

EL SÍMBOLO EN EL GUION CINEMATOGRAFICO COMO PERSUASIÓN EMOCIONAL. DIÁLOGO ENTRE NARRATIVA AUDIOVISUAL, SEMIÓTICA Y NEUROMARKETING

José Antonio Fruci Gómez
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
jose.fruci@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-1740>

Autor para correspondencia: jose.fruci@uleam.edu.ec

Recibido: 30/01/2026

Aceptado: 30/05/2026

Publicado: 15/07/2026

RESUMEN

El cine construye experiencias emocionales que trascienden la comprensión racional mediante dispositivos simbólicos integrados a la acción narrativa. Este trabajo examina el símbolo en el guion cinematográfico en tanto eje estructural de persuasión emocional, articulando aportes de la narrativa audiovisual, la semiótica, la neurociencia y los estudios culturales. El objetivo central consiste en analizar de qué manera el símbolo organiza la emoción, orienta la interpretación y favorece la permanencia del relato en la memoria del espectador. La metodología adopta un enfoque teórico-reflexivo basado en el análisis conceptual y el diálogo crítico con literatura especializada, junto con el examen interpretativo de casos fílmicos representativos. Los resultados evidencian que el símbolo, lejos de cumplir una función ornamental, actúa a nivel afectivo, cognitivo y cultural, sincronizando emociones, activando procesos de identificación y reforzando la memoria narrativa individual y colectiva. Se concluye que el símbolo cinematográfico constituye un dispositivo de alta eficacia persuasiva y una herramienta narrativa fundamental, cuya potencia depende de su integración orgánica a la acción, de la ambigüedad interpretativa y de una responsabilidad ética orientada a estimular la reflexión y no a clausurar el sentido.

Palabras clave: cine, emoción, narrativa, persuasión, símbolo.

THE SYMBOL IN THE FILM SCRIPT AS A TOOL FOR EMOTIONAL PERSUASION. DIALOGUE BETWEEN AUDIOVISUAL NARRATIVE, SEMIOTICS AND NEUROMARKETING

ABSTRACT

Cinema constructs emotional experiences that transcend rational understanding through symbolic devices integrated into narrative action. This paper examines the

symbol in the film script as a structural axis of emotional persuasion, articulating contributions from audiovisual narrative, semiotics, neuroscience and cultural studies. The central objective is to analyse how the symbol organises emotion, guides interpretation and favours the permanence of the story in the viewer's memory. The methodology adopts a theoretical-reflective approach based on conceptual analysis and critical dialogue with specialized literature, together with the interpretative examination of representative film cases. The results show that the symbol, far from fulfilling an ornamental function, acts at an affective, cognitive and cultural level, synchronizing emotions, activating identification processes and reinforcing individual and collective narrative memory. It is concluded that the cinematographic symbol constitutes a device of high persuasive efficacy and a fundamental narrative tool, whose power depends on its organic integration into the action, on interpretative ambiguity and on an ethical responsibility aimed at stimulating reflection and not closing off meaning.

Keywords: cinema, emotion, narrative, persuasion, symbol.

1. INTRODUCCIÓN

El cine no persuade únicamente a través del argumento ni del discurso explícito, sino mediante imágenes, acciones y objetos que condensan sentidos y activan experiencias emocionales profundas. En determinadas escenas, un gesto mínimo o un objeto silencioso concentra la carga simbólica del relato y se fija en la memoria del espectador con una intensidad que trasciende la comprensión racional. Un ejemplo paradigmático se observa en *El laberinto del fauno*, cuando el libro que acompaña a Ofelia permanece en escena tras su muerte, sin explicar nada ni resolver el conflicto, pero concentrando el sentido trágico y emocional de la historia (Del Toro, 2006). En estos casos, el símbolo no argumenta ni explica: actúa sobre la experiencia sensible del espectador.

En el marco de la teoría cinematográfica, Metz (2002) sostiene que el cine no reproduce la realidad, sino que construye un sistema de significación en el que la imagen se transforma en experiencia psíquica, involucrando procesos de identificación, percepción y afecto. En este nivel profundo, el símbolo cinematográfico opera como

mediador entre el relato y el inconsciente del espectador, integrando emoción e interpretación sin recurrir a la verbalización (Morin, 2001).

