



**el enfoque
marxista
del estudio
de la comunicación**

Jaime Goded

1. **La investigación científica.**
- 1.1. El trabajo de **investigación científica** (concreto-abstracto-concreto o teórico-experimental) Tiene por objeto la aprehensión, desciframiento, interpretación, comprensión y conocimiento de los problemas, fenómenos y procesos de la realidad. La **investigación científica** se propone la adquisición, utilización y desarrollo de los métodos fundamentales y específicos para la realización de objetos didácticos (teórico prácticos), generales y particulares, y su comunicación lo más amplia posible.
- 1.2. La **investigación científica implica**, a grandes rasgos, varias operaciones metodológicas básicas:
 - observar,
 - reflexionar,
 - comprobar,
 - demostrar,
 - exponer,
 - describir,
 - hacer y actuar sobre la realidad.
- 1.3. La **investigación científica** es una actividad encauzada al planteamiento y respuesta sistemáticos de cuestionamientos mediante la observación, indagación y experimentación a partir de la cosa misma (que es una fuente de información), siempre que estos cuestionamientos tengan por objeto enriquecer el conocimiento acerca de una materia determinada y aplicarlo al planteamiento y solución sucesivos de nuevos problemas prácticos y teóricos.
- 1.4. La **investigación científica**, producto de la vida social y forma del conocimiento, tiene por objeto descifrar, interpretar,

comprender la realidad (lo que es)
y transformarla,

La **investigación científica**,
más allá de la adquisición,
sistematización y
transmisión de un saber,
tiene como propósito la utilización de los conocimientos
como medio de producción,
en una teoría práctica y en una práctica teórica,
con fines de análisis-síntesis y
comprensión-difusión.

La **investigación científica**,
más allá de la definición-descripción de un sentido,
tiene como propósito la producción-creación
de nuevas significaciones:
el objeto producto de la investigación
no es algo acabado o agotado;
se transforma continuamente y
sirve de base
para la producción de nuevos objetos didácticos científicos.

- 1.5. El trabajo de **investigación científica**
es la expresión del
pensamiento social
en conceptos,
en demostraciones.

2. La investigación científica de la comunicación.

- 2.1. El trabajo de investigación científica
en los campos de la **comunicación**
tiene por objeto identificar,
obtener,
producir,
sistematizar y
transmitir **información**
sobre los hechos de civilización
(fenómenos y procesos) *

* El **fenómeno** se refiere a las propiedades y
características externas
del **objeto**
que son captadas,
percibidas,
aprehendidas,
conocidas,
a través del conocimiento sensorial

situados en el campo de las relaciones humanas, sociales, que comprenden los conceptos de producción social,

(sensaciones,
percepciones,
representaciones).

La **esencia** se refiere a las propiedades y características internas

del **objeto**

que son la expresión de las relaciones y conexiones

que unifican la diversidad de los aspectos inherentes a ese objeto.

Esencia y fenómeno

existen de manera objetiva y están mutuamente vinculados:

La **esencia** se refiere a las propiedades y el fenómeno revela la esencia.

El trabajo de **investigación científica**

se propone **aprehender**

la esencia tras la apariencia externa del objeto:

es decir, **descifrar**

las relaciones (leyes) de las manifestaciones del fenómeno. (K. Marx).

El **proceso** se refiere al conjunto

de las fases

de un fenómeno,

siempre organizado en el tiempo y el espacio (en evolución, desarrollo, movimiento)

Toda evolución social,

todo cambio, acción o actividad,

son procesos:

el proceso transforma la estructura y ésta determina el proceso.

Los **fenómenos sociales** se caracterizan

por manifestarse y actuar

en toda la sociedad,

tanto en el sistema económico de cada etapa de su desarrollo como en las concepciones e instituciones correspondientes.

Los **hechos de civilización**

son fenómenos sociales específicos

que constituyen un conjunto sistemático de sociedades,

un "sistema hipersocial de sistemas sociales"

(M. Mauss)

denominado civilización.

