
Rafael C. Reséndiz*

*CREER Y SABER:
epistemes de la comunicación*

Los principios generales de los que parten las líneas de esta reflexión, se inscriben dentro del proyecto de la Semiótica General de A.J. Greimas, desarrollada en el seno del Grupo de Investigaciones Semio-lingüísticas, de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París.

Para delimitar el tema de nuestra exposición partiremos de varios supuestos, que iremos retomando a lo largo de la presente disertación:

1. La comunicación –al menos la comunicación inter-subjetiva– no es sino una simple transferencia de saber.**
2. Los sujetos en situaciones de comunicación, no son neutros, por el contrario, aparecen dotados de una competencia variable.
3. La comunicación, en tanto que “hacer-saber” del enunciador, no es sino un acto o *hacer persuasivo*, que supone un acto o ha-

* Profesor de Comunicación de la FCPyS, UNAM.

** Entendemos el saber y su transferencia como la puesta en circulación –entre los sujetos de la comunicación– de objetos –proposiciones (en el sentido lógico del término), con lo que un enunciador (S1), busca lograr la adhesión del enunciatario (S2), comprometiéndose ambos en un proceso elemental de comunicación. En la presente reflexión sólo hacemos referencia a la comunicación que media entre los sujetos a partir del uso del lenguaje natural; pero indudablemente, esta comunicación intersubjetiva recurre a otro tipo de lenguajes (gestual, vestimentario, espacial o proxémico, etc.) que definitivamente inciden en dicho proceso. En este sentido, las proposiciones-objeto de saber, se ven acompañadas –o modalizadas– por otro tipo de “proposiciones-objeto”, que si bien no son considerados en los límites de esta exposición, no por ello no forman parte del proceso elemental de comunicación, tal y como lo señalan algunas tesis de Schaefflen o Goffman, de la denominada Escuela de Polo Alto. Cfr. Waltzlawick, Goffmann, et. al. *La nueva comunicación*, edit. Kairos, Barcelona 1982, 378, pp.

cer interpretativo del enunciatario.

Así pues:

4. Persuadir (en tanto que realización de la competencia variable del enunciador) es, sobre todo y en primer lugar, *hacer-creer* al enunciatario sobre el valor del saber del enunciador.

Por otro lado, el planteamiento de una hipótesis general nos permitirá definir un marco epistemológico de referencia:

El saber instalado [en la comunicación] no llega a expulsar al creer; sino que el creer descansa y se consolida a menudo sobre la negación del saber. Todo sucede como si el creer y el saber se justificaran a partir de una estructura elástica que, al momento de la extrema tensión, produjeran —polarizándose— una oposición categórica, pero que, al relajarse, llegaran incluso a confundirse.¹

A partir de lo anterior es necesario considerar la instalación del creer al interior de la comunicación inter-subjetiva (entre los sujetos) y confirmar que el hacer-persuasivo del enunciador se opone a un hacer interpretativo del enunciatario. Estos procedimientos se caracterizan, el primero, por un hacer-creer, y el segundo por un acto de creer (más o menos; en todo o en nada, etc.); es decir, por un acto epistémico desarrollado a nivel de la dimensión cognocitiva de la instancia de la enunciación. Estos procedimientos del acto cognocitivo de la comunicación podrán ser definidos, el primero (hacer persuasivo) como un acto de manipulación, y el segundo (hacer interpretativo) como una sanción o evaluación del objeto-saber comunicado en una proposición.

Para intentar definir los actuantes de la comunicación y los roles desempeñados por éstos, partiremos de un ejemplo sucinto, facilitado, por cierto, por la definición del verbo *convencer* que aparece en cualquier diccionario; tenemos:

- a) conducir a alguien
- b) conducir a alguien a reconocer la verdad de una proposición
- c) conducir a alguien a reconocer la verdad de un hecho.

