

Argumentación y Filosofía de la Naturaleza.

La argumentación «perceptiva»

Fernando Miguel Pérez Herranz

Departamento de Humanidades Contemporáneas
Universidad de Alicante
perez.herranz@ua.es

Pues es absurdo pensar que las manifestaciones emergen de los nombres y, además, es imposible. Los nombres, en efecto, son productos de la convención, las manifestaciones, en cambio, no son productos de la convención, sino que emergen de la realidad (*phýseos blastémata*). Antifonte (87 D.K. frag 1).

PRESENTACIÓN

Uno de los proyectos en los que vengo trabajando desde que realicé mi tesis doctoral ha sido el de hacer fértil el proyecto de René Thom en la siguiente dirección: el reemplazo de la Lógica por la Topología como órgano de conocimiento. Se hace necesario entonces no sólo descartar la Teoría de las Catástrofes (TC) como una teoría al modo clásico, una hipótesis verificada o cumplimentada por ciertos hechos, sino también, y *a fortiori*, como una teoría alternativa a la física newtoniana, expectativa más que exagerada, absurda.¹ Sin embargo, la TC —a la que me parece más apropiado llamar *Teoría de las Singularidades Topológicas (ST)*—, fortalece su papel intelectual cuando se la considera como un novedoso órgano de conocimiento para el tratamiento de las morfologías (*morphé*), un proyecto que, según Bruno Pinchard, habría perseguido el propio Aristóteles,² que osciló siempre entre el control lógico sintáctico de los

¹ Es absurdo pretender que la Teoría de las Catástrofes fuera capaz de reemplazar la física de Newton. Ver, por ejemplo, las críticas de H. J. Sussman y R. S. Zahler, “Catastrophe Theory: Mathematics Misused”, *The Sciences*, 17, págs. 20–23, 1977, o las de G. Kolata, “Catastrophe theory: The emperor has no clothes”, *Science*, 196, págs. 350–351, 1977...

² “En los términos de la topología, la axiomatización de la dinámica aristotélica nos obliga a encarar dos categorías supremas del saber: la *racionalización lógica* y la *racionalización morfológica* de lo real. Toda la violencia de la lectura geometrizar de Aristóteles está en esta dirección. Y también toda su fuerza en

argumentos por medio del silogismo (lógica) en su confrontación con los sofistas,³ y el control de los cuerpos dados a escala corpórea-morfológica (física = topología) en su confrontación con las tesis parmenídeas sobre el movimiento. Thom ha pretendido, me parece, incluir la lógica (y aun la termodinámica) en la topología, una inversión de la tradicional subsunción de lo morfológico en lo lógico-algebraico (por ejemplo, la conversión de los planetas en puntos en la mecánica newtoniana).⁴ En este sentido me parece que pueden hacerse muy fértiles investigaciones desde la topología y los sistemas dinámicos no lineales en todas sus variedades —Caos, Complejidad, Estructuras disipativas, Fractales, Sinergia...—⁵ en el contexto de una Filosofía de la Naturaleza.⁶

FILOSOFÍA DE LA NATURALEZA (RENOVADA)

Es necesario evocar, siquiera mediante una pincelada, a la Filosofía de la Naturaleza Renovada (FNr) que aquí nos convoca. En el artículo publicado en el número de la revista *Eikasía* que recoge los trabajos de algunos miembros del CFN y que de alguna manera nos sirve como arranque de este simposio, mostraba que la

la medida en que la inserción de la intuición geométrica en la lógica aristotélica no es gratuita, sino que responde a un momento aporético de su discurso (...) Proponemos, pues, la hipótesis de que la lectura morfológica de Aristóteles es ante todo una lectura sintomática que muestra las dificultades y las violencias de la racionalización lingüística de lo real. Luego esa lectura permite construir una verdadera antinomia entre la manifestación según el lenguaje y el continuo de las formas (...) Debemos considerar ahora cómo la parte morfológica del aristotelismo entra en conflicto con el atomismo lingüístico, gracias al cual se constituye la ontología hasta negar el momento morfológico de la manifestación”. B. Pinchard, “Anexo” a R. Thom, *Esbozo de Semiofísica*, Gedisa, Barcelona, 1990, págs. 267-268.

³ “Las aporías megáricas —al igual que todas las aporías, cuando están fundadas— no son señal, como ha creído Platón, de una ignorancia de la ontología; sino que manifiestan dificultades que son ellas mismas ontológicas, puesto que atañen en el más alto grado al discurso humano acerca del ser: por tanto, hay que dedicarse a resolverlas en su propio terreno. De esta reflexión sobre las aporías nacerá la ontología aristotélica”, P. Aubenque, *El problema del ser en Aristóteles*, Taurus, Madrid, 1981, págs. 153-154.

⁴ “Je pouvais espérer en quelque sorte remplacer la thermodynamique par la géométrie, géométriser en un certain sens la thermodynamique, éliminer des considérations thermodynamiques tous les aspects à caractère mesurable et stochastiques pour ne conserver que la caractérisation géométrique correspondante des attracteurs”, en J. Petitot, (dir): *Logos y Théorie des catastrophes*, Patiño, Genève, 1988 “En lugar de fundar lógicamente la geometría, trataremos de fundar lo lógico en la geometría”, R. Thom, *Semiofísica*, op. cit., pág. 18.

⁵ Y que asume trabajos realizados por participantes del CFN como Bruter, “Sur la notion de *liberté*”; L. Boi y E. Bois, “Mathématiques créatives, physiques significatives et le livre ouvert de la nature”, etc.

⁶ Es ésta una de las múltiples alternativas de la crítica contemporánea a la *filosofía de la identidad* que evita las salidas de tono del *fin de la filosofía*, que hace a ésta culpable de todos los males de Occidente en vez de mirar a los verdaderos responsables: militares, políticos y burócratas europeos (alemanes, ingleses, franceses, italianos, belgas...), enzarzados en una lucha feroz entre sí para hacerse con las riquezas del mundo: Asia, África, América...

Filosofía de la Naturaleza tiene que conjugar el saber científico con los saberes sociales, políticos o éticos y en ningún caso puede convertirse en un nuevo neo-positivismo, en un tribunal intransigente, constituido por las ciencias físicas, que ciegue cualquier resquicio para la innovación o las hipótesis atrevidas. Un neopositivismo que, por otra parte, extrapola *ad nauseam* los pretendidamente neutrales enunciados, teorías y teoremas científicos a terrenos intensamente ideologizados. En contrarréplica, la FN, ahora renovada, tendrá que abandonar su inclinación neorromántica a la especulación o a la justificación de tesis ontoteológicas, ajenas a la ontología científica, y ser muy cuidadosa con los teoremas de limitación que afectan a la esperanza de los resultados de las ciencias.⁷ El filósofo de la Naturaleza se encuentra, sin duda, en una situación incómoda, pero, me parece, decisiva en una sociedad tecnocientífica, al cubrir el momento de la articulación entre el saber científico y el saber filosófico-ideológico con el fin de hacer inteligible⁸ la experiencia humana: Conceptos (científicos) e Ideas (filosóficas) quedarían así, vinculadas por mediación de la FNr. El proyecto inspirado en Thom de reemplazo (y absorción) de la Lógica por la Topología puede ofrece una nueva forma de comprensión de la realidad, acorde con el desarrollo de la ciencia (relatividad, mecánica cuántica, sistemas dinámicos no lineales...), pero también con el de la filosofía (fenomenología, hermenéutica, análisis...).