Los **hechos de civilización** se caracterizan

por su esencia comunicable,

internacional,

creación cultural e
ideología. **

extranacional:

son fenómenos sociales comunes a diversas sociedades
"reunidas por contacto prolongado,
intermediario permanente o
filiación a partir de fuentes comunes" (M. Mauss).

**

La **producción social**,
actividad social de los hombres,
es el proceso de **creación**
de los **bienes materiales** necesarios
para la **existencia de la sociedad**.
Los **bienes materiales**
son cosas, objetos,
utilizados directa, inmediatamente, o
para el desarrollo ulterior
de la sociedad.

La **producción social material**

se realiza a través de diversos factores o momentos:

—el **trabajo**, actividad útil o fuerza de trabajo;
—el **objeto del trabajo**, materia natural o elaborado, y
—los **medios de trabajo** para transformar
el objeto del trabajo (instrumentos, máquinas)
los objetos del trabajo y
los medios de trabajo constituyen los
medios de producción,

que funcionan sólo en unidad con la fuerza de trabajo y
que son parte fundamental de la riqueza material
de una sociedad.

Los medios de producción y
los hombres que los hacen funcionar con su trabajo
constituyen las **fuerzas productivas**,
que determinan el nivel de dominio
sobre la naturaleza
por la sociedad.

La producción es siempre una actividad conjunta, social:
las relaciones que los hombres
establecen entre sí
para producir constituyen las
relaciones de producción
de una sociedad.

La particularidad propia de la producción social
en un momento determinado de la historia constituye el
modo de producción
de una sociedad.

La existencia material,
la **historia**,
de una sociedad es la

2.2. La investigación científica de la comunicación

se realiza en dos planos:

—el plano de la producción-creación-reproducción,
distribución-difusión-intercambio, y
consumo-recepción

culturales sociales,
que se refiere al estudio de la
infraestructura material de la comunicación,
básicamente, al

unidad

de las relaciones de producción y de las fuerzas productivas
bajo las relaciones de producción
de un modo de producción determinado
en una formación social concreta y
singular, **histórica**, dada (L. Althusser).

La **producción social**, como concepto y en sentido estricto,
se refiere a la totalidad de la
actividad social:

- a) a la producción material y
a la **producción espiritual**: arte, ciencia,
política,
producción del hombre mismo
(educación),
etcétera.

- b) De todos los sectores que en ella participan

La **creación cultural**

es el conjunto de todos los aspectos y los resultados de la
actividad transformada
de una sociedad.

La modificación,

transformación de la naturaleza y
su adaptación a las necesidades
de la sociedad constituyen el

medio cultural

(la producción social rodea a los hombres).

La **ideología**:

“objetos culturales percibidos-aceptados-sufridos,
que actúan funcionalmente sobre los hombres
en un proceso que les escapa. En la ideología,
los hombres expresan,

no su relación con sus condiciones de existencia,
sino la **forma** en que viven

su relación con sus condiciones de existencia:

lo que supone a la vez una relación real y
una relación imaginaria” (L. Althusser).

análisis histórico y económico; y
—el plano de las formas,
funciones y
significaciones de los
objetos resultado de la
creación cultural,
que se refiere al estudio de las
estructuras formales (lenguajes, técnicas, realización)
y sociales (estadísticas, legislación)
de la comunicación.

3. La investigación científica de la comunicación de masas

3.1. La investigación científica de la comunicación de masas

es la identificación y el
análisis-síntesis
de los temas,
problemas y
objetos situados:
—en el nivel de la producción industrial de
mercancías específicas

(mensajes)

de la comunicación colectiva;
en el nivel de los instrumentos,
soportes y
lenguajes
utilizados para realizar los mensajes
de la comunicación colectiva, y
—en el nivel de las condiciones y
relaciones
establecidas entre los poseedores,
productores
difusores y
receptores
de las mercancías-mensajes
de la comunicación de masas
en la historia y
en la sociedad.