Si admitimos, como la anotamos en un principio, la existencia de:
S1 —un sujeto manipulador, que desarrolla un hacer persuasivo (hacer creer)

¹ Greimas, A. J., "Le savoir et le croire: un seul univers cognitif", en *Du Sens II*, Paris, Ed. du Seuil, 1983, p. 116.

S2 —un sujeto sancionador o enjuiciador, que desarrolla un hacer interpretativo (creer).

Entonces, podemos localizar, a través de nuestra definición del diccionario, que:

- el segmento a) representa el hacer persuasivo de S1
- el segmento b) representa el hacer interpretativo de S2 conducido al acta epistémico
- el segmento c) constituye el enunciado-objeto (la proposición) puesta a consideración por S1 a S2.

Por otro lado, si admitimos que la comunicación no es otra cosa que una transferencia de saber, y que la transferencia de este saber reposa sobre el hacer persuasivo de un enunciador que busca convencer a un enunciatario sobre el valor del objeto-proposición (y quien finalmente sanciona o evalúa el valor de este objeto para creer o no creer; creer mucho o poco; más o menos); entonces debemos entender que el saber del enunciador será, o rechazado o confirmado por el enunciatario, sólo a partir del *reconocimiento* que éste hace del saber comunicando.

Si justamente retomamos a manera de segundo ejemplo, la definición del concepto *reconocimiento*, dado por cualquier diccionario, tendremos entonces:

- Admitir por verdadero algo después de haberlo negado o después de haber dudado de él.
- Aceptarlo a pesar de las reticencias.

Estas definiciones, por banales que puedan parecer, nos permiten entender que el acto epistémico (o de creencia), instalado en la dimensión cognocitiva instaurado por el discurso, es una transformación, graduable o total, de una situación anterior a otra posterior.

Es decir:

- de aquello que es negado a aquello que es admitido;
- de aquello en lo que dudamos a aquello que aceptamos.
- de aquello en lo que no creemos a aquello en lo que creemos; etcétera.

Evidentemente, en el proceso de comunicación inter-subjetiva, en la que se ponen en relación el sujeto manipulador (S1) y el sujeto sancionador (S2), a partir del objeto de valor-proposición inscrita al interior de la confluencia de los dos universos o espacios cognocitivos (saber/

creer de S1 y S2), es difícil medir la transformación que el objeto de valor provoca en dicha instancia de la enunciación.

La creencia de S2 podrá ser observada, sea como un estado prolongado de creencia (incoactividad), graduable y graduada según la contextualización cognitiva de los sujetos de la comunicación, sea como un estado final (terminativo), que de una cierta creencia o duda anterior, pasa a una cierta certeza o creencia posterior.

Tenemos entonces que el acto epistémico del saber comunicado se circunscribe en la confluencia del universo o espacio cognocitivo del enunciatario, con el del enunciador. Así pues, el hacer interpretativo de S2, que por cierto tiene que hacer frente a un sinnúmero de procedimientos de persuasión del enunciador, configurados a través de las representaciones varias de la manipulación (seducción, amenaza, provocación, intimidación), constituye una operación de *reconocimiento* (de la verdad del enunciador), a partir de una comparación o identificación del objeto-enunciado propuesto; y del *conocimiento* que el enunciatario ya posee al respecto.

El re-conocimiento, en este sentido, no será sino la adecuación de los nuevo y lo desconocido, a lo viejo y conocido, y que [el efecto de] verdad o falsedad de la proposición sometida al juicio (de S2) no es sino un efecto secundario.²

De este modo, el valor de la proposición-objeto de S1, susceptible de ser reconocida (es decir, adecuada) por S2 puede, o bien ser confirmada, o bien ser rechazada. No obstante, la confirmación o el rechazo, en tanto que conjunción o disjunción respectivamente entre el Sujeto y el Objeto, expresados como situaciones categóricas, son provocados por la graduabilidad entre la creencia o la duda que suscita la proposición sometida. Así, podemos desprender varias tesis:

- i) La confirmación sobre el valor de la proposición se manifiesta como una *conjunción* del sujeto respecto del objeto-proposición.
- ii) El rechazo aparece como una *disjunción* entre sujeto y objeto.
- iii) La duda se manifiesta como un estado transitorio de *no conjunción* entre la confirmación y el rechazo.
- iv) La creencia aparece entonces como un estado transitorio de *no disjunción* entre la confirmación y el rechazo.