INFERENCIA

De los múltiples recorridos de Naturaleza / Cultura que por conjugación puede realizar la FNr, voy a desarrollar uno que se encuentra más cercano a la consideración de la topología como *órganon*; pues si se ha admitido casi por unanimidad que la lógica era el *órganon* para la filosofía, y ahora decimos que queda superada (absorbida) por la topología, parece que el elemento clave que puede decidir por la potencia de una u otra es la **inferencia**, el mecanismo que permite pasar de unos enunciados a otros y que prolonga racionalmente las experiencias de los seres humanos. La lógica fue definitivamente formalizada por Aristóteles como el paso de las premisas a las

⁷ F. M. Pérez Herranz, “Teoremas de limitación e imaginación abierta en la ciencia contemporánea”, *Actes del XVI^e Congrès Valencià de Filosofia*, Societat de Filosofia del País Valencià, Valencia, 2006, págs. 397-410.

⁸ La *inteligibilidad* fue un tema muy querido para Thom y que Miguel Espinoza defiende con inteligencia y pasión desde el CFN. Véase su *Théorie de l’intelligibilité*, Toulouse, 1994.

conclusiones, pero con el matiz de que la verdad de las premisas arrastraba la verdad de la conclusión:

Un razonamiento (*syllogismós*) es un discurso (*lógos*) en el que, sentadas ciertas cosas, necesariamente se da a la vez, a través de lo establecido, algo distinto de lo establecido. (*Tópicos*, 100a25).

La lógica se presenta en una doble cara: si las premisas son verdaderas, entonces la razón permite a los seres humanos alcanzar saberes enormes por mecanismos deductivos de los axiomas a la manera de la geometría de Euclides;⁹ pero si se parte de premisas falsas, imaginarias o fantásticas, la razón, como denunciara Kant, puede conducirnos a los más extravagantes (*pseudo*) objetos: el Alma, el Mundo o Dios. El avance fundamental en esta dirección lo lleva a cabo Gödel al demostrar los límites sintácticos (internos) de los formalismos, que se producen a causa de la estructura lineal de los razonamientos.¹⁰ Las investigaciones enormes de G. Cantor y H. Poincaré, cada uno por su lado, han llevado a buscar soluciones diferentes,¹¹ invirtiendo al cuestión: la lógica como resultado o proyección de una ontología que la desborda.

PARA UNA RE-ORDENACIÓN DE LAS CATEGORÍAS

Introduciré una hipótesis «atrevida». El planteamiento de las Singularidades Topológicas de Thom permite reordenar los clásicos sistemas categoriales: de los pitagóricos a Aristóteles; de los estoicos a Kant; de Peirce a Thom. Recordemos que en la clasificación pitagórica los géneros, en forma de opuestos, están mezclados: hay categorías cosmológicas, geométrico-aritméticas, biológicas y morales.¹²

⁹ Euclides, *Elementos*, 2 vols, Gredos, Madrid, 1996.

¹⁰ K Gödel, *Obras completas*, Alianza, Madrid, 1981. E. Nagel y J.R. Newman, *El teorema de Gödel*, Tecnos, Madrid, 1970. J. Ladrière, *Limitaciones internas de los formalismos*, Tecnos, Madrid, 1969...

¹¹ F.M. Pérez Herranz, “El problema del continuo en René Thom”, *Ontology Studies. Cuadernos de Ontología*, en prensa. Cf. A. Badiou, *Le nombre et les nombres*, Seuil, Paris, 1990; *El ser y el acontecimiento*, Manantial, Buenos Aires, 1999.

¹² Aristóteles, *Metafísica*, 966a22; G. Bueno, *La metafísica presocrática*, Pentalfa, Oviedo, 1974.

EJES DEL ESPACIO ONTOLÓGICO	
límite	ilimitado
impar	par
uno	múltiple
derecho	izquierdo
masculino	femenino
reposo	movimiento
recto	curvo
luz	oscuridad
bueno	malo
cuadrado	oblongo

En la reducción aristotélica, todas las categorías pertenecen al Ser, que no engloba la pluralidad —no es un género distributivo—, sino que se trata más bien de un universal de inmediato pluralizado, «explosionado» (atributivo), que impide haya jerarquía entre las categorías y permite la inconmensurabilidad de los géneros, aunque muestre un vínculo generativo entre ellas.¹³

1. EL QUÉ DE LA COSA.....	SUBSTANCIA
2. LA MAGNITUD.....	CANTIDAD
3. QUÉ CLASE DE COSA ES.....	CUALIDAD
4. CON QUÉ SE RELACIONA.....	RELACIÓN
5. DONDE ESTÁ (LUGAR).....	DONDE (UBI)
6. Y CUANDO.....	CUANDO
7. EN QUÉ POSICIÓN.....	SITUS (POSICIÓN)
8 CUAL ES SU ACTIVIDAD (HACER)	ACCIÓN
9. O SU PASIVIDAD (SER AFECTADO).....	PASIÓN
10 CUÁLES SON SUS CIRCUNSTANCIAS.....	HÁBITO

La reorganización categorial estoica es decisiva para nosotros, porque se desvía del territorio del Ser para plantearlas desde el Todo; E. Elorduy muestra cómo se van superponiendo las distintas clasificaciones desde Varrón a Séneca, a partir del Algo (*quid*), que se desdobra en lo material y lo inmaterial, vinculado a la materia y al *lógos*, respectivamente, y que acoge por un lado al sujeto (*hupokeimenon*) y la relación (*prós ti pos exonta*) y, por otro, a la cualidad (*to poión*) y al modo (*to pòs exón*).¹⁴

¹³ Aristóteles, *Categorías*, Cuadernos Teorema, Valencia, 1983; V. Gómez Pin, *La tentación pitagórica*, Síntesis, Madrid, 1998.

¹⁴ Varón; Elorduy, E. (col. J. Pérez Alonso), *El estoicismo*, 2 vols., Gredos, Madrid, 1972.

1: Algo = quid = to ti (Los todos – El Cosmos)	
2: Lo material = to on = lo ente Pasivo, materia, estabilidad, absoluto	Lo inmaterial = to me ón = lo no ente Activo, Logos-Dios, diferencial, tensión
3.1: To hypokeímenon = sujeto	3.2: To poión = cualidad
3.4: Prós ti pos exonta = Disposición relativa	3.3: To pòs exon = Disposición

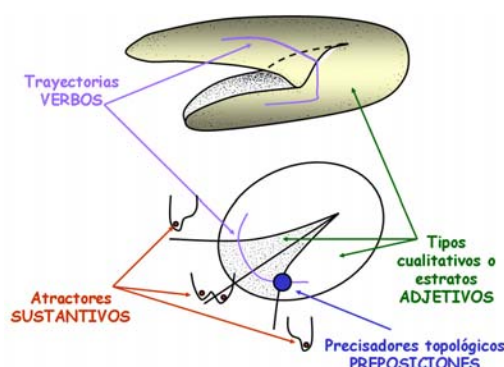
Durante la Edad Media se produce la deconstrucción de las categorías aristotélicas y estoicas: la crítica nominalista reduce la lista a dos: una incognoscible, Dios-que-es-todo-voluntad; y otra, la pura *cuantificación*. Peirce dio un giro en la composición categorial al cruzar las categorías clásicas: ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Por qué? con los tres tipos de signos, que siguen siendo pensados unidimensionalmente: fundamento, objeto e interpretante.¹⁵

CATEGORÍAS SIGNO	a) Primeridad	b) Segundidad	c) Terceridad
1) Fundamento	CUALISIGNO	SINSIGNO	LEGISIGNO
2) Objeto	ICONO: IMÁGENES DIAGRAMA METÁFORA	ÍNDICE	SÍMBOLO
3) Interpretante	REMA	DICISIGNO	ARGUMENTO

La categorización debida a Thom permite escapar al famoso *linguistic turn* desde el espacio *n*-dimensional, siendo la lógica una proyección para signos vinculados operativa en un espacio unilineal, cuyas propiedades configuran el álgebra de Boole.¹⁶

¹⁵ Ch. S. Peirce, *Obra lógico-semiótica*, Taurus, Madrid, 1987.