4. La investigación científica de la comunicación de masas en México

4.1. Actualmente, en México, no existe información confiable,
sistemática,
científica,
acerca de los
emisores,
mensajes,

- procedimientos y productos;
- la divulgación sistemática de las disciplinas, temas, métodos, técnicas, de comunicación y de análisis de la comunicación;
- la identificación, conocimiento y señalamiento de necesidades y problemas, y medios, receptores y efectos de la comunicación de masas.

4.2. Actualmente, en México, existen carencias y deficiencias en la:

- información, análisis, conocimiento
- concepción, planeación, programación
- elaboración, producción, realización
- utilización, difusión, evaluación

de los fenómenos, procesos, mecanismos, elementos y factores de la comunicación de masas.

4.3. **La investigación científica de la comunicación de masas en México**

contribuye a iniciar, impulsar y desarrollar:

- el estudio de la comunicación, el periodismo, la publicística, la información, la documentación y la comunicación colectiva, y de sus medios,

—el estudio y
proposición de las alternativas de satisfacción y
solución tendientes a
establecer o mejorar los procesos y procedimientos de
la comunicación de masas
en México.

5. La comunicación

- 5.1. Los hombres existen sólo en sociedad, y ésta,
para existir, requiere de
comunicación entre sus miembros.
Las relaciones humanas (sociales)
son sujetos accesibles de **conocimiento**.
El conocimiento
es la **comprensión** (aprehensión) de un sentido:
de una **significación**.
La significación
es **relación** concreta,
singular; con el otro,
con los demás. *
- La comprensión
de la existencia real
de las relaciones sociales
es la base de una
teoría de la comunicación.
- 5.2. La **relación** interhumana (individual social e interna externa)
na)
se inicia por el acceso
al conocimiento,
explicación,
comprensión y
aprehensión del otro.
"La comunicación del hombre
con su esencia

* Sin embargo,
la mera comprensión del sentido general
no resuelve el problema de la comunicación;
la comprensión del sentido de las palabras
puede no ser todavía comunicación;
es preciso, además,
aprehender el juicio y su evolución,
para no quedar ante algo
inaprehensible y,
en consecuencia,
incomprensible.

es el problema de
la comunicación del hombre con el hombre" (Marx y Engels).
Se trata de una relación
entre realidades materiales y psíquicas;
de una relación
con la totalidad de la **experiencia práctica**.

Asimismo,
la percepción del otro, el conocimiento del otro,
es el principio de la comunicación:
revivir la experiencia del otro,
vivir esa experiencia individual,
es la comprensión de un **sentido individual**;
relación entre la **experiencia** (que tiene un **sentido**) y
los **conceptos** que la **expresan**.
En el **signo (expresión del sentido)**
se inicia la identificación,
la percepción del otro.

5.3. La comunicación ocurre
mediante una correspondencia de los contenidos mentales
a partir de la comprensión.

La concepción del mundo (**ideología**)
es la unidad básica de la **comunicación**:
mediación entre lo singular y
la totalidad.

5.4. El conocimiento del hombre en su
vida social e histórica (necesario posible)
va más allá del conocimiento (descriptivo)
de un fenómeno natural:
aquí, el objeto (hombre sociedad) también
es sujeto.

El conocimiento del hombre social histórico,
de sus relaciones,
es una **relación de comunicación**, interna y
externa.

5.5. El hombre no se limita a **darse cuenta** (percibir),
sino que puede **dar a conocer** (expresar)
y **ser comprendido** (estar de acuerdo).
el hombre puede **expresar** (decir lo que "lleva dentro"):
la comunicación implica
una toma de conciencia (conocimiento) y
un movimiento hacia fuera, hacia otros.