² *Ibid*, p. 119.

Podemos dudar o creer más o menos en una proposición, pero no podemos confirmar o rechazar más o menos dicha proposición.

Es incuestionable que la estructura de la comunicación intersubjetiva presupone la existencia de una competencia variable de los sujetos de la comunicación (enunciador y enunciatario). Esta competencia variable está determinada —suponemos— por dos tipos de modalidades, entendiéndola como aquello que modifica el ser y el hacer del sujeto y/o del enunciado. Así, todo parecería indicar que una modalidad virtualizante del tipo /querer-hacer/ presupone otra actualizante del tipo /poder-hacer/ para posibilitar el hacer o transformación del sujeto. Significa esto que la adquisición de la competencia de los sujetos de la comunicación —desarrollada siempre a nivel de la dimensión congocitiva, reclama de una voluntad de transformación virtual, para luego obtener la facultad de realizar dicha transformación. Ahora bien, esta transformación de una situación anterior a otra posterior, no es otra cosa que el paso de —por ejemplo— un rechazo a una confirmación del /saber/, vía la nueva creencia suscitada por lo argumentado en la proposición ofrecida por el enunciador al enunciatario; o bien, lo contrario: querer y poder rechazar algo que estaba anteriormente confirmado, pero que fue puesto en duda por la nueva proposición.

Puede parecer útil recordar —anota Greimas— que toda comunicación humana, toda transacción, aun no verbal, descansa sobre un mínimo de confianza mutua, lo cual compromete a los protagonistas [de la comunicación] en lo que hemos llamado el contrato fiduciario.³ Que este contrato sea anterior a toda comunicación, o que se instaure a partir del primer contrato, poco importa. . .⁴

Toda proposición formulada por el enunciador descansa sobre una base epistémica que va de la confirmación a la duda y de la refutación a

³ “En un sentido muy general, podemos entender por *contrato* una relación intersubjetiva que tiene por efecto modificar el estatus (el ser y/o el parecer) de cada uno de los sujetos en presencia (. . .) Se trata de plantear el término de contrato a fin de determinar progresivamente las condiciones mínimas en las cuales se desarrolla la ‘toma de contacto’ de los dos sujetos, condiciones que podrían ser consideradas como los propuestos al establecimiento de la comunicación (. . .) Conviene, en efecto, reconocer, que bajo la cobertura del contrato aparece comunicación fática que constituye el sobreentendido probable a toda comunicación y que parece conformarse a la vez de una tensión (espera-bienaventurada o desconfiada) y de una distensión (que es como la respuesta)”. Cfr. Greimas/Courtés, *Semiotique: Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris, 1979. pp. 70-71. Por otro lado, “el *contrato fiduciario* pone en juego un hacer persuasivo por parte del destinador y, en contraparte, la adhesión del destinatario: de tal suerte, si el objeto del hacer-persuasivo es el . . . decir-verdad del enunciador, la [contraparte] consiste en un creer-verdad que el enunciatario acuerda al estatus del discurso-enunciado: en este sentido, el contrato fiduciario. . . garantiza el discurso enunciado. . .” Cfr. *Ibid.*, p. 146.

⁴ Greimas, A. J., *op. cit.*, pp. 122-123.

la admisión. Así, el acto epistémico que sirve como antecedente de la comunicación no es sino una búsqueda del consenso, a la cual el enunciatario dará o no continuidad por la aceptación o el rechazo.

Al interior de la instancia de la enunciación (enunciador y enunciario) se vinculan el espacio cognocitivo de la persuasión (del enunciador) y de la interpretación (del enunciatario), ambos desarrollándose a partir de las maquinaciones de la manipulación y de la sanción respectivamente.

