje, el encuadre y el manejo del sonido son fundamentales para construir emociones muy concretas en quien mira.

Kashaka (2025), lo explica de forma muy clara: la manera en que se articulan los planos, junto con decisiones estéticas como el ritmo de las imágenes o la ambientación sonora, termina influyendo directamente en cómo percibimos las emociones. Todo eso genera significados que van mucho más allá de lo que se dice explícitamente en la pantalla.

Además, cuando se usan imágenes con alto grado de realismo, el espectador se identifica mucho más fácilmente con los personajes y con las situaciones que se muestran. Eso fortalece la conexión emocional y hace que la experiencia cinematográfica se sienta más auténtica y cercana (Kashaka, 2025).

Hoy en día se entiende la narrativa cinematográfica contemporánea como un proceso en el que se entremezclan dos cosas fundamentales: la estructura audiovisual (cómo se arma todo visual y sonoramente) y la respuesta emocional que despierta en quien mira. Los estudios más recientes muestran que los estímulos de imagen y sonido no son solo adornos: realmente determinan cómo interpretamos la historia y cuánto nos involucramos afectivamente con ella.

Yaragoppa y Siddharth, en su trabajo de 2025, lo llevaron a un nivel muy interesante: usando modelos de atención visual, lograron predecir con bastante precisión qué reacciones emocionales iban a surgir según ciertos elementos audiovisuales concretos. Esto deja claro que la emoción no es algo que simplemente “pasa” mientras contamos la historia; es un ingrediente central tanto de la comunicación audiovisual como de la propia construcción del sentido narrativo.

Ya en el siglo XXI, con los avances tecnológicos y el boom de las redes sociales, la forma en que las personas expresan y comparten sentimientos a través de lo audiovisual cambió radicalmente. Ahora el lenguaje audiovisual ya no es algo que solo consumimos: lo producimos, lo editamos, lo remezclamos. Vásquez Mego y Díaz Balcázar (2024) lo explican

muy bien: las plataformas actuales fomentan prácticas donde la gente reutiliza imágenes, sonidos, fragmentos; los edita y los hace circular. De esta manera, cualquiera puede expresar emociones de forma creativa y, muchas veces, colectiva.

Esto ha creado un entorno en el que la experiencia emocional se va construyendo entre todos. El que mira ya no es solo espectador pasivo, sino que se convierte también en productor activo de significados afectivos. Lo vemos todos los días en TikTok, Instagram, YouTube, lugares donde el lenguaje audiovisual se ha vuelto la vía más cotidiana (y global) para comunicar cómo nos sentimos.

En resumen, cuando hablamos de cómo se transmiten los sentimientos a través de la imagen y el sonido, estamos ante un terreno que cruza muchas disciplinas: semiótica, teoría del cine, psicología, estudios digitales... Entender este cruce resulta clave si queremos comprender de verdad las formas actuales de relacionarnos y de sentir en sociedad.

Fundamentos teóricos del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual como sistema generador de sentido

Los estudios más recientes coinciden en considerar el lenguaje audiovisual un sistema complejo de producción de significados, resultado de la interacción dinámica entre elementos visuales y auditivos. Autores como Cabezas Alarcón y Nieto Ratero (2025) subrayan que formatos como el cine y otras expresiones audiovisuales operan como sistemas comunicativos completos, donde imagen, sonido y edición se combinan de manera orgánica para generar sentido y desencadenar intensas respuestas afectivas en quien observa.

Este planteamiento resulta relevante desde la comunicación porque evidencia que el sentido no se construye únicamente desde el contenido narrativo, sino desde la articulación técnica y simbólica de los recursos audiovisuales, lo que refuerza la idea de que la emoción es un componente estructural y no accesorio del mensaje.

Esta perspectiva permite comprender el lenguaje audiovisual como un medio expresivo independiente, con capacidad para transmitir conceptos e impresiones emocionales de forma simultánea y sinérgica.