Esta condición se vincula con la propuesta de Eco (1993), quien afirma que el sentido de un texto narrativo no se encuentra completamente cerrado, sino que se actualiza en la cooperación interpretativa del receptor, activando un espacio de ambigüedad productiva que se completa a partir de la experiencia y el bagaje cultural del espectador.

En el ámbito del guion cinematográfico, el significado auténtico de una historia no debe explicarse verbalmente, puesto que cualquier intento de hacerlo debilita su potencia narrativa; el sentido emerge de la acción y de los valores que esta condensa (McKee, 2011; Aristóteles, 2002). El símbolo, cuando se integra orgánicamente al conflicto, permite expresar dilemas, tensiones y emociones sin clausurar la interpretación, reforzando la eficacia narrativa del relato.

Las contribuciones contemporáneas de la neurocinemática suman evidencia empírica a estas intuiciones teóricas. Hasson et al. (2008) demostraron que determinadas películas conducen a los espectadores a través de secuencias similares de estados perceptivos, emocionales y cognitivos, lo que confirma que el cine es capaz de sincronizar la experiencia emocional colectiva. En este marco, el símbolo cinematográfico maniobra en el plano semiótico y en el neurocognitivo, influyendo en la atención, la emoción y la memoria compartida, y reforzando su capacidad persuasiva (Smith, 2003).

Desde una perspectiva cultural, el símbolo adquiere además una dimensión social e histórica. Monsiváis (2000) plantea que el cine funciona como un archivo emocional donde los objetos, gestos y motivos simbólicos condensan tensiones colectivas, identidades y memorias compartidas. En esta línea, Stam (2000), sostiene que el cine

debe analizarse en tanto práctica cultural atravesada por múltiples discursos y tradiciones simbólicas, por lo que los símbolos cinematográficos no poseen un carácter universal, más bien dialogan con sistemas de representación específicos que orientan su interpretación.

Sobre la base de estos antecedentes, este trabajo propone analizar el símbolo en el guion cinematográfico en tanto herramienta de persuasión emocional, estableciendo un diálogo entre narrativa audiovisual, semiótica, neurociencia y estudios culturales. A partir de un enfoque teórico-reflexivo y del análisis de casos fílmicos representativos, se plantea que el símbolo no constituye un recurso ornamental, por el contrario, es un eje estructural que organiza la experiencia narrativa, activa la emoción y favorece la perdurabilidad del relato en la memoria del espectador.

2.METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter teórico-reflexivo, orientado al análisis del símbolo en el guion cinematográfico y su función en la persuasión emocional del espectador. La investigación no se apoya en experimentación directa ni en recolección de datos primarios, sino en la articulación crítica de marcos conceptuales provenientes de la teoría cinematográfica, la semiótica y las neurociencias aplicadas al cine.

La estrategia metodológica se fundamenta en el análisis de literatura científica especializada, seleccionada por su relevancia teórica y su respaldo empírico en el estudio de la percepción, la emoción y la experiencia audiovisual. En este sentido, se integran los aportes de la neurocinemática, particularmente los estudios de Hasson et al. (2008), que demuestran la sincronización de estados perceptivos y emocionales en espectadores expuestos a una misma narrativa fílmica.

Asimismo, se incorporan contribuciones de la neurociencia afectiva, entre ellas la hipótesis del marcador somático propuesta por Damasio et al. (1996), que explica la relación entre emoción, memoria y toma de decisiones, así como los trabajos de LeDoux (1998) sobre los circuitos neuronales rápidos implicados en el procesamiento emocional preconscious.

De manera complementaria, se realiza un análisis interpretativo de ejemplos fílmicos representativos, utilizados como instancias analíticas que permiten observar el funcionamiento del símbolo integrado a la acción narrativa. El procedimiento analítico se organizó en torno a la identificación de funciones simbólicas recurrentes, su vinculación con el subtexto y su impacto en procesos de emoción, memoria y persuasión. Este esquema permitió sostener que el símbolo cinematográfico opera simultáneamente en los planos narrativo, neurocognitivo y cultural, reforzando la experiencia emocional y la perdurabilidad del relato en la memoria del espectador.

La tabla 1 recoge el esquema metodológico aplicado en el proceso de investigación.