¹⁶ Tal como mostré en F. M. Pérez Herranz, *Lenguaje e intuición espacial*, Instituto de Cultura «Juan Gil-Albert», Alicante, 1996. También, “El «giro morfológico»: la forma, condición del sentido”, *Quaderns de Filosofia i Ciència*, nº 36, Valencia, 2006, págs. 61-72.



HIPÓTESIS SOBRE EL LENGUAJE¹⁷

La categorización de Thom se ajusta a la teoría *holística* del lenguaje: las expresiones del protolenguaje estarían asociadas de forma única con un sentido, que se corresponde con la experiencia del mundo, pero en modo alguno se componían de unidades de sentido más pequeñas (palabras). El lenguaje moderno habría evolucionado cuando las expresiones holísticas se segmentaron, y crearon palabras que podían combinarse entre sí. Esta es la posición defendida por Alison Wray (Universidad de Cardiff). Al principio, las expresiones lingüísticas se despliegan según el esquema verbo, sujeto y predicado; después vendría el paso de la segmentación y la combinatoria.¹⁸ Frente a ella, la hipótesis *compositiva*, defendida por Michael Arbib en la línea de Chomsky, supone que la protolengua contaba ya con palabras, pero con una gramática limitada.

La stirpe de esta posición se remonta a Heráclito y los estoicos. Para Heráclito un mismo logos es el que determina los esquemas de pensamiento y la estructura de la realidad. Y para los estoicos, la relación entre impresiones y pensamiento articulado está situada en un contexto lógico. Un hombre es una criatura dotada naturalmente para ver conexiones y usar el lenguaje. Para los estoicos el mundo es la obra de un *lógos* o razón; y el pensamiento articulado permite al hombre formular afirmaciones que

¹⁷ He hablado algo de esto en F. M. Pérez Herranz, “Del «monstruo de Amstetten» al «síndrome de Rousseau»”, *Eikasía*, nº 19, 2008, págs. 1-55

¹⁸ Lo hemos desarrollado en F. M. Pérez Herranz y A. J. López Cruces en “Estudio de la preposición desde la semántica topológica”, en J. L. Cifuentes (ed.), *Estudios de lingüística cognitiva II*, Universidad de Alicante, 1998, págs. 817-837.

reflejen los acontecimientos cósmicos. El lenguaje es parte, pues, de la naturaleza y provee los medios para expresar esa relación con el mundo.¹⁹

ANÁLISIS CATEGORIAL TOPOLÓGICO

Así pues, el lenguaje ha de entenderse como una estructura que pertenece también al despliegue del mundo, y por eso Thom pone en paralelo Física, Biología y Matemáticas (y otros discípulos como Zeeman,²⁰ Psicología y Sociología, y aun Literatura comparada como Petitot).²¹ Pero si, por una parte, la dimensión unilineal del mundo ha estado vinculada a la lógica y ahora se reemplaza por la topología, y si, por otra, la argumentación ha estado vinculada a la lógica (aunque siempre desbordada por el lenguaje ordinario): **¿Cabría incorporar el análisis topológico a la argumentación?** Vamos a desarrollar esta cuestión bajo el título de «argumentación **perceptivo-topológica**». Pues la argumentación en su sentido clásico ha estado confinada a la razón lineal del lenguaje, a su dimensión unidimensional y el universal al que se refiere es el universal *abstracto*. El gran descubrimiento de Aristóteles fue el de postular un canon o modelo, el silogismo, con el que valorar toda argumentación posible:

El silogismo es una enunciación en la que, una vez sentadas ciertas proposiciones, se concluye necesariamente en otra proposición diferente, sólo por el hecho de haber sido aquellas sentadas. (*Primeros Analíticos*, I, 8). Es también evidente que toda demostración se hace mediante tres términos y no más, lo cual no obsta a que una misma conclusión pueda obtenerse por diferentes términos ... porque puede suceder que haya muchos medios para las mismas conclusiones; pero en este caso, hay, no un silogismo único, sino muchos silogismos (*Primeros Analíticos*, I, 25).

¹⁹ Anthony A. Long, *La filosofía helenística*, Revista de Occidente, Madrid, 1975, pág. 128.

²⁰ E.C. Zeeman, *Catastrophe Theory. Selected Papers, 1972-1977*, Reading (Mass.): Addison-Wesley, 1977.

²¹ “La queue d’aronde comme site de la transformation des variantes pré-renaissantes et renaissantes du mythe de Saint-Georges. Sur le chemin 1, le héros H apparaît comme déjà dominant (point A) et capture le dragon chthonien M (point V) en vertu de son essence «sur humaine». Sur le chemin 2 au contraire, H est un héros «humain», fini et problématisé par une intentionnalité désirante. Il apparaît comme dominé (point A’), combat M (point C de la performance) et sa victoire (point V?) est donc une réalisation. L’évolution historique des représentations s’exprime par l’homotopie 162 c’est-à-dire la traversée du centre organisateur qu’est le point bec B” J. Petitot, *Physique du Sens*, Editions du CNRS, París, 1992, pág. 365.

Pero ya B. Pinchard —como decía—, motivado por la teoría semiótica de René Thom, sugirió que Aristóteles habría iniciado también un análisis morfológico —topológico, dirá Thom—, pero que éste fue reprimido por el desarrollo de la argumentación lineal del lenguaje, en el que el elemento lógico dominaría al morfológico. Es cierto que siempre hubo una inclinación hacia la imagen, que los antiguos trataban mediante la figura retórica llamada *Eckrasis*, con referencia al universal concreto.²² En el *De pictura* (1435) se explica la *compositio* pictórica, que ha de consistir en la estructuración de la obra de manera que cada superficie plana y objeto tengan un papel conexo con el de los demás en su efecto de conjunto.

Pero semejante concepción no es más que un trasvase a la plástica de la *compositio* que en la tradición retórica enseñaba a construir un pasaje con palabras que se resuelven en frases, frases que conforman cláusulas y cláusulas que se armonizan en el período ... Cuando Mantegna difundió los grabados que concretaban en imágenes los razonamientos de Alberti, incluso los pintores menos próximos a los *studia humanitatis* pudieron hacer suya la que estaba destinada a ser una de las máximas innovaciones del arte renacentista.²³

Pero ha sido con la publicidad en el siglo XX, cuando la imagen desempeña un papel fundamental y se ha hecho responsable incluso del nihilismo. J. L. Molinuevo ha escrito que “la necesidad de la imagen es la esencia del nihilismo, es el descubrimiento del mundo como metáfora, una metamorfosis continua de creación y destrucción”.²⁴ Aunque a renglón seguido ha propuesto una *crítica de la imagen pura* y ha arribado a un nuevo imperativo categórico: “Atrévete a orientarte en las imágenes”. El pensamiento en imágenes se configura así como alternativa al paradigma nominalista-romántico de la voluntad intelectual. Pues bien, este humanismo que cruza pensamiento e imagen podría ser la propuesta de una Filosofía de la Naturaleza renovada, que necesita de un concepto que los vincule: la esquematización, en el sentido kantiano, que lo hace posible vendría de parte de la Topología.

²² Por ejemplo, en el *Quijote* se apela a la lámina del combate entre don Quijote y el vizcaíno: “Estaba en el primer cartapacio pintada muy al natural la batalla de don Quijote con el vizcaíno, puestos en la misma postura que la historia cuenta, levantadas las espadas, el uno cubierto de su rodela, el otro de la almohada...” M. Cervantes, *Don Quijote de la Mancha*, I, IX, 87.

²³ F. Rico, *El sueño del humanismo*, Alianza, Madrid, pág. 63.

²⁴ J. L. Molinuevo, *Humanismo y nuevas tecnologías*, Alianza, Madrid, 2000, pág. 135.