5.6. Pero, y esto es lo importante,
la experiencia individual (particular)
está determinada por
la **experiencia general** (social e histórica).
La comunicación (aprehensión de lo (s) demás)
es una relación establecida
entre individuos,

grupos,
estamentos,
clases y

sociedades,

aprehensión de la existencia real de la historia y la sociedad,
de la existencia del hombre en el tiempo y

De esta manera aparece en primer lugar una
de esta manera aparece en primer lugar una
relación material de los hombres entre sí,
condicionada por las necesidades y el modo de producción y
que es tan antigua como los mismos hombres,
relación que da lugar a formas constantemente renovadas y
en consecuencia a una historia,
sin que sea necesario que algún misterio,
político o religioso,
venga a unir a los hombres entre sí de otra forma" (K. Marx).
La **comunicación** es siempre real,

plural y
temporal; es decir,

concreta,
social e
histórica.

Los **resultados** de la comunicación
pueden ser más o menos eficaces, pero la comunicación
siempre es posible (mito de la "incomunicación").

5.7. El fundamento de los fenómenos
de **conocimiento del otro** (de los demás),
del fenómeno de la comunicación,
se encuentra en la experiencia concreta
(interpretación psicológica vs. interpretación histórica):
el principio de la demostración científica
no se encuentra en la "conciencia pura",
sino en la vida histórica real.

El estudio del fenómeno social de la comunicación
se inicia en la descripción del conocimiento,
de la relación entre experiencia concreta y conceptos,
pero a partir de la universalidad de la comprensión
característica de la comunicación mediante la **palabra**.
Y aquí empieza otro problema.

6. Palabras, lenguas y lenguajes.

6.1. En el ámbito histórico social de la
comunicación humana,
la forma más usual y desarrollada de
comprensión intelectual,
comprensión análoga de estados mentales (A. Schaff).
en la comunicación verbal: la **palabra**,
el lenguaje de la lengua.

La **palabra**,

hecho humano general,
es la comunicación verbal: la **palabra**,
de los hombres en sociedad.

"El lenguaje es la real conciencia práctica,
que existe para otros hombres, y también para mí;
y la lengua proviene, como la conciencia,
de la necesidad de la comunicación con los demás hom-
bres.

Desde su origen, la conciencia es un producto social"
(Marx y Engels).

"La realidad inmediata de la conciencia
es el lenguaje" (V.I. Lenin),
la realidad del pensamiento
se pone de manifiesto en
la materia de la lengua.

"Directamente ligada al pensamiento,
la lengua registra y fija,
en las palabras y en las combinaciones de palabras
que constituyen las proposiciones,
los resultados del trabajo del pensamiento,
el progreso del trabajo del hombre para extender
sus conocimientos

y hacer posible
el intercambio de ideas en la sociedad humana" (J. Stalin).

La **lengua**

es un instrumento intelectual social
constituido por **sonidos** diversos
que el hombre produce mediante movimientos característicos
de partes de su cuerpo
y que organiza fundamentalmente
en una estructura gramatical y
en un caudal básico o vocabulario.

La **lengua**, fenómeno social,
es el instrumento con el que los hombres
establecen privilegiadamente relaciones entre sí
intercambian sentimientos e ideas
y se comprenden unos con otros.

6.2. Las formas de expresión verbales
constituyen un factor esencial y un medio indispensable en
la concepción,
elaboración,
registro y
avance materiales del
pensamiento social en
todos sus niveles.

De aquí lo justificado
de la frecuente atribución de una
primacía de la palabra
sobre todas las demás

formas de expresión-comunicación.
Históricamente,
y a lo largo de luchas gigantescas,
los oprimidos,
dominados y
explotados
han intentado recuperar la palabra,
tomar la palabra para convertirla
en un elemento revolucionario y libertador
de los hombres y sus sociedades.
Las luchas políticas y sociales
siempre han estado, de manera más o menos
visible,
concentrada o dispersa,
continua o discontinua,
relacionadas con las luchas por una
palabra para todos,
por una cultura democrática.
La historia también puede analizarse
desde el punto de vista
de una progresiva identificación
entre el combate por la liberación y
la batalla por la palabra.