Desde el punto de vista de la semiótica greimaciana, dos formas de manipulación han sido retenidas, como consecuencia de incontables análisis en innumerables tipos de discursos; desde esta perspectiva, la manipulación se desarrolla según la modalidad del *querer*, que se manifiesta por la tentación o la seducción; y del *poder*, que se reconoce en la amenaza o la provocación.⁵

Con esto se busca, como dice Greimas, realizar montajes de simulacros susceptibles, gracias al hacer interpretativo “influenciado”, para obtener la adhesión del sujeto manipulado (o enunciatario). Se trata, en suma, de procedimientos que dan cuenta de los efectos de sentido “hacer-creer” y de “creer”.⁶

No obstante, la semiótica considera que existe otro tipo de manipulación: la manipulación según el *saber*. Habría que considerar si este tipo de manipulación no recibe o antecede el querer y/o el poder de la tentación o la seducción y de la amenaza o la provocación, pues éstas no serían —al parecer— sino tácticas argumentativas a seguir por el enunciador, después del diseño de una estrategia discursiva provocada por el saber sobre el enunciatario.

En todo caso, los procedimientos elaborados por el enunciador buscan “convencer” al enunciatario, para lo cual aquél considerará más directamente el saber o las razones de éste. En última instancia, lo que la comunicación pretende es la búsqueda del convencimiento del otro, es decir, de *con-vencer*, para lograr una victoria sobre el espíritu del *con-vencido*.

Sea la comunicación un problema de relación intersubjetiva cara a cara, o sea dentro de un sistema unidireccional entre un individuo y un grupo, o entre uno o varios sujetos y una multitud, en forma directa o a través de canales de teledistribución, la comunicación es todavía un problema de intercambio de significados, a través de los cuales el sujeto que *habla*, busca persuadir al sujeto que *escucha*; por su parte, éste deberá saber elegir y seleccionar aquello que le interesa o conviene.⁷

Desde esta perspectiva, el planteamiento que nos hagamos para el aná-

⁵ Cfr. “Manipulation”, en Greimas/Courtés, *op. cit.*, pp. 220-222.

⁶ Greimas, A.J., *op. cit.*, p. 23.

lisis de los procesos de comunicación deberá considerar necesariamente y como punto inicial, los tipos de relaciones que establecen entre el enunciador y el enunciatario, así como el de los tipos de negociación que se establecen para hacer creer y para creer respectivamente, entre los actuantes de la comunicación.

Como anotamos en un principio, la presencia de los operadores *creer* y *saber* son modalizadores del enunciado y del acto de enunciación. Así;

. . . todo acto de enunciación: 1) requiere de un mínimo de información por parte del locutor [enunciador] sobre el estado de las cosas que designa su enunciado; y 2) (el enunciado) debe ser compatible con las otras enunciaciones [precedentes] del mismo locutor. Dicho de otra manera, las modalidades *creer* y *saber* están ligadas necesariamente a los mecanismos de producción de un enunciado o de un texto. . . La enunciación cualquiera puede [también] ser modalizado por un querer, un desear, etc. pero parece implicar siempre la existencia del operador *creer* o del operador *saber*.⁷

La existencia virtual de estos operadores en el acto de comunicación es una condición necesaria, pero no suficiente para concretar dicho acto. Así pues, la ocultación o el *camouflage* de las modalidades epistémicas (creer o saber), no tienen la finalidad de dar la impresión que la enunciación o el enunciado es un acto neutro, y que el enunciador esconde (“desembraga”) su mundo posible, para mejor convencer a través de su enunciado creando un efecto de sentido objetivamente, en lugar de un efecto subjetivamente.