De este modo, la transmisión de estados emocionales no depende exclusivamente de lo que cuenta la historia, sino principalmente de cómo se articulan los distintos componentes audiovisuales para crear una atmósfera determinada.

Un ejemplo claro lo encontramos en escenas cinematográficas que emplean iluminación suave y difusa, encuadres muy próximos al rostro y una banda sonora de corte melancólico: estos recursos no se limitan a narrar un momento triste, sino que logran que el espectador experimente directamente esa tristeza o nostalgia. En otras palabras, el lenguaje audiovisual no describe la emoción; la hace sentir de manera inmediata y visceral.

La centralidad de la emoción en la experiencia audiovisual

Diversas investigaciones contemporáneas destacan que la conexión emocional del público se activa mediante mecanismos de atención selectiva, procesos de identificación y respuestas afectivas ante los estímulos audiovisuales. Trabajos como los de Yaragoppa y Siddharth (2025) evidencian que ciertas elecciones formales (composición visual, ritmo, etc.) capturan la atención del espectador y desencadenan reacciones emocionales cuantificables, consolidando así la idea de que la empatía hacia los personajes y la inmersión narrativa se construyen a través de estrategias audiovisuales muy precisas.

Desde esta perspectiva comunicacional, la emoción deja de ser una consecuencia espontánea del relato para convertirse en una estrategia planificada de construcción de sentido, lo que confirma el carácter intencional del lenguaje audiovisual en la generación de empatía e identificación.

El poder emocional como vínculo social y cultural

Más allá de la experiencia individual, el lenguaje audiovisual posee una clara dimensión colectiva y relacional. Al poner en circulación emociones compartidas, las obras audiovisuales establecen puentes simbólicos entre quien crea y quien recibe el mensaje.

En el terreno publicitario, por ejemplo, el objetivo principal suele ser provocar una reacción afectiva inmediata que genere cercanía y confianza hacia la marca. En cine y series, las emociones funcionan como un código casi universal que facilita la comprensión y la empatía hacia realidades muy diferentes a la propia.

Este mecanismo demuestra que, cuando los sentimientos se expresan mediante recursos audiovisuales bien articulados, se convierten en instrumentos poderosos de unión social y cohesión cultural. Las emociones vehiculadas a través de imágenes y sonidos no solo revelan la interioridad del creador, sino que también interpelan la sensibilidad compartida de una comunidad, fortaleciendo así los vínculos entre sus miembros.

Esta investigación incorporó un caso de estudio donde se analiza un caso centrado en el uso cotidiano que hace un usuario activo de WhatsApp (WSP) e Instagram (IG), dos de las aplicaciones más extendidas en la comunicación diaria actual. El propósito principal fue examinar de qué manera los elementos audiovisuales disponibles en estas plataformas moldean la forma en que se manifiestan, perciben y regulan las emociones.

En WhatsApp, el participante recurre con frecuencia a mensajes de voz, emojis animados y stickers personalizados para transmitir sentimientos de forma más matizada y auténtica que con el simple texto. Por su parte, en Instagram la expresión emocional gana intensidad gracias al empleo de historias efímeras, filtros estéticos, selecciones musicales y clips breves editados con creatividad.

Estos datos ilustran cómo los recursos audiovisuales permiten expresar sutilezas emocionales que el lenguaje escrito por sí solo difícilmente captura con la misma profundidad.

Influencia en el estado anímico y la autopercepción

De acuerdo con lo investigado se considera que Instagram afecta de manera más notable su humor general en comparación con WhatsApp, principalmente por la exposición continua a los contenidos idealizados que comparten otros usuarios.

También se observó en este estudio que en ocasiones siente presión o tendencia a compararse con la “perfección” visual del estilo de vida que observa en la plataforma, lo cual puede traducirse en momentos puntuales de ansiedad o percepción de insuficiencia personal.

No obstante, se destaca el lado positivo: Instagram actúa como fuente de inspiración, motivándolo a producir sus propios contenidos y a canalizar emociones a través de fotografías, videos y ediciones creativas.