7. Palabra e imagen

- 7.1. Los triunfos históricos
de las fuerzas democráticas
en la lucha de clases
han significado avances
en el plano del lenguaje,
en la posibilidad de
conocer y reflexionar,
expresar y decir:
en la posibilidad de **hablar...** y de **imaginar**.
¿Qué relaciones,
correspondencias y
contradicciones existen entre la palabra y
la imagen
en la sociedad?
¿Cuáles son las características,
apariencias,
funciones y
significaciones
específicas de estas dos formas sociales
de conocimiento,
expresión e
información?
Finalmente,

¿Cuál es el problema político esencial que plantean los modos de producción-creación-reproducción, distribución-difusión y consumo-recepción de la imagen y

la palabra en la sociedad capitalista?

- 7.2. En las sociedades primitivas, aisladas y reducidas, donde el intercambio material e intelectual es mínimo, la comunicación oral desempeña una función indispensable de registro, transmisión, extensión y difusión.

El pensamiento primitivo se caracteriza por su referencia a imágenes y su contenido analógico con objetos de la realidad.

Los trazos que el hombre realiza sobre la naturaleza (actividad material) forman imágenes (creación intelectual). Al grabar la materia (extracción, sustracción) o al añadir materia a la materia (adición), es decir, al modificar la naturaleza mediante procedimientos conscientes con fines de expresión de estados mentales, el hombre descubre las técnicas fundamentales de

creación,
registro y
reproducción

de imágenes y ante toda la posibilidad de la representación gráfica de la palabra, de la escritura. En las sociedades primitivas, la palabra y la imagen son sociales y comunicables, comunes.

- 7.3. El establecimiento de la correspondencia entre propiedad, saber y poder

determinan en la sociedad esclavista el robo y ocultamiento de la palabra y la imagen, así como su transformación por el amo en herramienta de dominio como auxiliar en la explotación. El propietario de hombres posee también el verbo y la representación. Sólo el amo dice y contempla: se habla y se mira a sí mismo a través de los dioses contruidos para justificarlo.

La sociedad feudal conserva a duras penas la palabra: frente a la retórica clerical, lengua (o)culta religiosa que no explica ni designa, la poesía, expresión del pensamiento en imágenes verbales, "fundada en la lengua nominal del hombre" (W. Benjamín) escapa poco a poco del castillo y pasa al lado del pueblo que la **canta**. Los señores se refugian en la imagen de piedra, escultórica o arquitectónica, y en la

printura.

7.4. El Renacimiento es la época en la que el burgués, habitante de la ciudad (lugar privilegiado de todos los intercambios), empieza a tomar la palabra. Uno de los instrumentos esenciales del crecimiento y hegemonía de la burguesía es la imprenta, máquina reproductora de palabras:

el registro y multiplicación de lo escrito,
su ampliación y difusión,

provocan un extraordinario desarrollo en la comunicación de las ideas y los acontecimientos. Sin embargo, y como una prueba de la interdependencia entre ambas formas de expresión, la burguesía no habría podido extender y mantener su palabra si no se hubiesen creado nuevas estructuras imaginario-espaciales. La **perspectiva** construyó un nuevo orden mental, un instrumento racional de

investigación,
imaginación y
comprensión

del mundo, un método de organización de la producción y la vida colectivas.

"La perspectiva hace del ojo el centro del mundo visible... ordenado en función del espectador", (J. Berger) que es al mismo tiempo el **propietario**.

En esta situación, el proletariado naciente crea su palabra y produce y **escribe** la teoría revolucionaria. A partir de entonces la batalla por la posesión y utilización de los diversos lenguajes (ya sea en pro de su conservación, confinamiento y atesoramiento por un grupo que los utiliza como índice de privilegios y elemento de coerción y mutilación, o bien en favor de su liberación, empleo y significación sociales) se agudiza y la palabra y la imagen unificadas, el cartel y la caricatura, se transforman en armas formidables para las luchas políticas y adoptan un claro y consciente contenido de **clase**.