Tabla 1. *Esquema metodológico del proceso de investigación*

ETAPA DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA	PROPÓSITO ANALÍTICO
ENFOQUE DEL ESTUDIO	El trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter teórico-reflexivo, orientado al análisis conceptual del símbolo en el guion cinematográfico y su función en la persuasión emocional.	Delimitar el marco epistemológico del estudio y su naturaleza no empírica.
REVISIÓN TEÓRICA ESPECIALIZADA	Análisis crítico de literatura académica vinculada a la teoría cinematográfica, la semiótica, la	Construir un marco conceptual interdisciplinar que sustente la reflexión.



	neurociencia afectiva y los estudios culturales aplicados al cine.	
ARTICULACIÓN INTERDISCIPLINAR	Integración de aportes provenientes de la narrativa audiovisual, la semiótica, la neurocinemática y el neuromarketing.	Relacionar distintas perspectivas teóricas en torno al símbolo cinematográfico.
ANÁLISIS INTERPRETATIVO	Examen interpretativo de ejemplos fílmicos representativos, considerados instancias analíticas para observar el funcionamiento del símbolo integrado a la acción narrativa.	Comprender el modo en que el símbolo articula emoción, sentido y experiencia.
IDENTIFICACIÓN DE FUNCIONES SIMBÓLICAS	Reconocimiento de patrones recurrentes asociados al subtexto, la ambigüedad, la emoción y la memoria narrativa.	Analizar la función estructural del símbolo dentro del relato audiovisual.
SÍNTESIS CRÍTICA	Integración de los niveles narrativo, emocional y cultural en una reflexión final sobre la persuasión simbólica.	Formular conclusiones teóricas sobre la eficacia y los límites del símbolo cinematográfico.

Fuente: elaboración propia.

3. DESARROLLO TEÓRICO Y ANÁLISIS INTERPRETATIVO

3.1. El símbolo cinematográfico y la estructura narrativa

El símbolo cinematográfico adquiere su verdadera eficacia cuando se integra de manera orgánica a la acción narrativa y a la estructura del guion. No se trata de un elemento ornamental ni de una alegoría explícita, sino de un principio de organización del sentido que articula emoción, interpretación y experiencia.

La imagen fílmica implica al espectador en una relación imaginaria basada en la identificación, donde la percepción visual se transforma en experiencia psíquica y afectiva (Metz, 2001). En este nivel profundo, el símbolo no se decodifica únicamente

de forma racional, sino que se vive como una experiencia sensible que activa procesos de identificación y resonancia emocional (Eisenstein, 2001).

Esta condición se vincula con la idea de apertura interpretativa, según la cual el sentido de un texto narrativo no se encuentra completamente cerrado, sino que se actualiza a partir de la cooperación del receptor (Eco, 1993). El símbolo cinematográfico orienta la interpretación sin imponerla, permitiendo que el espectador complete el sentido partiendo de su vivencia, memoria y bagaje cultural.

En el ámbito del guion cinematográfico, el significado auténtico de una historia no debe explicarse verbalmente, ya que cualquier intento de hacerlo debilita su potencia narrativa; el sentido emerge de la acción y de los valores que esta condensa (McKee, 2011). Cuando el símbolo surge de la acción dramática, permite expresar dilemas éticos, tensiones emocionales y conflictos sin recurrir a la explicitación discursiva, reforzando la densidad narrativa del relato.

3.2. Subtexto, ambigüedad y participación del espectador

El subtexto constituye el espacio donde el símbolo despliega su mayor potencia. Mientras la acción visible organiza el desarrollo del relato, el subtexto sostiene la emoción y el sentido profundo de la experiencia fílmica. “Los textos narrativos se encuentran plagados de espacios en blanco que exigen una participación activa del receptor para actualizar su significado” (Eco, 1993, p.75). En estos intersticios, el símbolo opera con mayor intensidad, activando procesos inferenciales y afectivos.

La ambigüedad simbólica no representa una carencia de sentido, sino una condición que favorece la participación emocional y cognitiva del espectador. Esta apertura fortalece la identificación y contribuye a la permanencia del relato en la memoria.

Desde un enfoque cognitivo, la narración cinematográfica orienta las inferencias del espectador mediante una distribución estratégica de la información, guiando la construcción de sentido sin clausurarla (Bordwell, 1985). En este escenario, el símbolo actúa en el subtexto como un organizador de inferencias que mantiene una tensión interpretativa productiva (Bordwell & Thompson, 2013).