Vínculos sociales y búsqueda de reconocimiento afectivo

Las interacciones recibidas en las historias de Instagram generan una sensación más inmediata de cercanía, respaldo y compañía emocional que las conversaciones en WhatsApp en los usuarios, donde encontramos que:

- Las reacciones veloces (como corazones, emojis o respuestas a encuestas) ofrecen una gratificación instantánea y visible.
- En WhatsApp, por el contrario, el intercambio emocional suele depender más del nivel de intimidad preexistente en la relación (amigos muy cercanos, pareja o familiares).

Conclusión

A partir del análisis desarrollado, se confirma que el lenguaje audiovisual no se limita a transmitir sentimientos, sino que interviene activamente en la construcción de experiencias emocionales, vínculos sociales y procesos de identificación en los entornos digitales contemporáneos.

La transmisión de emociones mediante el lenguaje audiovisual representa una de las formas más poderosas y universales de expresión humana contemporánea. Gracias a la combinación de imágenes en movimiento, sonido, ritmo y narrativa visual, este lenguaje supera con creces las barreras del habla escrita o hablada, logrando evocar, compartir e incluso intensificar experiencias afectivas de manera directa y profunda.

En un panorama informativo saturado, las emociones emergen como el elemento clave que permite establecer vínculos genuinos entre las personas y los contenidos que consumen. Por esta razón, entender los mecanismos mediante los cuales los recursos audiovisuales comunican y construyen sentimientos resulta esencial no solo para especialistas en comunicación, sino para cualquier sociedad interesada en cultivar mayor empatía, sensibilidad y conexión humana en los intercambios simbólicos de hoy.

El lenguaje audiovisual ha revolucionado por completo la vivencia y la comprensión colectiva de las emociones. Una secuencia de planos bien elegidos, acompañada de una banda sonora adecuada, gestos sutiles y el manejo de la luz, es capaz de despertar sensaciones que las palabras solas rara vez alcanzan con igual fuerza. Este carácter sensorial lo convierte en un medio profundamente humano, con la capacidad de reflejar y hacer resonar sentimientos universales —amor, melancolía, esperanza, miedo o desasosiego— más allá de diferencias culturales o idiomáticas.

7. Referencias

Cabezas Alarcón, J., & Nieto Ratero, Á. (2025). Cine y su influencia en la comunicación emocional en los contextos educativos. *Revista de Ciencias Sociales*, 31, 543–557. <https://doi.org/10.31876/rcs.v31i.44027>

Huma, T. (2025). Lights, camera, anxiety: The influence of film trailers on social media doom-scrolling. *Journal of Media Horizons*, 6(3), 1844–1854. <https://jmhorizons.com/index.php/journal/article/view/505>

Kashaka, N. D. (2025). Cinematic techniques: Shaping viewer perception and emotion. *Current Issues in Arts and Management*, 4(2), 28–46. <https://doi.org/10.59298/RIJCIAM/2025/422833>

Vásquez Mego, C. D., & Díaz Balcázar, A. C. (2024). *El lenguaje audiovisual en el cine contemporáneo: Una revisión de la literatura entre 2020 y 2024* [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS-Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/13043>

Yaragoppa, A., & Siddharth. (2025). Saliency-guided emotion modeling: Predicting viewer reactions from video stimuli. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2505.19178>

Zaheer, A., & Safdar, G. (2025). Emojis as emotional expression in online communication: Replacing the words in digital era. *Online Media & Society*, 6(2), 72–88. <https://doi.org/10.71016/oms/4c10tc47>

Zhang, Q. (2025). Visual language and emotional expression of film and television art explored in depth. *Scientific and Social Research*, 7(5), 293–312. <https://www.researchgate.net/publication/392544408>

Zilbalodis, G. (Director). (2024). *Flow, un mundo que salvar* [Película]. Dream Well Studio; Sacrebleu Productions; Take Five; arte France Cinéma; Canal+.