

Algunas observaciones sobre la “comunicación esópica” en el cine*

Wieslaw Godzic

Me propongo discutir las consecuencias que resultan del examen de un asunto aparentemente marginal con el que probablemente tropezará el teórico del cine de orientación semiótica: la «comunicación esópica».¹ Las reflexiones sobre este asunto se concentran en los aspectos retórico, comunicacional y semiótico, y, en este sentido, al pedir que se determinen las relaciones entre esos aspectos, estamos trasladando el problema de la «comunicación esópica» de la periferia de la teoría del cine moderno al centro mismo de ésta. Me concentraré en las relaciones entre comunicación y retórica, y entre comunicación y significación. El análisis del primer par de nociones ayudará a explicar el significado que le asigno al concepto que figura en el título del presente trabajo. Una reflexión sobre la alegada distinción entre la ciencia de la comunicación y la semiótica trae a la mente —creo yo— el problema del «significado complementario» en el cine. Me propongo sugerir cierto modo de entender esta última noción estrechamente ligada a la comunicación esópica —una

* «Some Remarks on ‘Aesopian Communication’ in Film», manuscrito, texto de una de las cinco conferencias ofrecidas por el autor en el marco del II Encuentro Internacional de Criterios (La Habana, febrero-marzo de 1989).

¹ El término «comunicación esópica» es usado, entre otros, por la teoría literaria polaca que analiza el enmascaramiento del sentido político en las novelas polacas de tipo positivista y en la literatura checa.

2 *Wieslaw Godzic*

noción que requiere la evaluación del modelo general de la recepción y del receptor de los significados de la obra cinematográfica.

Es imposible equiparar comunicación y retórica, y se debería reconocer la existencia de diferencias entre ellas que pertenecen a por lo menos cuatro puntos (Thompson, 1970). En primer lugar, la comunicación se preocupa de la precisión del mensaje, mientras que la retórica se preocupa de su efectividad. La comunicación hace uso del aspecto denotativo del lenguaje, evita la redundancia, al tiempo que el aspecto connotativo queda desprovisto de importancia (a menos que constituya una interferencia en el proceso). La retórica, a la inversa, explota deliberadamente la connotatividad, y un exceso de información deviene su fuerza. En segundo lugar, el conflicto entre comunicación y retórica es análogo a la dicotomía entre lo mecanicista o exacto y lo humanístico —ambos por lo que toca al punto de referencia (diferentes actitudes científicas) y al contexto social entendido de manera específica. La retórica está interesada en la comunicación de los hombres en sus ambientes sociales, mientras que la teoría de la comunicación se ocupa del acto de la comunicación como tal en los aspectos informacional y lógico. El tercer grupo de diferencias se origina en los vastos dominios de ambas disciplinas. La comunicación abarca todos los medios masivos, mientras que la retórica está confinada fundamentalmente a las palabras. La primera disciplina no está interesada, por ejemplo, en las determinantes éticas del mensaje, mientras que la segunda siempre ha implicado una «autoconciencia ética». Más diferencias resultan del grado de generalidad de las reglas formuladas y de la utilidad, ampliamente entendida, en la explicación de los fenómenos artísticos. Habiendo presentado las diferencias entre las disciplinas (consideradas aisladamente), Thompson sugiere la posibilidad de una cooperación entre las dos, consistente en que se entremezclen. La apertura y el carácter progresivo en materia de método característicos de la teoría de la comunicación podrían revitalizar la retórica tradicional y petrificada, la cual, a su vez, podría contribuir a la «humanización» de los métodos cuantitativos de la teoría general de la información y la comunicación.

Tal combinación, aplicada a la naturaleza específica de la comunicación cinematográfica, me parece mucho más íntima y, de hecho, completamente indisoluble. Acepto el modelo de la comunicación cinematográfica expuesto por el psicolingüista estadounidense Sol Worth (1978), según el cual hay dos especies fundamentales de significado: el interaccional y