En el estadio monopolista, la acumulación de capital se extiende hasta comprender, además de la producción de los medios de producción, la de los bienes de consumo y de los servicios. La acumulación se realiza no sólo por la explotación de la fuerza del trabajo en el proceso de producción, sino también a través del consumo, en el nivel de todos los intercambios. En ese momento, la explotación de la fuerza de trabajo es un caso particular (el fundamental y más importante pero no el único) de la explotación de las necesidades, base esencial de la acumulación capitalista. La imagen y la palabra son una de estas necesidades, de la que se apodera el capital, como tiende a hacerlo con todo aquello que el trabajador es susceptible de consumir.

En la sociedad capitalista, la **producción-creación-reproducción** de materiales icónicos y verbales se realiza indus-

trialmente en liga directa con el circuito de reproducción del capital. Los libros, revistas y periódicos; las fotografías, películas, dibujos y pinturas constituyen un sector de inversión autónomo y de elevada rentabilidad. El capital se convierte en el principal realizador de palabras o imágenes (W. Benjamín).

7.5. La política cultural malthusiana del capitalismo frena y reduce la necesaria evaluación del carácter recíproco de las relaciones entre imagen y palabra. El capitalismo ofrece a los trabajadores un **mínimo vital** de instrumentos de comprensión del mundo: el mínimo indispensable para la producción y reproducción de este régimen social. Esta es una razón, entre otras, por la que la burguesía acapara las obras literarias y poéticas, las esculturas, las pinturas y dibujos, las piezas musicales. Y ésta es asimismo una razón, entre otras, por la que las reivindicaciones democráticas en el plano de la expresión se convierten en apreciables victorias populares cuando se logra rebasar en cualquier punto ese mínimo vital; cuando se logra, por ejemplo, que la música o el cine sean materia de enseñanza y aprendizaje. Los combates en favor de la extensión de las formas de expresión más variadas a toda la sociedad se funden con la batalla fundamental para terminar con la explotación y el dominio. De la misma manera en que la lógica capitalista impone límites crecientes al desarrollo cultural, las estructuras culturales imponen límites al poder del capitalismo.

7.6. El análisis y explicación de las correspondencias y relaciones entre la imagen y la palabra no tiene nada que ver con aquellas prespectivas que pretenden reducir lo icónico a lo verbal o viceversa: este intento empobrece tanto a la imagen como a la palabra. (Me refiero en particular a ciertas corrientes de la lingüística estructural).

La aplicación mecánica a las imágenes de los esquemas de estructura del lenguaje verbal ofrece resultados funestos: transcribir una pintura, un mapa, una fotografía o un dibujo en palabras equivale a privarlo de su contenido y su objetivo esenciales, que no son **decir** o **hablar**, sino **expresar**:

pintar, dibujar o **fotografiar**. También es un error frecuente la creencia (repetida incesantemente por los "fanáticos icónicos") en la posibilidad de aislar, separar o cortar la unidad real y profunda entre la imagen y la palabra. Estos intentos por expulsar a la palabra y producir una imagen estrictamente icónica no han hecho sino poner aún más de relieve la presencia de lo verbal en la comunicación humana. (Nos referimos en particular a Mac Luhan y seguidores).

7.7. La imagen es un fenómeno social específico e integrado. Su especificidad se establece precisamente a partir de la plena comprensión de la función que desempeña cada docu-

7.8: La elaboración de una estrategia para la apropiación, distribución y utilización sociales de la palabra y la imagen nace del examen científico de los modos imperantes de producción-reproducción verbal e icónica.

Para organizar la actividad social cotidiana en el campo de la comunicación, de la imagen y la palabra deben conocerse las características y el funcionamiento particulares de cada sector (televisión, edición, cine, etcétera).