3.3. Emoción, memoria y persuasión simbólica

La eficacia del símbolo cinematográfico se comprende con mayor profundidad a partir de los aportes de la neurociencia. Los estudios sobre neurocinemática manifiestan que ciertas películas conducen a los espectadores a través de secuencias similares de estados perceptivos, emocionales y cognitivos, generando una sincronización emocional colectiva (Hasson et al., 2008). Este fenómeno evidencia que el símbolo no opera puramente en el plano semiótico, sino también en el neurocognitivo, influyendo en la atención, la emoción y la memoria compartida.

Vinculada a la neurociencia afectiva, la emoción constituye una condición necesaria para la toma de decisiones y la consolidación de la memoria, y no un obstáculo para la razón (Damasio, 1994). En el cine, los símbolos cargados emocionalmente activan respuestas afectivas que marcan la experiencia narrativa y favorecen su fijación en la memoria a largo plazo. Aquello que emociona es lo que se recuerda, y el símbolo funciona como un marcador somático narrativo que vincula emoción y significado (Damasio, 1994; Tan, 1996; Plantinga, 2009).

Ciertos estímulos asociados al peligro, la pérdida o la amenaza activan rutas neuronales rápidas que anteceden al procesamiento racional consciente (LeDoux, 1999). Los símbolos cinematográficos ligados al riesgo, el sacrificio o la transgresión operan en estos circuitos emocionales primarios, capturando la atención del espectador antes de

que intervenga el análisis racional. De este modo, la emoción antecede y condiciona la interpretación, reforzando la eficacia persuasiva del símbolo.

En el contexto del neuromarketing, gran parte de las decisiones humanas se encuentran influidas por imágenes metafóricas y asociaciones emocionales que operan en niveles no conscientes (Zaltman, 2003). En el cine, el símbolo funciona como una metáfora visual que conecta con estructuras emocionales profundas, influyendo en la valoración que el espectador realiza de los personajes, los conflictos y las decisiones narrativas.

3.4. Dimensión cultural y memoria colectiva del símbolo

La eficacia simbólica adquiere una dimensión cultural cuando se inscribe en un entramado de mediaciones sociales e históricas. El cine funciona como un archivo emocional en el que los objetos, gestos y motivos simbólicos condensan tensiones colectivas, identidades y memorias compartidas (Kracauer, 1989; Monsiváis, 2000). El símbolo no representa únicamente una idea abstracta, sino que encarna una experiencia histórica vivida, facilitando la identificación emocional del espectador con una memoria social.

El cine debe analizarse en tanto práctica cultural atravesada por múltiples discursos y tradiciones simbólicas, por lo que los símbolos cinematográficos no poseen un carácter universal en sentido estricto, sino que dialogan con sistemas de representación específicos que orientan su interpretación (Stam, 2000). Esta perspectiva se complementa con la idea de que la experiencia cinematográfica implica una relación activa entre el espectador y el dispositivo fílmico, mediada por expectativas culturales y formas históricas de recepción (Casetti, 1999). El símbolo actúa así como un operador cultural que articula experiencia estética y condiciones sociales de interpretación.

Cuando un símbolo logra condensar una experiencia social reconocible, trasciende la película que lo origina y se integra al imaginario colectivo. La repetición simbólica y la coherencia narrativa refuerzan este proceso, consolidando al símbolo como un marcador de memoria colectiva que articula emociones individuales en una experiencia social compartida.

4. ALCANCES, LÍMITES Y RESPONSABILIDAD DEL SÍMBOLO CINEMATOGRAFICO

El símbolo cinematográfico no constituye un elemento autosuficiente dentro del relato audiovisual. Su eficacia se encuentra condicionada por su articulación con la acción narrativa, por el contexto cultural en el que se inscribe y por la experiencia emocional del espectador. Cuando estas condiciones se debilitan, el símbolo pierde densidad expresiva y se transforma en un recurso previsible, decorativo o carente de impacto significativo.

Uno de los principales límites del símbolo se relaciona con su desgaste a causa de la repetición y la saturación. El exceso de codificación simbólica puede reducir la participación activa del espectador y clausurar la interpretación. Un texto narrativo excesivamente cerrado limita la cooperación interpretativa y debilita la experiencia estética (Eco, 1981). En el cine, la reiteración de un símbolo sin variación dramática ni transformación narrativa conduce a su neutralización expresiva, anulando su capacidad de activar emoción, ambigüedad y reflexión.