el comunicacional, transmitidos por dos especies de estrategias: la atribución y la implicación/inferencia, respectivamente. El modelo de Worth supone emisores y receptores activos: la recepción del significado es un proceso que complementa su creación y no es, en modo alguno, un reflejo especular de la producción del significado. El receptor-espectador deviene el principal agente de formación de significado, extrae sólo algunos de los incompletos significados «transmitidos», y sólo incompletos, y construye un «organismo narrativo» [*story organism*] diferente del existente en el polo del emisor. Si hubiéramos de avanzar en la dirección señalada por el modelo de Worth, podríamos decir que los objetos de estudio del investigador no son el emisor concreto y el condicionamiento del receptor concreto, sino las marcas que ellos dejan y las intenciones de sus papeles en el texto: el mensaje preservado. La cuestión es si uno puede distinguir en el mensaje fílmico los respectivos papeles del emisor que le sugiere cosas al receptor y lo persuade a involucrarse en el proceso de formación de significados, y de un receptor propuesto, dotado de las disposiciones convenientes para construir significados. Me refiero aquí a cierta especie de saber sobre el concepto cinematográfico de estrategia retórica, comúnmente aceptado e interiorizado por todos los participantes de la comunicación. Esta estrategia, hablando en términos generales, se presenta como la resultante de dos intenciones del emisor: el ansia de articular y manifestar su opinión, de declararse de parte de alguna verdad, y el deseo simultáneo de construir indirectamente (a través del texto) un receptor que reaccione a sus opiniones de una manera adecuada: un receptor que ha de estar de acuerdo espontáneamente con la opinión del emisor y al que hay que ofrecerle argumentos irrefutables, racionales, unívocos. No raras veces el emisor crea en el texto disposiciones para la aparición de un receptor-oponente, que cuestiona abiertamente las opiniones del emisor, que cede de mala gana a la persuasión. La diversidad de estrategias retóricas en la diacronía y en el espacio político-cultural sincrónico, junto con las considerables dificultades en la clasificación, disuade a los críticos de abordar este fenómeno y los mueve a hablar, en este contexto, del estilo, del «manierismo» de los artistas.

Diríase que en los análisis de las diversas funciones realizadas en diferentes situaciones comunicacionales se ha pasado por alto la función más fundamental. La obra fílmica es una huella física, material, de una transacción entre dos instituciones, dos papeles sociales, esto es, los del emisor y el receptor. El primero es el productor de la forma física de la

4 Wiesław Godzic

obra, que hace uso en el curso de esa producción de algún tipo de persuasión retórica dirigida al receptor. El segundo no es un elemento pasivo, «no reactivo», en esa transacción. En su recepción de la obra, el receptor puede emplear una especie diferente de estrategia (al no entender la estrategia del emisor o al hacer caso omiso de ella), pero también puede sucumbir mansamente a la presión (por pereza, ignorancia o de manera enteramente consciente con la intención de obtener placer de esa sumisión). La fuerza creativa del receptor es un importante factor en el juego emisor—receptor de la comunicación cinematográfica.

La estrategia retórica parece ser un elemento indispensable de la comunicación; y su reconocimiento consciente, el primer paso hacia un trato más remunerador con una obra fílmica (cf. el concepto de «lector» de Eco, en Eco, 1979).

Esta estrategia puede funcionar a veces como «comunicación esópica», por lo cual entiendo una específica situación emisor—receptor en la cual, por diversas razones, la presentación directa de ciertos acontecimientos, personas u opiniones es imposible o «peligrosa», y es reemplazada por alguna otra cosa (sin embargo, sigue siendo posible reconocer las señales intratextuales que le permiten a uno ver la cosa que se quiere decir en lo que la sustituye).

Dos cosas parecen ser importantes en esta cuasi-definición mía. La primera pertenece a las «diversas razones» en la situación. Estas están determinadas a la vez por la concepción de la política cultural, el estado de los derechos artísticos y civiles, junto con el carácter afín de las instituciones de control y también por la personalidad del artista, que implica el grado de sumisión a los grupos de presión. El elemento que genera tal situación es, la mayoría de las veces, la actividad de la censura preventiva y el concomitante deseo, por la parte del artista, de anticiparse y evitar los rigores de esta (sin embargo, no se debería asociar la «comunicación esópica» exclusivamente con los mensajes políticos). El segundo punto en la definición concierne a la comprensión de las señales intratextuales que dirigen la atención del receptor a las intenciones ocultas.

Uno de los más interesantes ejemplos de esta estrategia lo proporciona la comparación de dos filmes de Andrzej Wajda: *El hombre de mármol* (1976) y *El hombre de hierro* (1981). El guión del primero fue reescrito varias veces, al filme le tomó más de una década entrar a producción, e incluso la versión terminada fue censurada. A *El hombre de*

mármol le sobrevinieron puntualmente dificultades en la distribución, un arma efectiva contra los recalcitrantes en las manos del patrocinador-distribuidor. Recuérdese que 1976 se destaca en la historia moderna de Polonia como el año de un violento estallido del descontento de los obreros que condujo al culminante agosto de 1980.