La liberación de la palabra y de la imagen sólo puede lograrse mediante la democratización de toda la sociedad: las reivindicaciones y avances parciales en la toma de la palabra por los trabajadores del campo y de la ciudad son triunfos de **clase** que benefician a la sociedad en su conjunto.

El lenguaje icónico en el conjunto de las actividades humanas y desde la perspectiva que ofrece el estudio de las relaciones de interdependencia entre el lenguaje icónico y los demás lenguajes.

Para analizar, comprender y explicar la originalidad de la creación y la producción de la imagen y sus relaciones con el desarrollo social, es preciso examinar las imágenes concretas tal y como están constituidas, material e intelectualmente.

Es necesario estudiar las técnicas y su evolución, señalar la forma en que se interrelacionan con la evolución general de los hombres y sus sociedades, distinguir los intercambios recíprocos de la tecnología y la imagen; verificar que los hombres crean y producen imágenes de acuerdo con las formas en que se imaginan y comprenden el mundo, de acuerdo con la forma en que viven y en que se imaginan a sí mismos.

Es necesario analizar, en cada imagen concreta, de qué manera la organización que los hombres dan a las formas, los trazos, volúmenes y colores, es un reflejo de sus métodos para organizarse a sí mismos. Y comprobar que los avances y descubrimientos en los métodos de organización espacial de las imágenes más diversas ofrecen siempre nuevas posibilidades de imaginación técnica y social.

La imagen no es imitación. La imagen es creación, producción, dominio visual y mental del hombre sobre la naturaleza, sobre sí mismo y sobre sus relaciones en la vida y la producción colectivas.

La imagen es un instrumento para conocer la naturaleza; permite investigar sus fenómenos y constituye un instrumento intelectual y material necesario para imaginar y organizar su transformación.

La acumulación de las imágenes desde los tiempos más remotos es uno de los medios esenciales de conservación de la imagen cultural de la humanidad. La imagen es en todo momento un testimonio de la actividad humana.

La palabra y la imagen, como los demás lenguajes, no pueden desarrollar sus formas y significaciones ni cumplir plenamente sus funciones de progreso de la práctica humana más que a condición de transformarse en propiedad común, social. Este objetivo, que aún está lejos de ser alcanzado, es una meta implícita o explícita de todas las luchas democráticas. La revolución tiene la última palabra, que es en realidad la primera verdaderamente humana.

BIBLIOGRAFIA

- 1 Althusser, Louis: **Sobre el trabajo teórico: dificultades y recursos. Réponse a John Lewis**, Ed. Maspero, Coll. Théorie, París, 1973.
- 2 Benjamín, Walter: "La obra de arte en la época de su reproducción técnica". **Cine cubano**, No. 66-67, La Habana, ICAIC, sin fecha.
"Sobre el lenguaje en general y sobre el lenguaje de los hombres", en **Ensayos escogidos**, Buenos Aires, Editorial Sur, 1967.
- 3 Cloutier, Jean: **La communication audio-scripto-visuelle á l'heure des self-média, on l'ère d'Emiree**, Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal, 1973.
- 4 Cohen, Marcel: **Manuel para una sociología del lenguaje**, Editorial Fundamentos, Madrid, 1974. Traducción de José Martín Arancibia.
- 5 Fischer, Ernst: **La necesidad del arte**, UNEAC, La Habana, 1965.
- 6 Goldmann, Lucien: "La importancia del concepto de conciencia posible para la comunicación", en: **El concepto de información en la ciencia contemporánea** (varios autores), Siglo XXI
- 7 **La création culturelle dans la société moderne**, Ed. Denoël-Gonthier, Bibliotheque Médiations, No. 84, París, 1972.
- 7 Leonviet, E.: **El lenguaje y la razón humana**, Editorial Pueblos Editores, México, 1966, pp. 31-40.
Unidós, Montevideo, 1966.
- 8 Stalin, José: **Acerca del marxismo y la lingüística**, Ediciones en lenguas extranjeras, Moscú, 1951.