ARGUMENTACIÓN Y NATURALEZA

La Naturaleza no ha tenido buena prensa durante el siglo XX, anulada prácticamente por su conjugado la Cultura en sus diferentes manifestaciones — Sociedad, Lenguaje, Historia, Tradición, Simbolismo, Ideología—. Clement Rosset lo tituló *La anti naturaleza*, la idea de una *physis* inexistente.²⁵ Pues, como dice Claudio Magris, la broma de considerar que el Danubio nazca en un grifo:

Sólo puede ocurrírsele a un hijo de nuestro siglo, a alguien que no sepa con certeza si sigue existiendo la naturaleza, si es todavía la enigmática señora del universo o si ya ha sido desautorizada por lo artificial; no resulta casual que, precisamente estos días, el Danubio se vea amenazado por la gran central hidroeléctrica entre Viena y Hinburg...²⁶

Pues bien, uno de los objetivos de este trabajo es darle beligerancia al concepto de *Naturaleza* y tratar de mostrar que es una dimensión que no puede quedar eliminada por absorción del lenguaje, sino que ha de ser articulada con él (aunque, y en esto nos separamos del estoicismo, rechazamos un concepto cosmológico armonioso, porque las ciencias son inconmensurables entre sí). Y también con el objetivo de poner el conocimiento y la ontología de las ciencias de los sistemas dinámicos en el proceso de alternativa al mundo mecanicista y positivista actual, algo que ya hicimos en nuestra tesis y que queremos continuar, pues hay un pensamiento que se enfrenta al positivismo de cuño anglosajón y que necesita de una ontología y de una semántica fuera de esos esquemas, pero que no encuentra su formalización, como señala un tanto descorazonado Boaventura de Sousa Santos:

La razón proléptica asentada en la idea lineal de progreso, se vio confrontada con las ideas de entropía y catástrofe, **aunque de dicho conflicto no haya resultado hasta el momento algo alternativo**. El debate generado por las “dos culturas” y por las varias terceras culturas que surgieron de él (...) no afectó al dominio de la razón indolente en cualquiera de sus cuatro formas: razón impotente (determinismo), razón arrogante (libre arbitrio, constructivismo), razón

²⁵ C. Rosset, *La anti naturaleza. Elementos para una filosofía trágica*, Taurus, Madrid, 1974. El texto fue muy oportunamente contestado por A. Escotado, *De physis a polis*, Anagrama, Barcelona, 1975.

²⁶ C. Magris, *El Danubio*, Anagrama, Barcelona, 1988, pág. 32.

metonímica (la parte tomada por el todo) y razón proléptica (el dominio del futuro bajo la forma de planificación de la historia y del dominio de la naturaleza).²⁷

¿Dónde incorporaríamos entonces la Naturaleza en la Cultura? Pues si seguimos la distinción aspectual del lenguaje — locucionario, ilocucionario y perlocucionario—, que caracteriza un mensaje publicitario, por ejemplo, el sentido topológico habría que incorporarlo entre el texto y la imagen (locucionario) y el saber y el hacer creer (ilocucionario), por un lado, y el desear el objeto (perlocucionario), por otro.²⁸

TEORÍAS DE LA ARGUMENTACIÓN

A las clasificaciones clásicas de la teoría de la argumentación añadiré un criterio que vincula de manera especial los dos criterios más relevantes. A las teorías **referencialistas**, que se desdoblaron en la nueva retórica de C. Perelman y Olbrechts-Tyteca²⁹ y en la Pragma-Dialéctica de Van Eemeren y Grootendorst;³⁰ y a las teorías **no referencialistas** del tipo de *L'Argumentation Dans la Langue* (ADL) de Oswald Ducrot y Jean Claude Anscombe,³¹ añadiré una teoría **mixta**, la Semántica-sintáctica topológica de Thom-Petitot, que llamaré *argumentación perceptiva*: Por una parte, como en las teorías referencialistas, las propiedades lingüísticas remiten al mundo exterior del lenguaje; y, por otra, como en las no referencialistas, las oraciones con sentido están incorporadas en estructuras más amplias que organizan un conjunto de variables categoriales.

Teorías referencialistas	Teorías no referencialistas	Teorías mixtas
<i>La nueva retórica</i> Perelman y Olbrechts-Tyteca	<i>L'Argumentation Dans la Langue</i> (ADL)	<i>La Semántica-sintáctica</i> <i>topológica</i>
<i>La pragma-dialéctica</i> Van Eemeren y Grootendorst	O. Ducrot y J.C. Anscombe	Thom-Petitot

²⁷ Boaventura de Sousa Santos, *El milenio huérfano*, Trotta, Madrid, 2005, págs. 154-155.

²⁸ Adam, J-M. y Bonhomme, M., *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y la persuasión*, Cátedra, Madrid, 2000.

²⁹ Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca, *Tratado de la Argumentación. La nueva Retórica*, Gredos, Madrid, 1989.

³⁰ Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R., y Snoeck Henkemans, F., *Argumentación: análisis, evaluación, presentación*, Biblos, Buenos Aires, 2006.

³¹ J. C. Anscombe, y O. Ducrot, *La argumentación en la lengua*, Gredos, Madrid, 1994.

La argumentación mixta es, por tanto, un tipo de argumentación que entrelaza dinámicas ecológicas y etológicas con dinámicas puramente sociales. O, dicho de otra forma, poseemos modelos que desbordan la comunicación puramente lingüística. Tenemos que ir más allá de Saussure, desde luego. Por ejemplo, y como dice Marcus du Sautoy, “La simetría es el lenguaje que usan la flor y la abeja para comunicarse entre sí. Para la flor, el hexágono es como un letrero luminoso que dice: «¡Visítame!».”³²

Las teorías no referencialistas de la argumentación consideran que el significado de las palabras comporta un componente argumentativo por encima del componente informativo, y que las condiciones de verdad que hacen verdadero o falso un enunciado pueden ser idénticas, pero no así las consecuencias de su enunciación. Valga como ilustración el siguiente par de oraciones:

- (1) Este reloj sólo cuesta 100 €
- (2) Este reloj cuesta nada menos que 100 €

¿Por qué si la oración (1) nos induce a comprar el reloj, la oración (2) nos hace remisos a ello? La hipótesis general de *L’Argumentation Dans la Langue* (ADL) sostiene que la significación de las palabras es argumentativa, porque se sacan consecuencias de su enunciación. Cada comunidad lingüística posee un valor semántico según una serie de *instrucciones* que indican las posibles dinámicas discursivas que se derivan de la misma. Esa función argumentativa está determinada por la estructura lingüística. No son los hechos, sino las unidades lingüísticas las que gobiernan y regulan la orientación argumentativa de un segmento discursivo.

La noción de *instrucción* en este contexto es equiparable a la de *valencia*. La valencia de un determinado sistema nos indica el tipo de complementos o de huecos funcionales que ese elemento puede llevar (por ejemplo, los verbos monoactanciales, biactanciales, etc.). Hablar entonces no es en absoluto describir estos discursos en

³² M. du Sautoy, *Simetría. Un viaje por los patrones de la naturaleza*, Acantilado, Madrid, 2009, pág. 21.

determinadas dinámicas discursivas.³³ Esta es una teoría que acompaña al posmodernismo de la Anti-naturaleza, en general. La lengua debe ser estudiada en sí misma (Saussure). El ejemplo más impactante es el de los modificadores argumentativos: *aunque*, etc.

LA ARGUMENTACIÓN PERCEPTIVA

Pues bien, defenderé una teoría de la argumentación mixta que llamaré *perceptiva* y que, si de acuerdo con el lenguaje posee su propia dinámica, ésta no pertenece a ningún mecanismo mágico o metafísico, sino que está estructurado por elementos que pertenecen a todos los géneros de materialidad conocidos: físico, biológico, psicológico, sociológico, matemático... en el sentido de las ontologías regionales de Husserl,³⁴ pues a todos ellos atraviesa, y no es propio de ninguno en especial. El lenguaje puede aislarse a veces, pero con los nuevos métodos de publicidad se ha podido comprobar cómo la imagen y la estructura físico-biológica se encuentran envolviendo a la argumentación,³⁵ algo que viene de lejos, con sólo recordar la figura retórica de la *ecfrasis* o la «composición de lugar» a la que se refería Ignacio de Loyola,³⁶ y pusieron en marcha los jesuitas por mediación de la linterna mágica, hasta concluir finalmente en el cinematógrafo.