El hombre de hierro, cuyo título y asunto nacieron durante el encuentro del director con los obreros de los astilleros en huelga en agosto de 1980, estuvo lista en menos de un año. Este tempo de producción sin precedentes y el sentido global encerrado en el filme resultaron de una situación política por completo diferente: la liberalización de la censura, el debilitamiento de la propaganda estatal y la libertad de expresión concedida a la opinión no gubernamental y a los círculos formadores de cultura.

La organización de la trama de *El hombre de mármol* está formada por una red de tensiones metafóricas. En ella aparecen cuatro órdenes diagéticos señalados por la oposición color—monocromático:

a) secuencia en blanco y negro que muestra sucesos del período 1949-1956, recreados planteándolos como tomas documentales;

b) secuencia en blanco y negro, auténticos noticieros fílmicos de los años 1949-1956;

c) secuencia en color que presenta la diégesis básica: la historia de la realización de un filme en los años 70;

d) secuencia en color que presenta acontecimientos ficticios de los años 50.

Un análisis más detallado (presentado por mí en 1983 durante la conferencia semiótica húngaro-polaca celebrada en Katowice, véanse también Godzic, 1982 y 1984) confirma que la connotación relacionada con este sistema y que le atribuye el valor de «verdad» a las secuencias en blanco y negro, y el de narración «artificial» a las secuencias en color, es interrumpida con frecuencia. También es suspendido el esquema consistente en la simple inversión de esta evaluación, establecido en la toma inicial del filme. La narración de *El hombre de mármol* abunda en elementos de inversiones irónicas del sentido y de incoherencia que pueden ser unificados solamente mediante una apreciación crítica y vigilante de ciertos pedazos de información aparentemente importantes y, por consiguiente, la construcción de un orden diferente a partir de elementos hasta entonces carentes de importancia y transparentes. La lectura cuidadosa de *El hombre de mármol* encierra momentos de iluminación que destru-

yen el modo de ver corriente y crean una nueva comprensión a partir de los «viejos» elementos seleccionados con arreglo a un principio diferente. Una característica importante de este filme es la ausencia de opiniones vocingleras, argumentación parcial y juicios sostenidos categóricamente: uno está libre de escoger entre diversas opiniones.

El hombre de hierro, en cambio, se acerca a la fórmula que el propio filme se propone criticar. Hasta los más favorables comentaristas de este filme no pudieron dejar de notar abusos y falsificaciones. El curso de los acontecimientos en los días finales de agosto, conocidos de la realidad por millones de espectadores, fue desarticulado y reordenado para que sirviera a propósitos dramáticos. La estructura de los personajes le resulta a uno manida y carente de nitidez; son o cristalinamente puros o totalmente negativos. Sería inútil buscar complicadas tensiones entre secuencias de la narración que proporcionen un significado adicional. En realidad, el espectador requerido por tal texto no es un sujeto intelectual que descifre rompecabezas perceptivos, sino más bien un objeto pasivo de asalto y manipulación, un sujeto de quien se espera que suspenda su juicio intelectual y se entregue a las emociones. Se podría describir esta situación con la siguiente metáfora: Esopo el esclavo dice sus cuentos ante el no tan estúpido rey. Algunos de los temas no impresionan la fantasía del gobernante, pero este le permite a Esopo continuar, cansado por la insistencia de su súbdito. Los cuentos de Esopo están aparentemente dentro de los límites trazados por el tipo de persona que no nota que el modo en que el esclavo narra, lo que éste confronta y lo que combina armoniosamente son significativos. El rey no nota eso o todavía no tiene que reaccionar (porque también puede producirse un acuerdo pragmático de esa especie). Tal es el caso de *El hombre de mármol*.

Esopo, liberado de sus grilletes, olvida su habilidad y quiere dar a conocer las injusticias que había sufrido, está embriagado con el hecho de estar lanzando en la cara de la autoridad sus propios insultos o los insultos de las personas como él. Imperceptiblemente, deja de ser diferente de los poetas de la corte que él tanto odia. Este parece ser el caso de *El hombre de hierro*.

Pero ¿querrá esto decir que la opresión y las limitaciones inherentes a particulares sistemas políticos devienen paradójicas fuentes de obras altamente artísticas?