Sin embargo,

es fácil concebir un sujeto enunciador que, a partir de sus informaciones insuficientes estará inclinado a decir “yo se que. . .” en lugar de “yo creo que. . .”, por acto de autoridad, desafío, etc. El [enunciador] efectúa [entonces] un deslizamiento modal que proclama la verdad de su enunciado en el mundo mismo de la enunciación. Este mismo deslizamiento podría continuar por [medio] de una concentración de recursos retóricos, hasta proclamar la objetividad [del enunciado], o incluso, hasta hacerlo objeto de orden. Lo

⁷ Algunas de las tesis aquí expuestas fueron sustentadas en el seminario *La comunicación: sus dominios y sus temas*, organizado por el Centro de Estudios de la Comunicación, de la FCPyS, en mayo de 1986, en la ponencia intitulada “De la praxis comunicacional”.

⁸ Alexandrescu, Sorin, “Sur les modalités *Croire* et *savoir*”, en *Langages*, No. 43, Edit. Didier-Larousse, 1976, p. 24.

anterior es [por ejemplo] lo característico de los discursos normativos, es decir, autoritarios.⁹

Si partimos del hecho de que el acto de comunicación supone un saber y/o un creer sobre el valor de los objetos que se transmiten en el enunciado-discurso (objetos tales como los juicios o los prejuicios, las ideas o las creencias, el conocimiento o los supuestos), debemos suponer también que el acto de comunicación que se establece entre el enunciador y el enunciatario está virtualmente determinado por el acuerdo mutuo que existe sobre el valor virtual, o real de dichos objetos o, mejor aún, sobre la aceptación o el rechazo de los mismos; lo que implicaría, o un compromiso entre enunciador y enunciatario, o un enfrentamiento.

Evidentemente, el establecimiento de un tal “contrato de comunicación”, estará condicionado por el mínimo de información que el enunciador tiene sobre el estado de las cosas, y por la compatibilidad/incompatibilidad que su enunciado tiene respecto del resto de enunciados que caracterizan el mundo posible del enunciador.

Desde esta perspectiva, la praxis comunicacional confrontará el saber y la modalidad epistémica del creer. Sin embargo, la persuasión que ejerce el enunciador lo obliga en ocasiones no sólo a negar su saber y ocultarlo para que, dentro de su estrategia discursiva, logre persuadir al enunciatario. De tal modo, la eficacia o ineficacia de su discurso, así como la efectividad del acto de comunicación, estará determinada por el “juicio epistémico” (creer o no creer, con todas sus posibles gradaciones) que ejerce el enunciatario (hacer interpretativo). Es pues en ese “simulacro de la verdad” donde se confrontan o se comprometen los actantes de la comunicación. A este simulacro se le denomina —en términos semióticos— *contrato de veridicción*.

Tradicionalmente se cree o se sabe, que la mayor o menor certeza o validez de un enunciado radica en su relación de semejanza que tiene con el “mundo real”. Se califica entonces a un discurso de verdadero, por oposición o uno falso o mentiroso, a partir de su relación con el mundo posible del enunciador. El problema radica entonces en saber qué se debe entender por verdadero y/o semejante.

Lo semejante parece poder definirse a primera vista como una referencia evaluante que el discurso proyecta fuera de sí mismo, y que anote una cierta realidad o, mejor dicho, una cierta concepción de la realidad. La utilización de este término se sitúa en consecuencia en un contexto social, caracterizado por una cierta actitud hacia

⁹ *Ibid*, p. 26.

el lenguaje y su relación con la realidad extralingüística. Es decir, que el concepto de semejanza está necesariamente sometido a un relativismo cultural. . .¹⁰

Youri Lotman apunta, a propósito de su *Semiótica de la cultura*, que ciertos textos recibidos como religiosos (es decir como verdaderos) en la Edad Media, fueron leídos como literarios (es decir, como procedentes de la ficción), algunos siglos más tarde. Esto explica —según Lotman— las variaciones históricas de los contextos socioculturales en los cuales los discursos se circunscriben. Una interpretación así, supone que un texto en sí mismo puede producir lecturas múltiples debido a los cambios a los que se somete el enunciatario. Desde este punto de vista, podemos plantear otro supuesto o propósito de lo verdadero o lo semejante del discurso:

Que la verdad que se inscribe en los discursos no es una verdad absoluta (sean estos discursos filosóficos, jurídicos o científicos), sino que esos discursos organizan y jerarquizan una serie de programas narrativos (transformaciones y operaciones lógicas intradiscursivas), que provocan un efecto de sentido verdad, es decir, que pretenden hacer creer que es la verdad. Evidentemente, la organización interna de los enunciados (organización superficial e inmanente) retoma elementos del mundo natural y del mundo cultural propio del enunciadador (de su saber o de su creer saber), con lo que producción del sentido verdad obedece a un hacer particular, o sea un *hacer parecer verdad*.

. . . Este parecer no busca. . . su adecuación con el referente, sino la adhesión del destinatario al cual se dirige y [del] que busca ser leído como verdadero. . . La adhesión del destinatario no puede ser adquirida si no satisface su espera: es decir, que la construcción del simulacro de verdad está fuertemente condicionada, no directamente por el universo axiológico [ver, ideológico] del destinatario, sino por la representación que se hace [el propio] destinador, amo y señor de toda esta manipulación, responsable del éxito o del fracaso de su discurso.¹¹

Así pues, a este simulacro de verdad, a este hacer parecer verdad, que no es la verdad, se le denomina *veridicción*, que no es sino el efecto de sentido verdad que organiza el discurso. Luego entonces, el contrato de veridicción no es otra cosa que el acuerdo tácito e implícito que se esta-

¹⁰ Greimas, A. J., *op. cit.*, p. 103.

¹¹ *Ibid*, p. 110.

blece entre los actuantes de la comunicación (S1 y S2), a propósito del valor de los objetos a comunicar. Ahora bien, este contrato, aunque se apoya sobre los resultados de un hacer cognocitivo, no solamente es de naturaleza cognocitiva, sino también fiduciaria, tal y como ocurre con la circulación de la moneda en las sociedades actuales.

Por razones de espacio, esbozaremos simplemente estas recurrencias teórico-metodológicas, para tratar de discutir sobre el problema de la comunicación, tal y como aquí la concebimos.

La teoría de las modalidades conjunta investigaciones recientes en tres campos del saber: la lógica, la lingüística y la semiótica. La lógica modal está representada, entre otros, por Saúl A. Kripke,¹² J. Hintikka,¹³ y H. Parret.¹⁴ Las modalidades en lingüística han sido trabajadas por B. Pottier,¹⁵ y la teoría de las modalidades, en semiótica, fue instaurada por J.C. Coquet¹⁶ y A.J. Greimas.¹⁷

Para los fines que aquí nos interesan, cabría señalar simplemente que el antecedente lógico en semiótica tiene su ascendencia en los trabajos de Blanche,¹⁸ cuya representación operacional y transformacional se inscriben dentro de la estructura elemental de la significación o cuadro lógico, el que representa relaciones y operaciones lógicas de negación y aserción, como elementos fundamentales del recorrido lógico (semiótico) de la significación. Estas relaciones y operaciones lógicas, al negar y afirmar, no están sino develando formas jerarquizadas y organizadas del plano inmanente del discurso. Esta organización y jerarquización de enunciados (programas narrativos) se figurativizan en un plano superficial, a través de la instalación espacio-temporal y actorial de sujetos y objetos en el discurso. El tipo de relaciones lógicas que se establecen son: de contrariedad, de contradicción y de implicación. La contradicción es la negación de un término de la estructura elemental de la significación, o, por ejemplo, la disjunción del objeto en relación al sujeto 1. La implicación lógica reúne al término denegado de la estructura con el término contrario y opuesto, o también la conjunción del objeto al otro sujeto (S2). Esta estructura elemental de la significación se representa de la siguiente manera:

¹² Kripke, Saúl A., "Semantical Consideration in Modal Logic", en *Reference and Modality*, Edit. Linsky, Oxford University Press, 1971, pp. 63-72.