Las técnicas publicitarias han alcanzado un virtuosismo en el uso del *entimema*³⁷ realmente sorprendente. Así, cuando un producto X se pone a la venta dentro de una

³³ M. Tordesillas, “Esbozo de una dinámica de la lengua en el marco de una semántica argumentativa.” *Signo y Seña*, n° 9, 1998, págs. 347-380.

³⁴ R. Thom, “Le problème des ontologies régionales en science”, *Philosophie et Culture. Actes du XVII^e Congrès Mondial de Philosophie*, Montréal, 1983.

³⁵ Desde los trabajos pioneros de R. Barthes, “Rhétorique de l’image”, *Communications*, 4, Seuil, París, 1964. (trad. “Retórica de la imagen”, *Comunicaciones*, Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1970); o U. Eco, *La estructura ausente*, Lumen, Barcelona, 1989 (1968¹).

³⁶ “El primer preámbulo es composición viendo el lugar. Aquí es de notar que en la contemplación o meditación visible, así como contemplar a Cristo nuestro Señor, el qual es visible, la composición será ver con la vista de la imaginación el lugar corpóreo donde se halla la cosa que quiero contemplar. Digo el lugar corpóreo, así como un templo o monte, donde se halla Jesu Cristo o Nuestra Señora, según lo que quiero contemplar. En la invisible, como es aquí de los pecados, la composición será ver con la vista imaginativa y considerar mi ánima ser encarcerada e este cuerpo corruptible y todo el compósito en este valle, como desterrado entre brutos animales; digo todo el compósito de ánima y cuerpo”. San Ignacio de Loyola, “Ejercicios espirituales” [47], en *Obras*, BAC., Madrid, 1997, pág. 236.

³⁷ *Entimema*, no tanto en el sentido de Aristóteles (*Retórica* 1391b8), de “silogismo verosímil”, como en el medieval de “silogismo incompleto, acortado”.

estructura argumental, podríamos resumir el mensaje en el siguiente esquema (que nos recuerda al argumento ontológico):

- (1) X lava más blanco.
- (2) X es un detergente para la ropa blanca
- (3) Un producto mejor es preferible a otros peores
- (4) El mejor detergente es el que lava más blanco
- ...
- (n) Luego [SI HA ENTENDIDO EL SIGNIFICADO DE LAS PREMISAS] compre el detergente X.

Un esquema que puede presentarse a través de la imagen de un ama de casa fregando en su cocina con cara de goces extremos.

Pero, entonces, es necesario que el dibujo, la imagen o la escena que acompañan el entimema se correspondan de manera natural con las premisas. Indudablemente, cualquier anuncio de detergente tendrá la misma recepción para ser comparado, pues todos dirán que es el de mayor calidad, etc. Mas, como el público receptor no puede realizar análisis químicos para determinar cuál es el mejor, la publicidad apela a otros tipos de dispositivos que sean más pregnantes que el de sus competidores, o simplemente para llamar la atención del público. Resaltará elementos morfológicos: texturas, olores y formas; elementos dinámicos: tiempos, tensión, ritmos...; elementos escalares: dimensión, formatos, proporciones...; elementos icónicos: imagen, plasticidad...; composición de la imagen: equilibrios, dimensión visual, etc.³⁸ Pero todo ello tiene que entrar en una estructura semántica que haga inteligible todos estos componentes.

¿Por qué? Porque el anuncio publicitario es una comunicación solicitante y aleatoria, que se dirige a un destinatario que no la ha requerido. La respuesta a la pregunta: ¿Qué hace tan universales a los anuncios?³⁹ no puede referirse a lo ideológico sin más (porque es la imagen la que arrastra al elemento ideológico) ni a la pregnancia

³⁸ Cf. J. Villafañe, *Introducción a la teoría de la imagen*, Pirámide, Madrid, 2006.

³⁹ Cf., por ejemplo, J-M. Adam y M. Bonhomme, *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y la persuasión*, Cátedra, Madrid, 2000, pág.31.

de la moda (es la imagen del anuncio, al contrario, el que crea con frecuencia la moda). Defenderé que ese elemento es la **estructura topológica de la percepción**. El anuncio articula los actos clásicos que produce la acción verbal: locucionario, ilocucionario y perlocucionario, pero enmarcados en un espacio que imagina el receptor o que le ofrece a priori el anunciante; el anuncio ha de tener sentido para poder ser juzgado como verdadero o falso.

Y esto con independencia del modelo de la comunicación: 1) De estructura unilateral: *lineal*, fundamentado en la psicología conductista con el objetivo de engendrar reflejos condicionados; *modular*, que combina el módulo cognitivo [Learn], el afectivo [Like] y el práctico [Do]; o *difractada*, de acuerdo a las funciones del lenguaje —referencial, emotiva, imperativa, táctica, metalingüística y estética— de R. Jakobson. 2) De estructura multilateral-interactiva, que ha de tener presente: a) el canal (prensa, radio...); b) el referente (producto); c) el destinatario, según: i) los sociogrupos: activistas, materialistas, rigoristas, desfasados, egocéntricos...; ii) subordinación de la publicidad a la ideología dominante...; iii) erotización del producto; iv) comprar una identidad más que un producto... En todo caso, hay que tener en cuenta: c1) la apariencia de proceso dialógico, por medio de actos de saludo, directivos o de consejo, interrogatorios, enigmáticos o de adivinanza, probatorios o lúdicos...; c2) las puestas en escena: punto de vista reactivo: en un contexto irenista o en otro agónico (antagónico, polémico), e incluso de contraargumentación reprochando la ignorancia del público...; c3) la comunicación diferida, en la que el destinatario se ve invitado a proseguir la interlocución..., c4) o invitado a completar el mensaje...; 3) Y, dando una vuelta de tuerca más, el destinatario se convierte en puro espectador. Con Baudrillard puede decirse que, efectivamente, la publicidad es reacia a la realidad y apunta al individuo en su sueño personal.⁴⁰

Ahora bien, ¿cómo pueden vincularse tantos elementos y tan dispares: la imagen, el producto y el destinatario? ¿Hay algún elemento común entre imagen y texto? ¿Podríamos inspirarnos en la imaginación trascendental kantiana que vincula intuiciones y conceptos?...

⁴⁰ J. Baudrillard, *Para una crítica de la economía política del signo*,

Recurriré al análisis que hace J. L. Molinuevo de un anuncio de güisqui que se presenta él mismo siendo *las lágrimas de los dioses* y que se dona como *regalo del cielo*. Tamaño prodigio, el origen (la encarnación divina) y la donación (humana) no tienen explicación. El mito, síntesis de imagen y texto, es la palabra creadora que narra el acontecimiento; no informa, sino anuncia: *Por algo inexplicable sólo aquí puede nacer el mejor whisky puro de Malta; quizá la enigmática respuesta se encuentra en la conjunción del agua, fuego y tiempo; aunque la verdad es que sólo los dioses saben por qué dejan caer aquí sus lágrimas*. Quien bebe de ese güisqui no se administra un lingotazo (una vulgaridad), sino que recibe un regalo de los dioses y entra en comunicación con ellos.⁴¹ El anuncio recurre a un paisaje, un monte escarpado... La cuestión es entonces: ¿Qué elementó vincula el texto: *las lágrimas de los dioses*, la imagen: *una botella color oro* con fondo montañoso, y la recepción del público: *Compro o pido en un bar el whisky que me pondrá en contacto con la divinidad*? Desde la Semántica Topológica propongo un modelo que por sus características, me parece, puede ser acogido por la Filosofía de la Naturaleza renovada.