Señalaré aquí, con todo el debido cuidado, un aspecto pasado por alto por el narrador de *El hombre de hierro*: el hecho de que la «comuni-

cación esópica» sea característicamente compleja en la recepción y requiera que el receptor la aprenda, no implica, en modo alguno, que lo que esté fuera de ella carezca de importancia y sea fácilmente aprehendido en el juego de emisión-recepción. *Decir cosas abiertamente no es ni el modo más fácil, ni el más efectivo, de influir a otros.*

El anterior ejemplo puede ser empleado como una ilustración de diferentes cosas. En mi opinión, apoya la intuición de Christian Metz (1975: 3-55) de que el significante y el significado del filme son indicadores igualmente válidos de los significados ocultos del filme, y que la «forma» nos dice más sobre el significado real que el «contenido». Al contrario de Metz, sin embargo, creo que en el cine político el significante no siempre está menos involucrado en lo imaginado (la razón para esto, según Metz, es la necesidad de mantener un contacto directo con el público). En mi opinión, el involucramiento en lo imaginado también puede ser causado por la tensión entre las diferentes «realidades» en las diégesis presentadas.

El anterior ejemplo también señala el problema de las relaciones entre comunicación y significación. No es mi intención juzgar si se debería estar de acuerdo con la opinión de que la semiología de la comunicación no es una semiología aparte, sino sólo una pequeña parte de la semiología *tout court* (Prieto, 1979: 31), o si se debería abrazar la opinión contraria que considera la comunicación como un dominio más amplio que contiene numerosos aspectos parasemióticos (véase también Bettetini, 1975: 76-80).

Estoy convencido de que es imposible reconciliar las dos disciplinas. Si suponemos que Juan no le comunica a María, ni María le comunica a Juan, sino que ambos están ocupados en la comunicación, entonces la definición de la comunicación como el acto de traslado de información se vuelve menos importante. Mucho más sustancial entonces es el factor integrador, como, por ejemplo, el mantenimiento del funcionamiento del sistema, el control sobre el proceso de interacción, o la referencia de mensajes parciales al contexto más amplio. Las dos estrategias distinguidas por Worth (atribución e implicación/inferencia) ahora se tornan esencialmente complementarias: el descubrimiento del significado está acompañado de la atribución de significados estereotipados.

Adelantando aquí nuestra propia propuesta de comprensión del significado cinematográfico, debemos señalar (de acuerdo con Worth y Metz) la importancia de distinguir las disposiciones del espectador formadas

antes de la exhibición del filme y lo que él inserta en el filme durante o después del contacto con este. Como sujeto de una obra fílmica que estoy a punto de ver, estoy ya dispuesto hacia ella y preparado. Por ejemplo, trato el espacio de la pantalla como significativo. Sé que la parte inferior de la pantalla es «más pesada» que su parte superior, que las formas y dimensiones dependerán del fondo, que considero ciertas separaciones e inclinaciones espaciales (de luz y líneas) más naturales que otras; además, no pienso que la perspectiva central sea artificial, que la secuencia de elementos carezca de importancia en modo alguno, etc. Sé todo eso, pero eso no quiere decir que soy consciente de ello; la pantalla cinematográfica está llena de significados antes de la proyección. Estoy de acuerdo en aceptar el peculiar papel cultural de «cautivo voluntario» en una sala oscura y, equipado con todos los contextos de mi propia cultura, de la cultura extranjera y de la peculiar subcultura cinematográfica, procedo a mirar...

Busco un nombre, un principio. Sé que «lo que tiene un principio, existe», sé que puede modelar (prefigurar, evocar) lo que ha de seguir. Así observo que la manera y el momento en que el filme es «nombrado» pueden ser significativos. Y las cosas se nos pueden presentar así:

—en el principio del filme, contra un fondo insignificante, insulso, se nos dan los datos sobre el filme;

—los créditos vienen también en el principio, pero contra una escena del filme que puede ser continuada después de que se han terminado los créditos; los letreros pueden ser estilizados, y el fondo, un arreglo ingeniosamente compuesto de figuras geométricas;

—los créditos del filme aparecen después de cierto tiempo, después de la exposición diegética;

—entramos en un filme sin nombre, sin créditos en el título, y sólo después del fin de la «acción» aparecen en él los nombres de los colaboradores;

—por último, no recibimos ninguna información de que lo que estamos viendo es un filme; podemos ser informados sobre este hecho por un afiche de cine o por un anuncio en el curso de la exhibición.