¹³ Hintikka, J., *Knowledge and Belief*, Cornell University Press, 1960.

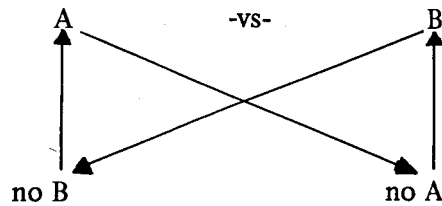
¹⁴ Parret, Herman, "La pragmatique des modalités", en *Langage*, No. 43, Didier-Larousse, 1976, pp. 47-62.

¹⁵ Pottier, Bernard, *Sémantique et logique*, Paris, Edit. Delarge, 1976.

¹⁶ Coquet, Jean Claud, *Le sujet et son discours*, these de Doctorat d'Etat, Paris, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1982, pp. 91-163.

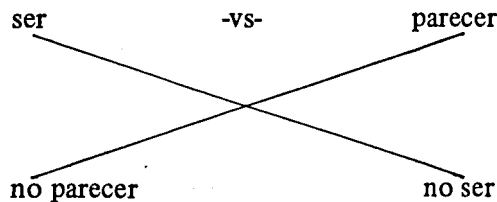
¹⁷ Greimas, A. J., "Pour une theorie des modalités", en *Du Sens II*, Paris, Edit. du Seuil, 1983, pp. 67-92.

¹⁸ Blanché, R., *Les structures intellectuelles*, Edit. Vrin, Paris, 1966.

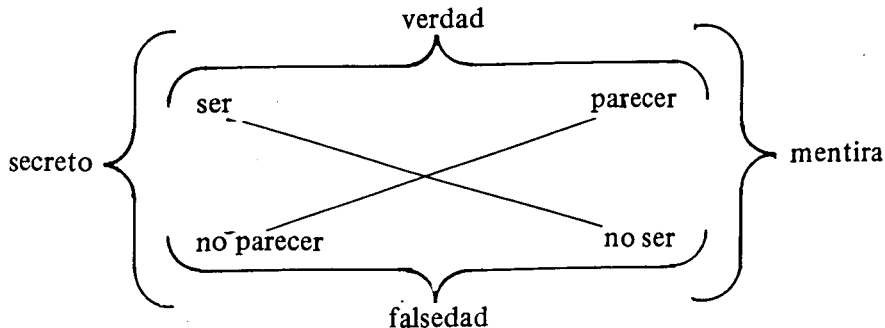


donde: A - vs - B es una relación de contrariedad
 $A \rightarrow \text{no } A$, o $B \rightarrow \text{no } B$ es una relación de contradicción.
 $\text{no } B \rightarrow A$, $\text{no } A \rightarrow B$ son relaciones de implicación.

Esta estructura elemental de la significación podría figurativizarse, a manera de ejemplo, a partir de las siguientes modalidades veridictorias:



La relación de contradicción parecer/no parecer representa el nivel de manifestación del enunciado, a partir de la cual el hacer interpretativo del sujeto podrá evaluar la “veracidad” del enunciado al pasar al nivel inmanente ser/no ser. Es aquí donde se juega el “juego de la verdad” del discurso. Así, la relación de contrariedad entre ser y parecer instala el sentido del discurso en un nivel de “verdad” enonciva; la relación de los subcontrario (no ser/no parecer) determina la “falsedad”; la relación de implicación entre el no parecer y ser, apuntaría el “secreto”, mientras que la otra implicación no ser/parecer, la “mentira”.¹⁹ A saber:



¹⁹ Greimas, Z. J. y Courtés, J., “Modalités veridictiores”, *op. cit.*, p. 149.

