



Argumentación y Filosofía de la Naturaleza.

La argumentación «perceptiva»

Fernando Miguel Pérez Herranz

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

RESUME: La Philosophie de la Nature oscille entre deux forces qui, fréquemment, la révoquent ou la discréditent: d'une part le *néopositivisme*, intransigeant avec les exposés ouverts de la philosophie traditionnelle qui essaie d'aller un plus loin des simples faits et rendre intelligible le monde que nous habitons; d'autre part le savoir spéculatif qui justifie des thèses onto-théologiques, même fantastiques, et qui manquent d'appui dans l'expérience humaine. La Philosophie de la Nature renouvelée (**PNr**) a d'après moi l'objectif de dépasser ces deux puissantes forces de pensée, et de suivre un chemin qui ne renonce ni à l'intelligibilité ni à la compréhension du sens du monde.

Ma proposition, dans ce contexte, est de continuer le plan de René Thom de remplacer la Logique classique (sans l'éliminer, comme le font les irrationalismes) par la Géométrie - Topologie (qui l'absorbe comme une de ses parties) ; et, dans ce travail spécifique, je veux le mener à bonne fin, sur un terrain où se croisent la Géométrie et la Logique : la théorie de l'inférence.

Je prends mon point de départ dans une réorganisation des catégories, depuis les pythagoriciens jusqu'à Aristote, depuis les stoïciens jusqu'à Kant, de Peirce à Thom: maintenant on a besoin d'un espace *n*- dimensionnel (dans le sens étudié par Riemann et Poincaré) et le traitement de projections et de coupures de cet espace suivant certaines ruptures ou singularités dues à l'accroissement ou décroissance de quelques paramètres : ceci constituerait le *morphologic turn*, selon le mot de Jean Petitot, et qui nous permettrait de sortir des apories et de l'insuffisance provoquées par le *linguistic turn*

J'envisage ici la possibilité de l'*argumentation perceptive*, qui combine des propriétés des théories *référencialistes* de l'argumentation (la Nouvelle Rhétorique de Ch. Perelman et Olbrechts-Tyteca ou la Pragma-Dialectique de Van Eemeren y Grootendorst) et des théories *non référencialistes* comme *L'Argumentation Dans la Langue* (ADL) de Oswald Ducrot et Jean Claude Anscombe. La structure de l'*argumentation perceptive* elle est basée sur une classification sémantique des verbes sémiophysiques (*cuspoïdes* et *umbiliques*) que j'ai développée ailleurs avec l'indispensable appui de A. J. López Cruces. J'illustrerai ceci avec des exemples tirés du contexte de la publicité constitué généralement de deux ensembles de prémisses: un ensemble linguistique qui comporte un slogan et une série des descriptions techniques de l'objet et un autre ensemble *perceptif* (*kathalepsis*, au sens stoïcien). De ces deux ensembles de prémisses on déduit une conclusion très semblable à celle-ci : « Par conséquent, achetez



(servez vous de, soyez content avec...) le produit X». Le monde de la publicité présente des caractéristiques intéressantes pour développer la théorie : d'une part, c'est un monde sérieux où il y a beaucoup d'argent en jeu dépendant du succès du produit; d'autre part, l'effort des publicistes vise à épargner le plus possible les mots ou les images pour entasser dans le très petit espace et dans le très petit laps de temps tout le sens prégnant dont a besoin la réponse positive d'un public divers. La variété d'exemples que je présente sur la publicité de l'industrie automobile justifie, je crois, la puissance de la Sémantique Topologique.