En el ámbito de la semiótica cinematográfica, el sentido no reside en los objetos aislados, sino en su articulación dentro del discurso fílmico (Metz, 2002). Un símbolo desvinculado de la acción narrativa carece de eficacia comunicativa y persuasiva. El significado emerge únicamente en relación con el conflicto, el desarrollo dramático y

su función dentro de la historia. Cuando el símbolo se presenta de forma explícita o redundante, pierde su capacidad de operar en el subtexto y deja de activar la experiencia afectiva del espectador.

La dramaturgia refuerza esta idea al afirmar que el significado se revela a través de la acción y no mediante explicaciones verbales. El sentido genuino de una historia se manifiesta en lo que ocurre dentro del relato (McKee, 1997). Bajo esta premisa, el símbolo adquiere densidad narrativa cuando interviene en la acción, provoca decisiones o impulsa transformaciones visibles en los personajes. Sin esta relación activa con el conflicto, el símbolo permanece limitado a su condición de objeto.

La reflexión sobre los límites del símbolo conduce a una dimensión ética vinculada a la persuasión emocional. La emoción desempeña un papel central en la atención, la memoria y la toma de decisiones, y constituye un componente esencial del razonamiento humano (Damasio, 1994). Del mismo modo, el cine posee la capacidad de sincronizar la actividad cerebral del público, organizando respuestas emocionales compartidas a partir de estructuras narrativas y formales específicas (Hasson et al., 2008). Esta capacidad persuasiva implica una responsabilidad narrativa vinculada al uso consciente del símbolo.

Determinados estímulos asociados al peligro, la pérdida o la amenaza activan rutas neuronales rápidas que anteceden al procesamiento racional consciente y condicionan la interpretación posterior (LeDoux, 1999). En este contexto, el símbolo cinematográfico funciona como un disparador emocional preconscious que orienta la experiencia del espectador antes de cualquier análisis racional. Este mecanismo refuerza su eficacia persuasiva y, al mismo tiempo, exige una reflexión ética sobre sus alcances (Žižek, 2006).

El símbolo cinematográfico debe entenderse como un dispositivo narrativo con implicaciones estéticas, emocionales y culturales. Su potencia radica en activar emoción y pensamiento sin anular la capacidad crítica del espectador. El límite ético se sitúa en la diferencia entre estimular la reflexión y dirigir de manera cerrada la experiencia emocional.

En síntesis, los alcances del símbolo cinematográfico se encuentran estrechamente vinculados a su integración narrativa, a la ambigüedad interpretativa y a su coherencia con la acción dramática. Sus límites aparecen cuando se impone de forma explícita, se repite sin transformación o se utiliza con fines persuasivos carentes de responsabilidad estética. Reconocer estos alcances y límites permite comprender al símbolo como un componente central de la construcción narrativa y de la ética del relato audiovisual.

5. EJEMPLOS Y CASOS DE ESTUDIO

El símbolo cinematográfico no requiere una comprensión racional inmediata para generar impacto emocional. En numerosas ocasiones, su eficacia se manifiesta a nivel sensible antes de ser procesada intelectualmente, o incluso sin llegar a formularse de manera consciente. Esta condición explica por qué ciertos símbolos permanecen en la memoria del espectador más allá del desarrollo narrativo, fijándose en la experiencia afectiva asociada al relato (Plantinga & Smith, 1999).

Un ejemplo paradigmático se observa en *El laberinto del fauno*. El libro que acompaña a Ofelia carece de explicaciones verbales y de instrucciones explícitas; sus páginas en blanco no ofrecen respuestas ni certezas. Sin embargo, esta ausencia de información verbal concentra el sentido profundo de la historia. El objeto simboliza la posibilidad de elección y de imaginación frente a una realidad marcada por la violencia. Cuando Ofelia desobedece al fauno y muere, el símbolo deja de funcionar como objeto

narrativo y se convierte en una experiencia emocional. La pérdida activa empatía y memoria afectiva en el espectador, independientemente de la aceptación o rechazo del universo fantástico propuesto. El significado emerge de la acción dramática y no de la explicación discursiva, reafirmando que el sentido auténtico de una historia se revela a través de lo que ocurre en escena (McKee, 1997).