El establecimiento de la estructura elemental de la significación, o cuadrado lógico (cuadrado semiótico), representa la esquematización del recorrido generativo de la significación. La economía de estas notas impide su disertación.²⁰

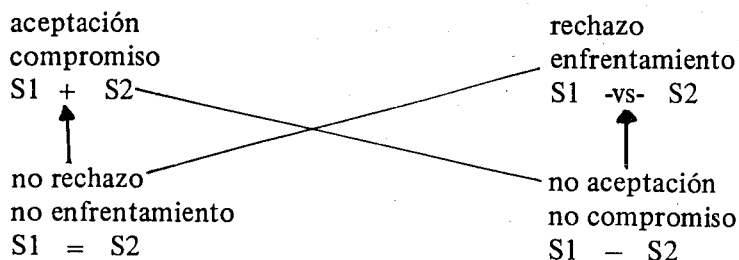
Sin embargo, a pesar del riesgo de su banalización a que ha conducido el análisis, tal instrumento ha permitido graficar aspectos fundamentales, tanto de la teoría como de la metodología y aún del análisis semiótico mismo.

Si de lo que se trata es justamente de discutir sobre el problema de la comunicación a partir del *hacer persuasivo* del enunciador (hacer creer), frente al *hacer interpretativo del* enunciario (creer), podemos —considerando las gradaciones que implicaría el “juicio epistémico” a partir del creer— intentar definir una taxonomía elemental de relaciones y operaciones del ejercicio comunicacional entre S1 y S2.

Debemos anotar que el establecimiento de un *contrato de veridicción* que permita sancionar sobre la “verdad” la “falsedad”, la “mentira” o el “secreto” que porta el enunciado, presupone un contrato de comunicación. Así pues, si partimos de la *aceptación* del contrato que S1 propone a S2, deberemos entonces considerar su contrario: el rechazo. Entonces, instalados como términos contrarios de una estructura comunicacional, tendremos:

aceptación (del contrato)	-vs-	rechazo (del contrato)
------------------------------	------	---------------------------

La aceptación implicaría pues un *compromiso mutuo* entre (S1 y S2). Por su parte, el rechazo podría ser definido como un *enfrentamiento recíproco* (S1 -vs- S2).²¹ Instalados estos dos tipos de relaciones en el cuadrado semiótico tenderemos:



²⁰ Cfr. Nef, Frederic, *Structures elementaires de la signification*, Bruselas, Edit. Complexe, 1979.

Vistas así las cosas, y considerando que si bien el contrato de comunicación se antepone y presupone un contrato de veridicción, donde ser y parecer están de una u otra forma condicionados por la graduabilidad entre el creer o no creer, puede entonces considerarse que el establecimiento de esta estructura elemental de la comunicación no es estática ni inmutable, sino que las condiciones reales de existencia (rol sociohistórico del enunciador y el enunciatario) determinan las transformaciones de la estructura de una forma dialéctica y dinámica. Ni la aceptación ni el rechazo son inmutables y totales. Es el nivel de comunicación (la praxis) la que va consolidando situaciones de comunicación, que desembocarán a la postre en estadios de comunicación, y así sucesivamente. Luego entonces, la competencia y la ejecución sociosemiótica de los actantes de la comunicación hacen que la relación comunicacional (la paxis) sea generativa y transformacional; es decir, que generan sentido y significación social, a partir de las transformaciones realizadas en la praxis comunicacional ejercida (mayor o menor aceptación, o rechazo). Es el proceso de intercambio entre S1 y S2 (poder, deber, querer o saber establecer las normas jurídicas, económicas, políticas, culturales cognocitivas, ideológicas de una praxis comunicacional, que sincrónicamente establece situaciones o tipos de relación entre S1 y S2) el que desembocará diacrónicamente en transformaciones o rupturas del *status quo*, generando nuevos estadios de comunicación entre los actantes. La praxis comunicacional es pues el motor generador y transformador de las relaciones sociales de existencia de los actantes de la comunicación en los distintos periodos en que dichos actantes se van enfrentando y/o comprometiendo.