LOS VERBOS DE LA SEMÁNTICA TOPOLÓGICA

Nuestro análisis se basa en la correspondencia entre la semántica de los verbos y las imágenes o escenas que la soportan. En otras ocasiones, y junto con A. J. López Cruces,⁴² he clasificado los verbos en dos grandes rúbricas:

A) Verbos *semiofísicos*, vinculados esencialmente a «comportamientos del mundo».

B) Verbos *no semiofísicos* (denominales, deadjetivales, etc). Si se encuentra la manera de espacializarlos en un sustrato, se pueden tratar como verbos del apartado A).⁴³

⁴¹ J.L. Molinuevo, *Humanismo y nuevas tecnologías*, Alianza, Madrid, pág. 156.

⁴² A quien doy las gracias una vez más por su trabajo no sólo de reflexión sobre la Semántica Topológica, sino por ese otro menos lucido de recopilación de ejemplos tanto literarios como publicitarios, y que me han sido imprescindibles para la construcción teórica de la Semántica Topológica.

⁴³ Los no semiofísicos los hemos dividido en: B1) Verbos modales, que se estabilizan por medio de estructuras puramente lingüísticas: *deber, poder...* B2) Verbos que se remiten a una interconexión de

Nos ceñiremos ahora a los verbos *semiofísicos*, que se subdividen en dos grandes grupos, que corresponden a estructuras de desigual complejidad: los verbos *cuspidos* y los verbos *umbílicos*, atendiendo a las singularidades topológicas sistematizadas por Thom. Los primeros se modelizan según una variable (x) y no procuran ningún problema a las clasificaciones tradicionales de los verbos en relación con los esquemas actanciales. Responden a acciones universales como la aparición o desaparición súbitas, el movimiento o la locomoción de los sujetos, el control de un agente sobre un objeto, la interacción entre dos agentes, etc. El hecho de que la clasificación verbal que nos sugiere la Semántica Topológica se ciña a unas pocas singularidades — independientemente de la necesidad de que su número haya de ser aumentado, como ha señalado Wildgen— creemos que ofrece la ventaja de evitar que el número de tipos de verbos crezca sin límite alguno, según los sucesivos criterios dispares que vayan siendo agregados por el investigador (clasificaciones hay que dan hasta medio centenar de clases de verbos, algo bien alejado de la economía clasificatoria que nos aporta la Topología).

Pero los verbos umbílicos, que se modelizan según dos variables (x , y), en condiciones de estabilidad muy complejas, corresponden a procesos y situaciones difíciles de significar de manera precisa. De ahí que dichos verbos requieran de muchos *precisadores* (preposiciones) para alcanzar un significado claro y nítido. Se trata de morfologías muy ricas —*arrancar, barajar, clavar, confundir, cortar, envolver, mezclar, penetrar, perforar, romper...*— y su espacio de configuración es tridimensional, lo que exige un tratamiento topológico muy complejo.

verbos más simples. Por ejemplo: *argumentar, negociar...* A los verbos de esta clase los llamaremos *socráticos*. B3) Verbos *metalingüísticos* o *cartesianos*. Son verbos como la mayoría de los utilizados por Descartes en la Segunda de sus *Meditaciones Metafísicas* al responderse a su pregunta sobre por qué el hombre es una cosa que piensa: “Es una cosa que *duda*, que *entiende*, que *afirma*, que *niega*, que *quiere*, que *no quiere*, que *imagina* también y que *siente...*”. *Dudar, entender, afirmar...* entendidos metalingüísticamente: “Pienso que he de ir a comprar el periódico”. El verbo semiofísico es “comprar el periódico”. Si se entiende el verbo *pensar* en su sentido semiofísico, es imposible reducirlo a *ser* (pienso, luego soy), como quería Descartes. *Pensar* es más bien un verbo de tipo *mariposa*, cuyos actantes son tres: “El que piensa”, “aquello que se piensa” y “el mediador que los vincula” (Por eso los fenomenólogos hablan de *acto intencional de la conciencia*). Cf. F.M. Pérez Herranz y A. J. López Cruces, “Sobre los verbos umbílicos de la semántica topológica”, en J.L. Cifuentes y C. Marimón (coords.), *Estudios de Lingüística: el verbo*, Universidad de Alicante, 2004, págs. 469-484.

Los verbos *umbílicos hiperbólicos* se asocian a situaciones de relajamiento, recubrimiento, defensa o protección... y tienen que ver con la supervivencia, con la necesidad del ser vivo de no convertirse en presa y rechazar la agresividad del medio. Se trata de verbos muy pregnantes de auto y heterodefensa, de auto y heteroprotección.⁴⁴

Los verbos *umbílicos elípticos* se asocian a situaciones agresivas: penetración, perforación... Tienen que ver con la otra cara de la supervivencia y que complementa los verbos hiperbólicos: el ataque a otro actante utilizando la mediación de un instrumento tanto natural (garras, picos...) como artificial (lanzas, flechas...).

Los verbos *umbílicos parabólicos* articulan, dentro de un continuo, el paso de los verbos umbílicos hiperbólicos a los verbos umbílicos elípticos y viceversa. Contienen las acciones o comportamientos de ambos tipos de verbos. Así, los verbos *barajar*, *confundir*, *mezclar*, *fundir* cosas diversas de manera que no puedan reconocerse o distinguirse, *perturbar*, *desordenar* (cosas o ánimos)...⁴⁵

Esta novedosa clasificación de los verbos hace que puedan ser utilizados en contextos específicos. Por ejemplo, el abogado defensor se habrá de especializar en argumentos de figuras argumentativas hiperbólicas para proteger y defender al acusado, mientras que el fiscal utilizará las figuras argumentativas elípticas para agredir y atacar al acusado. Aunque pueden utilizar por contraposición (en el discurso lineal, sintáctico)

⁴⁴ Los verbos hiperbólicos están vinculados por la idea general de protección y defensa, de no agresividad, que implican la idea de (re)cubrir, envolver, proteger o defender como: *anegar*, *abetunar*, *acoger/se*, *aconchar/se*, *acurrucar/se*, *agazaparse*, *albergar*, *alojar/se*, *apadrinar*, *asilar/se*, *amparar/se*, *amurallar/se*, *arropar/se*, *auxiliar/se*, *convoyar*, *ayudar/se*, *bañar/se*, *calafatear*, *cobijar/se*, *chromar*, *cubrir/se*, *defender/se*, *embalar*, *embozar/se*, *encerrar/se*, *enclaustrar/se*, *encogerse*, *encovarse*, *encubrir*, *englobar*, *enterrar/se*, *envolver/se*, *escoltar*, *escudar/se*, *forrar*, *fortificar/se*, *quarecerse*, *miniar*, *parapetarse*, *patrocinar*, *preservar/-se*, *proteger/se*, *recubrir/se*, *reforzar/se*, *resguardar/se*, *revestir/se*, *salvaguardar*, *socorrer*, *sumergir/-se*, *sumir/se*, *tutelar*, *vendar/se*...

⁴⁵ En el límite de las parabólicas se encuentran verbos como *identificar*, previo a la situación caótica, a la que se llega con la acumulación de atractores de modo que quedan incorporados unos en otros, hasta hacerse indistinguibles. Verbos de tipo parabólico serían: *arrancar*, *cavar*, *comparar*, *confundir*, *construir*, *cortar*, *decapitar*, *dividir*, *embarullar*, *engañar*, *enredar*, *entremezclar*, *escindir*, *estructurar*, *fraccionar*, *fundir*, *guillotinar*, *horadar*, *integrar*, *mezclar*, *ordenar*, *organizar*, *pulverizar*, *quebrar*, *quebrantar*, *revolver*, *romper*, *segar*, *subvertir*, *trastornar*, *trocear*, *turbar*.... Muchos de estos verbos incluyen el prefijo «des-»: *desbaratar*, *desbarajustar*, *desconcertar*, *descuartizar*, *desintegrar*, *desmembrar*, *desmenuzar*, *desordenar*, *desorejar*, *despedazar*, *desquiciar*, *destrozar*, *destruir*, *desvencijar*...

los verbos opuestos; así, el fiscal resaltará en su argumento lineal el momento elíptico (brutal, agresivo...), pero también el momento hiperbólico, de huida y escondite (que se podrá calificar de cobardía), etc.