Otro caso significativo se encuentra en *Matrix*. La pastilla roja adquiere valor simbólico en el momento en que se ofrece a Neo, transformándose en un punto de inflexión narrativo. Tomarla implica renunciar a la comodidad de lo conocido y aceptar una verdad incómoda, sin garantías de control sobre el resultado. El espectador no necesita acceder a la dimensión filosófica del relato para experimentar el peso emocional de la decisión.

La fuerza del símbolo radica en su conexión con una experiencia humana básica vinculada a la elección y a la pérdida de certezas. Esta capacidad explicativa favorece su permanencia cultural y su proyección más allá del film que le da origen (Campbell, 2001).

Un funcionamiento similar se observa en *La Casa de Papel*, donde las máscaras de Dalí y el vestuario rojo operan como condensadores simbólicos de ideas vinculadas al anonimato, la pertenencia grupal y la resistencia. Estos elementos permiten al espectador reconocerse en una identidad colectiva sin necesidad de discursos explicativos. El símbolo facilita la proyección emocional y refuerza la identificación con el grupo, activando un espacio interpretativo que se completa a partir de la experiencia personal del receptor (Eco, 1993; Jenkins, 2008).

En *Ratas, ratones y rateros*, el símbolo se construye a partir de la experiencia corporal y emocional de los personajes. La violencia, los espacios cerrados, la suciedad y los

cuerpos heridos funcionan como manifestaciones simbólicas de la marginalidad urbana y la exclusión social. La película evita contextualizaciones discursivas o justificaciones narrativas, obligando al espectador a experimentar incomodidad, tensión y desamparo (Sobchack, 1992).

El sentido surge de la reiteración de situaciones sin salida y de la imposibilidad de transformación, lo que refuerza la sensación de encierro y fatalidad. El significado se revela mediante la acción y la acumulación de experiencias narrativas, confirmando que el símbolo puede operar de manera áspera y perturbadora, fijándose en la memoria emocional del espectador (McKee, 1997; Damasio, 1994).

Estos casos evidencian que el símbolo cinematográfico no necesita ser evidente ni estéticamente agradable para resultar eficaz. Su potencia reside en activar emoción antes de cualquier elaboración racional, consolidándose en la memoria afectiva. En todos los ejemplos analizados, el símbolo articula acción, emoción y experiencia cultural, reforzando la persuasión emocional del relato y demostrando su capacidad para trascender la historia particular y proyectarse en la experiencia del espectador.

6. CONCLUSIONES

El análisis desarrollado a lo largo de este trabajo permite afirmar que el símbolo constituye un componente central del guion cinematográfico y de la experiencia audiovisual. Su eficacia no depende de la explicitación discursiva ni de la explicación racional, sino de su integración orgánica a la acción narrativa y de su capacidad para activar emoción, interpretación y memoria. El símbolo actúa en un nivel profundo de la experiencia fílmica, articulando sentido y afecto de manera simultánea, lo que explica su persistencia en la memoria del espectador más allá del desarrollo argumental.

La reflexión teórica y el examen interpretativo de ejemplos cinematográficos evidencian que el símbolo organiza la experiencia narrativa al operar en el subtexto, favoreciendo la participación activa del espectador. Esta participación fortalece la identificación emocional y amplía las posibilidades de interpretación, evitando lecturas cerradas y unívocas. La ambigüedad simbólica se confirma como una condición que potencia la persuasión emocional del relato, al permitir que el sentido se construya a partir de la experiencia personal, cultural y afectiva del receptor.

Igualmente, el estudio pone de relieve que la eficacia del símbolo se encuentra sujeta a límites claros. La repetición mecánica, la saturación visual y la desvinculación de la acción dramática debilitan su potencia expresiva y reducen su impacto emocional.

El símbolo adquiere densidad narrativa únicamente cuando participa activamente en el conflicto y en las transformaciones de los personajes, consolidándose como experiencia y no como objeto decorativo.