Veamos si la aplicación de cada uno de los tipos anteriores lleva consigo información oculta: en el caso del primer tipo, alguien me dice que por ese medio estoy «entrando en un mundo diferente, estoy pasando el umbral aquí y ahora»; el cuarto tipo me dice que «ahora estoy conduciéndote fuera del mundo de ilusión, lo que acabas de ver era ficción».

Los tipos intermedios generan la sensación de ilusión y al mismo tiempo anuncian su presencia. Los créditos del filme no sólo modelan e inspiran actitudes: el espectador sabe que las tomas iniciales, de apertura, le informan sobre el modo en que se contará lo que ha de seguir. Este sistema de expectativas en cuanto a la especie de corte, medios de expresión y métodos técnicos preferidos, es creado instantáneamente, pero no, sin embargo, mediante una descripción estática. Este sistema puede ser modificado y puede ser víctima de interferencias, pero siempre será confrontado con el inicial. Tal hipótesis hace posible considerar de una manera diferente el problema de la connotación. Lo que forma el sistema de expectativas antes del filme y en los primeros momentos de su presentación es, en realidad, una especie de estrategia retórica, y también, sin duda, una connotación. Crea un «aura», me coloca en un contexto apropiado, me informa sobre las reglas del género, me conduce al reconocimiento del tipo de persuasión que se ha aplicado. Este tipo de connotación precede a la denotación (reconocimiento del mundo presentado) y la modela (opto por mirar objetos, personajes y relaciones entre ellos que son significativas para la estrategia —la connotación previa— y la confirman) y condiciona un nuevo tipo de connotación, esto es, una superpuesta a la diégesis reconocida. La «segunda» connotación consiste en llenar «lo presentado» con alguna matriz escogida de significados simbólicos «tomados de la cultura». Aquí la cuestión más importante parece ser el hecho de que tal adición —la superposición de relaciones simbólicas— tiene lugar, es importante que ocurra, y de que deben existir dentro del filme elementos que exijan una mirada unificante desde el exterior, una aplicación de una fórmula-patrón específica (o sólo «borrosa»). Es en estos nódulos donde yo sitúo el significado complementario: éste está formado por aquellos elementos de la obra fílmica que atraen cierto tipo peculiar de connotación en el segundo sentido y secuencias específicas del filme que comunican acontecimientos o evaluaciones de estos que no son mostrados o expresados literalmente. La peculiaridad de esta «connotación» reside en el hecho de que es creada exclusivamente por sistemas sintagmáticos, armonías posibles sólo en la comunicación cinematográfica. El significado complementario es precedido por cierto marco modelo que co-crea la persuasión retórica, mientras que todas las operaciones mentales que lo siguen son ya una interpretación. Un rasgo característico de la aparición de significados complementarios en un filme particular es su apertura hacia otros sistemas de significado —

más o menos codificados, más o menos externos con respecto al mundo de esta *parole* fílmica concreta.

El significado complementario es determinado por cuatro factores fundamentales, cuyos criterios de selección son las principales características estructurales del mensaje fílmico.

En primer lugar, el significado complementario aparece entre tomas adyacentes. Este tipo de significado, sobreexplotado en la historia del cine y ahora ampliamente abandonado, pierde su capacidad de formar significado adicional como resultado, entre otras cosas, del uso de corte entre cuadros, profundidad de foco y la prolongación en el tiempo de secuencias-tomas. Sin embargo, paradójicamente, sigue escapando a la descripción: John Carroll (1980), que trató de determinar las reglas fundamentales de la comunicación fílmica con arreglo al patrón de la gramática generativa en la comunicación lingüística, nota con asombro que destacados filmes analizados sucesivamente no obedecen alguna ley, diferente en cada caso. Se podría decir que el filme es un no-lenguaje, que ni siquiera es una práctica de comunicación con arreglo a reglas fijas, sino que es, ante todo, una manifestación individual de *parole*. Parece que la estrategia de la comunicación esópica, puesto que es un proceder sutil, evita esta clase de combinación.