La Semántica Topológica puede ayudarnos a comprender obras muy complejas como el *Leviatán* de Hobbes, que podría resumirse con el valor semántico de un verbo umbílico parabólico que comprende dos acciones asimismo complejas: la protección de los hombres y de las acciones agresivas al acaparar absolutamente la violencia: en el seno del Leviatán tendrá lugar todo el complejo de acciones, desde el amor hasta el comercio, etc. La argumentación del Leviatán de Hobbes sería una parabólica: el estado se especializa en toda acción elíptica para lograr un estado protegido, hiperbólico, esto es, la identificación de todas las figuras del estado, los individuos, con el estado mismo.

TOPOLOGÍA Y TOPOS

En los esquemas argumentales que tienen como referencia el silogismo, el científico tenía que ocuparse de aislar el término medio. Pero en la argumentación retórica, el centro de interés recaía en los *topoi*, o estereotipos conceptual-culturales, de orden lógico–discursivo, que permiten establecer un puente entre un dato y una conclusión.⁴⁶ ¿Cómo se pasa de una proposición a otra? Por ejemplo, de «Dulcinea tiene una piel suave» a «Me gusta Dulcinea»; el paso puede asegurarse mediante el *topos*: “Los hombres gustan de las mujeres que tienen la piel suave” (aunque siempre haya lugar para las refutaciones: *a menos que*, etc.). Pues bien, el *topos* que utilizaré aquí tiene que ver más que con los estereotipos culturales, con estructuras universales que pueden ser comprendidas por un público multicultural.

EJEMPLOS DE ARGUMENTACIÓN «PERCEPTIVA»

⁴⁶ La importancia de los *tópicos* ha sido señalada en el campo jurídico por T. Viehweg, *Tópica y jurisprudencia*, Taurus, Madrid 1986. Véase por ejemplo, M. Atienza, *Introducción al Derecho*, Barcanova, Barcelona 1985; J.A. García Amado, *Teorías de la tópica jurídica*, Civitas, Madrid, 1988; C. Perelman, *La lógica jurídica y la nueva retórica*, traducción de Luis Díez-Picazo, Civitas, Madrid 1988; S. Toulmin, *Los usos de la argumentación*, Península, Barcelona, 2007....

Voy a ejemplificar la argumentación perceptiva mediante una serie de anuncios de automóviles, que suelen ser, por una parte, muy complejos, pero que el anunciante ha de simplificar al máximo, por economía de medios y por estar dirigidos a un público lo más amplio y genérico posible.

En general, un anuncio lleva dos conjuntos de premisas: un conjunto lingüístico, que incluye un eslogan y una serie de descripciones técnicas del objeto; y otro perceptivo (*kathalepsis*, en el sentido estoico); a partir de ambos se deduce una conclusión, que siempre es del mismo tenor: «LUEGO utilice, disfrute..., esto es, compre el automóvil X».⁴⁷

I) Verbos cuspides

a) Verbo *pliegue*.

Anuncio de un Opel Antara.

1. Premisa lingüística: *Explora los límites de la ciudad.*
2. Otras premisas descriptivas: Ahorra impuesto de matriculación, equipamiento...
3. Premisa perceptiva: Un automóvil robusto, sin más.

Conclusión: Compre el Opel Antara.



⁴⁷ “Tal como sugiere esta publicidad, todo discurso está dirigido interlocutivamente hacia una respuesta (aquí, la de aceptar o no la compra de un coche)”, J-M. Adam y M. Bonhomme, *La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y la persuasión*, op. cit., pág.125.

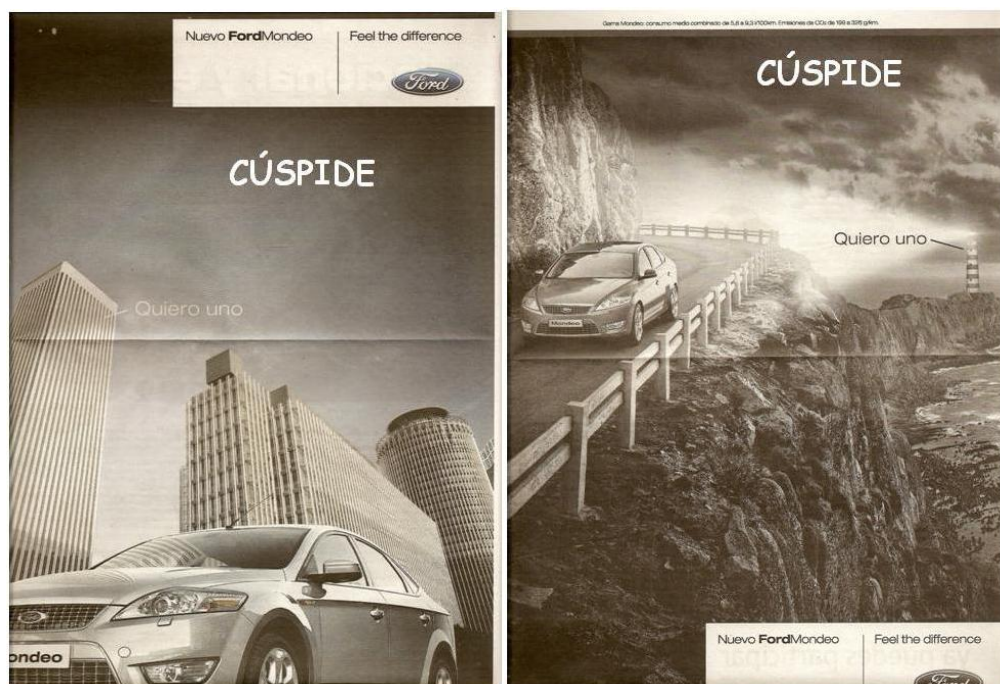
Es un anuncio de gran simplicidad conceptual, de estructura *pliegue*. (Parece que el regalo o el equipamiento son secundarios). Se identifican los límites de la ciudad y los del comprador; su complejidad vendría a ser una proyección de un verbo hiperbólico del tipo de la seguridad que ofrece la robustez del automóvil: defenderse de la agresión de los demás. Pero esta figura habría que imaginarla; el anuncio, aunque proyecte esta figura, manifiesta sólo la aparición / desaparición de la ciudad.

b) Verbo *cúspide*

El segundo anuncio de un Ford Mondeo (b1) es algo más complejo.

1. Premisa lingüística: *Quiero uno*.
2. Otras premisas descriptivas: Apelación al sentimiento: *Feel the difference*, en inglés; referencia al consumo.
3. Premisa perceptiva: Un automóvil con un «paisaje» de rascacielos contra el que se recorta en oblicuo el automóvil.

Conclusión: Compre el Ford Mondeo.