Por último, el símbolo cinematográfico plantea una responsabilidad ética vinculada al uso de la persuasión emocional. Su capacidad para activar respuestas afectivas profundas y orientar la interpretación exige un empleo consciente que estimule la reflexión y preserve la autonomía del espectador. En este sentido, el símbolo permanece como una herramienta narrativa indispensable del cine contemporáneo, capaz de articular emoción, memoria y cultura, y de sostener relatos que perduran en la experiencia sensible y reflexiva del público.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aristóteles. (2002). *Poética* (V. García Yebra, Trad.). Gredos. (Obra original escrita ca. 335 a. C.).
<https://www.gredos.com>

Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. University of Wisconsin Press.
<https://uwpress.wisc.edu/books/0289.htm>

Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *El arte cinematográfico* (9.ª ed.). McGraw-Hill.
<https://www.mheducation.es>

Campbell, J. (2001). *El héroe de las mil caras* (L. López-Ballesteros, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1949).
<https://www.fce.com.mx>

Casetti, F. (1999). *Teorías del cine*. Cátedra.
<https://www.catedra.com>

Cordero, S. (Director). (1999). *Ratas, ratones y rateros* [Película]. Coyote Films.
<https://www.imdb.com/title/tt0188355>

Damasio, A. R. (1994). *El error de Descartes: La emoción, la razón y el cerebro humano*. Editorial Crítica.
<https://www.planetadelibros.com>

Del Toro, G. (Director). (2006). *El laberinto del fauno* [Película]. Estudios Picasso.
<https://www.imdb.com/title/tt0457430>

Eco, U. (1981). *Lector in fabula*. Lumen.
<https://www.editoriallumen.com>

Eco, U. (1993). *Los límites de la interpretación*. Lumen.
<https://www.editoriallumen.com>

- Eco, U. (1999). *Obra abierta*. Ariel. (Obra original publicada en 1962).
<https://www.planetadelibros.com>
- Eisenstein, S. (2001). *La forma del cine*. Siglo XXI Editores.
<https://www.sigloxxieditores.com>
- Gallese, V., & Guerra, M. (2012). Embodying movies: Embodied simulation and film studies. *Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image*, 3, 183-210.
<https://journals.openedition.org/cinema/412>
- Hasson, U., Landesman, O., Knappmeyer, B., Vallines, I., Rubin, N., & Heeger, D. J. (2008). Neurocinematics: The neuroscience of film. *Projections*, 2(1), 1-26.
<https://doi.org/10.3167/proj.2008.020102>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
<https://www.planetadelibros.com>
- Kracauer, S. (1989). *Teoría del cine: La redención de la realidad física*. Paidós.
<https://www.planetadelibros.com>
- LeDoux, J. (1999). *El cerebro emocional*. Ariel.
<https://www.planetadelibros.com>
- McKee, R. (2011). *El guion: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones* (2.^a ed.). Alba Editorial. (Obra original publicada en 1997).
<https://www.albaeditorial.es>

Metz, C. (2001). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Paidós.
<https://www.planetadelibros.com>

Metz, C. (2002). *El significante imaginario: Psicoanálisis y cine*. Paidós. (Obra original publicada en 1977).
<https://www.planetadelibros.com>

Monsiváis, C. (2000). *Aires de familia: Cultura y sociedad en América Latina*. Anagrama.
<https://www.anagrama-ed.es>

Morin, E. (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Paidós.
<https://www.planetadelibros.com>

Plantinga, C. (2009). *Moving viewers: American film and the spectator's experience*. University of California Press.
<https://www.ucpress.edu>

Plantinga, C., & Smith, G. M. (1999). Passionate response: Film, cognition, and emotion. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 57(2), 157-170.
<https://doi.org/10.2307/432079>

Smith, G. M. (2003). Film structure and the emotion system. *Cambridge Quarterly of Film and Media Studies*, 32(1), 3-20.
<https://doi.org/10.1093/camqtly/32.1.3>

Sobchack, V. (1992). *The address of the eye: A phenomenology of film experience*. Princeton University Press.
<https://press.princeton.edu>

- Stam, R. (2000). *Teorías del cine: Una introducción*. Paidós.
<https://www.planetadelibros.com>
- Tan, E. S. (1996). Emotion and the structure of narrative film: Film as an emotion machine. *Poetics*, 23(1-2), 7-36.
[https://doi.org/10.1016/0304-422X\(95\)00021-1](https://doi.org/10.1016/0304-422X(95)00021-1)
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. Harvard Business School Press.
<https://store.hbr.org>
- Žižek, S. (2006). *Lacrimae rerum: Ensayos sobre cine moderno*. Debate.
<https://www.penguinlibros.com>