En segundo lugar, el significado complementario aparece dentro de la imagen, de la toma. Esta es una clase especial de sintagmática, o sea, la presentación diacrónica dentro de una toma, de una imagen. En el filme *Lo viejo y lo nuevo* de Eisenstein (1927), se muestra a una campesina contra un retrato de la Mona Lisa que cuelga de la pared, gracias a lo cual al personaje campesino se le comunica una connotación derivada del retrato. Es característico que esta combinación chocante en un solo cuadro era recibida por los espectadores como un choque real de dos cuadros (algo de lo que el director también era consciente). Cuando la tecnología cinematográfica progresó y se hizo posible aplicar la profundidad de foco, el uso de este método se generalizó.

En tercer lugar, como un caso especial del primer método, el significado complementario puede aparecer *entre estratos*: entre «lo mostrado» y «lo que se da a oír». Probablemente desde su inicio mismo, la teoría del cine señaló la facilidad con que los elementos audibles hacen que el significado de la imagen pierda su importancia, lo amplifican o insertan sus propios significados en ella. En su «Declaración» de 1928, Eisenstein, Pudovkin y Alexandrov exigen un desarrollo encaminado a «sepa-

rar el sonido de un zapato chirriante de la imagen de éste». Balázs y Arnheim, en su codificación de los medios de expresión del filme silente, ven una fuente inagotable de significados en el acto de ver y oír simultáneamente. El filme de hoy no hace caso omiso de esta natural y específica potencialidad de significado. Parece que la oposición de lo que el espectador aporta desde el exterior de su personalidad (desde la cultura) y las preferencias naturales del espectador, dadas por supuestas por algunos teóricos, es particularmente manifiesta en este caso.

En cuarto lugar, el significado complementario es formado en la obra fílmica entera. Ejemplos de esto pueden ser tanto los elementos «insignificantes», «transparentes» que adquieren significado adicional en el contexto de todo el filme, como una organización peculiar de la obra (por ejemplo, las tensiones entre dos órdenes diegéticos en *La Providencia* de Alain Resnais o *El hombre de mármol* de Wajda). Parece que de esta manera se desarrolla la variedad más apropiada de estrategia retórica, una estrategia que sustituye la inmanente cualidad de entretenimiento del cine por los deleites del juego intelectual de poner en orden los significados.

Es posible que todo lo que yo tenía que decir sobre este tema se pueda resumir en la definición de signo que ha dado Jerzy Pelc (1980: 124), la cual sugiere que consideremos primaria la cuestión «¿qué queremos decir cuando decimos que en el momento *t* alguien usa algo como un signo de alguna otra cosa?». Considero esta formulación como un puente sobre la grieta (reconocidamente más bien poco profunda) entre la semiótica y la comunicación. La misma también hace posible considerar el filme como uno de los mensajes más semióticos que no sólo exigen que se los consuma «aquí y ahora», sino que también requieren la activación de todos los contextos posibles para ser capaz de resolver el texto-rompecabezas y evitar el ruido comunicacional. Esto lo prueba, entre otros, el fenómeno de la «comunicación esópica» en el cine.

REFERENCIAS

- BETTETINI, Gianfranco (1975), *Produzione del senso e messa in scena*, Milán, Bompiani.
- CAROLL, John (1980), *Toward a Structural Psychology of Cinema*, La Haya, Mouton Publishers. (Véase el capítulo titulado «Transformational Generative Cinema Grammar».)
- ECO, Umberto (1979), *Lector in fabula*, Milán, Bompiani.
- GODZIC, Wieslaw (1982), «Komunikowanie filmowe a retoryka», en *Film: Tekst i kontekst*, ed. por A. Helman y W. Godzic, Katowice, Silesian University Publishers.
- (1984), *Film i metafora. Pojecie metafory w historii myśli filmowej*, Katowice, Silesian University Publishers.
- METZ, Christian (1975), «Le signifiant imaginaire», en *Communications*, París, Seuil, núm. 23, pp. 3-55.
- PELC, Jerzy (1980), «Znak», en: *Studia Semiotyczne*, Varsovia, núm. 10, pp. 123-154.
- PRIETO, Louis (1979), «Semiologia, conoscenza, comunicazione», en *Rivista illustrata della comunicazione*, Milán, núm. 0-1, pp. 26-31, Milán.
- THOMPSON, W. N. (1970), «Communication. Communication Theory and Rhetoric», en: *Language Behaviour. A Book of Readings in Communications*, ed. por J. Akin et al., La Haya—París, Mouton Publishers pp. 78-95.
- WORTH, Sol (1978), «Man is not a Bird», *Semiotica*, núm. 23, 1/2, pp. 5-28.