Tampoco aquí se menciona ninguno de los parámetros normalizados de los automóviles: ni la velocidad ni la seguridad; sólo interesa que el receptor se haga con uno por puro voluntarismo, capricho, ingenuidad... (que hace pasar desapercibido el bajo consumo, porque debilitaría la semántica más potente de hacerse con el automóvil

sin más). Corresponde la semántica a los verbos de tipo *cúspide*: atrapar, coger, agarrar, hacerse con... hasta identificarse con el automóvil, como el niño se identifica con su juguete. En este caso no observamos ni siquiera la proyección de un verbo de mayor complejidad. La identidad con el coche ya satisface el deseo de ser un hombre triunfador (parece dirigido más a los varones que a las mujeres), etc. El anuncio tiene variaciones. En la lámina *b2*, el *Quiero uno* sale de la torre de un faro y se dirige hacia el automóvil que marcha por una carretera peligrosa (Podría incluso entenderse como una proyección cúspide de una figura más compleja: la hiperbólica del verbo *iluminar* con el fin de *proteger*).

c) Otra variación de tipo semántico *cúspide*, pero con matices relevantes, es el anuncio del Volkswagen Polo.

1. Premisa lingüística: Es una interrogación: *¿Todavía no tienes un Polo?*
2. Premisas descriptivas: Bajo coste y equipamiento.
3. Premisa perceptiva. Se ve el automóvil por la parte de atrás en el momento de lanzarse hacia un objeto atractor: Es tan fácil tenerlo que si no lo coges ahora se te puede escapar.

Conclusión: Compre el Volkswagen Polo.

CÚSPIDE 100

¿Todavía no tienes un Polo?

* Cuesta creerlo. Porque ahora tener un Polo con el más completo equipamiento es más fácil que nunca. Sólo 1.385.000 pts/8.324 €* Y además de inmediato, ya, ahora mismo. Polo. ¿A qué esperas?

Equipamiento de serie del Polo 1.0 50 CV: Dirección asistida, airbags de gran tamaño para conductor y acompañante, inmovilizador electrónico, columna de dirección y asientos delanteros regulables en altura, cuatro apoyacabezas, cuadro de instrumentos iluminado en azul, anclajes isofix para dos asientos de niños, carrocería completamente galvanizada, parachoques y espejos retrovisores en color carrocería, preinstalación de audio con 4 altavoces.

Otras versiones: 1.4 60 CV, 1.4 75 CV, 1.4 75 CV aut., 1.4 100 CV, 1.6 GTI 16 V 125 CV, 1.9 SDI 64 CV y 1.4 TDI 75 CV.

*PVP recomendado en Península y Baleares (IVA, transporte, impuesto de matriculación, promoción y Plan Prever incluidos).

Polo

Red de Concesionarios Volkswagen

d) Otra variación de tipo semántico *cúspide* lo ofrece el Renault Opción.

1. Premisa lingüística: *Porque tú es que lo quieres todo.*

2. Premisas descriptivas: precio, garantía, equipamiento...
3. Premisa perceptiva: Pero ese todo se singulariza rápidamente; aparecen los dos atractores: el sujeto, el rostro de una persona corriente, trivial, con la sonrisa del listillo, del que cree sabérselas todas, del que no dejará escapar una buena oportunidad, y el automóvil, que es el «todo» de la premisa.

Conclusión, Compre el Renault.



e) Más interesante, desde el punto de vista semántico es este anuncio con estructura de verbo *mariposa*, como la que se encuentra tras la imagen de este anuncio del Peugeot 308.

1. Premisa lingüística: Hace referencia al aparcamiento mediante la inserción de un chiste: *Iniciativa aparca la crisis*.
2. Premisas descriptivas: precio, consumo...
3. Premisa perceptiva: Tampoco ahora la imagen nos remite ni al deseo de tener «todo» (*cúspide*), ni a la velocidad ni a la seguridad (*umbílicas*), sino a la estructura de un mediador o mensaje: entre el sujeto y el atractor se lanza el mediador que es el aparcamiento, que aprovecha para hacer un juego de palabras: «aparca el coche» = «aparca la crisis».

Conclusión: Compre el Peugeot 308.



1 Premisa lingüística: *Equipado para esquivar todo lo que la ciudad te lance*

- Conclusión: Compre un Nissan QASHQAI.



g) Otro verbo *umbílico hiperbólico*, lleno de interés, porque se fija en la parte más sensible de la familia, los niños, acompañados por el elefante, símbolo de la resistencia y seguridad, de su resistente cuerpo y su dura piel. Un símbolo que se refuerza por metonimia con los cinturones de seguridad bien visibles.

1. Premisa lingüística: *Disfruta del espacio.*
2. Premisas descriptivas: Refuerza el seguro a todo riesgo sin límites.
3. Premisa perceptiva: una niña durmiendo y un niño jugando a los lados de un elefante.

Conclusión: Compre el Renault Scenic.



h) Un verbo *elíptico*, que muestra la otra de las características propias del automóvil: la velocidad y su asociada la agresividad.

1. Premisa lingüística: *Existen muchas maneras de disfrutar del viento.*
2. Premisas descriptivas: elegante, potente...
3. Premisa perceptiva: Un automóvil descapotable saliendo del mar por delante de un yate. El texto hace referencia a la *America's Cup*, una carrera de veleros.

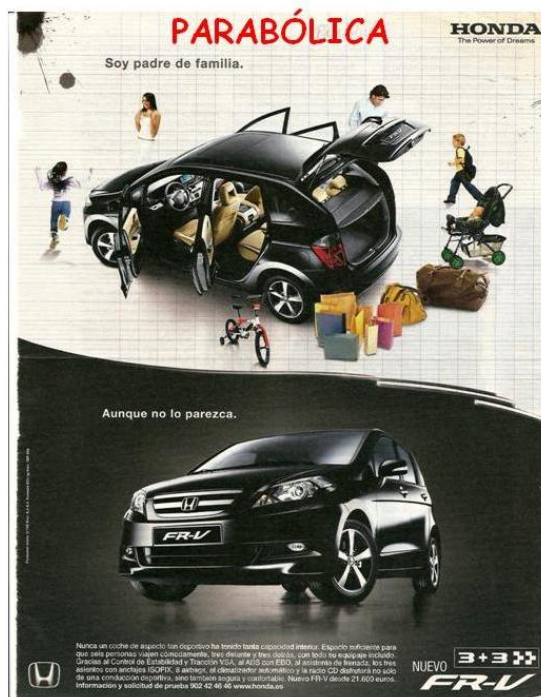
Conclusión: Compre un BMW Serie 3 Cabrio.



i) Los anuncios de automóviles pueden alcanzar la complejidad máxima cuando combinan seguridad y velocidad. Hay un anuncio especialmente relevante que necesita de dos viñetas que muestran el contraste de dos formas de vida, remite a estructuras psicológico-sociales muy complejas y supone un semantismo que corresponde a la *umbílica parabólica*:

1. Premisa lingüística: *Soy padre de familia* = seguridad.
2. Premisa lingüística: *Aunque no lo parezca* = velocidad, agresividad...
3. Premisas descriptivas: capacidad, equipamiento. Refuerza los eslóganes: *disfrutará no solo de una conducción deportiva, sino también segura y confortable.*
4. Premisa perceptiva: Arriba: Una imagen del automóvil abierto, con la familia estándar —los padres, un niño y una niña—, las maletas y los juguetes, que ofrece un habitáculo o contenedor acogedor y seguro. Abajo: Una imagen del automóvil cerrado, con las ventanas opacas, con colores metalizados y la rueda girada hacia la derecha en posición de arranque, connotando movimiento, dinamismo.

Conclusión: Compre UN Honda FR-V.



Hay muchas variaciones. Por ejemplo, j) el Peugeot 207CC hace un doble recorrido: De *capricho a necesidad* y de *necesidad a capricho*: una transformación del coche seguro en coche veloz y viceversa; k) o el Toyota RAV4 Cross Sport, que consigue en una frase toda la complejidad de una parabólica: “hemos conseguido domesticarlo”, en la que la agresividad queda metamorfoseada en seguridad, etc.



FINAL

Comentaba al inicio de esta conferencia que la Filosofía de la Naturaleza tendría que ser cuidadosa para evitar la especulación romántica, pero a la vez tenía que ser capaz de lanzar hipótesis atrevidas. Espero haber conseguido un punto intermedio entre ambas cosas.