

El papel del auditorio en la invención (*inventio*) retórica

Luis Antonio Rivera Díaz
Teoría y Análisis

LA INVENCIÓN RETÓRICA Y LA NOCIÓN DE TÓPICO

La invención es, junto con la disposición, la elocución, la memoria y la acción, una de las operaciones de la retórica. Sin embargo, con relación al resto de las partes posee un estatuto diferente, ya que, como es posible afirmar, la invención es la condición necesaria para que se desarrollen el resto de las operaciones. En efecto, como su fin es hallar en los tópicos los argumentos necesarios para la persuasión, sin la invención no se contaría con los argumentos, los cuales son la materia prima que requieren el resto de las partes u operaciones retóricas. Es una operación esencialmente creativa ya que, antes de ella, el orador no sabe qué decir y es precisamente en la *inventio* donde se gesta la médula del discurso retórico. El estudio de esta operación nos enseña que los argumentos no nacen de la nada sino, precisamente, de los tópicos. En las siguientes líneas presentaremos un recorrido sobre esta última noción (véase figura 1).

El concepto de tópico es ambiguo a lo largo de la historia de la retórica. Empecemos a abordarlo a partir del análisis que aparece en el erudito diccionario de Helena Beristáin. Si uno busca en esta obra el concepto *inventio*, leerá lo siguiente: “La *inventio* no pertenece pues a la creación sino a la preparación del proceso discursivo, pues

consiste en localizar en los compartimientos de la memoria (*loci*) los temas, asuntos, pensamientos, nociones generales allí clasificados y almacenados”.¹ Si a partir de esta definición uno acude, en el mismo diccionario, a buscar los términos asociados a memoria y *loci* podrá constatar la riqueza de sentido del concepto tópico. Así pues, se afirma que los *loci* son áreas mentales y que se relacionan con tres conceptos de este campo semántico, a saber tónica, tópicos y lugares comunes. Esto es, dichos conceptos, junto con el de *loci*, no son usados por Beristáin como sinónimos sino como términos que señalan sutiles diferencias de sentido, de tal suerte que, como dijimos líneas arriba, los *loci* son áreas mentales que sirven de almacén a los argumentos que luego se hallarán en la *inventio*, y pueden ser recordados precisamente porque están clasificados por áreas mentales diferenciadas; pero también, se relacionan con la *tópica*. Éste es un método para hallar los argumentos de los *loci* basado en la formulación de preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿por qué?, ¿en ayuda de quiénes?, etcétera.

¹ Helena Beristáin, *Diccionario de retórica y poética*, Octava edición, Porrúa, México, 1998, p. 273.

palabras clave

Inventio
Tópicos
Tópica histórica
Dialéctica
Retórica
Auditorio

Resumen

De acuerdo con la tradición retórica greco-latina, la *inventio* es la primera operación para la construcción del discurso y consiste en ir a los *loci*, tópicos o lugares comunes para encontrar los argumentos pertinentes a cada situación retórica, que luego serán ordenados en la *dispositio* y expresados en la *elocutio*. El presente artículo tiene como fin explorar la relación entre la *inventio* y el auditorio a través de problematizar la noción de tópico para finalmente trasladar esta discusión al campo del diseño y sus usuarios.

In accordance with the Greco-Latin rhetoric tradition, the inventio is the first operation to build discourses and it consists in finding suitable arguments for each rhetoric situation, which will then be arranged in the dispositio and expressed in the elocutio. This article has the purpose of exploring the relationship between the inventio and the audience by means of analyzing the problems of the topic notion to finally transport this discussion to the field of design and its users.

abstract

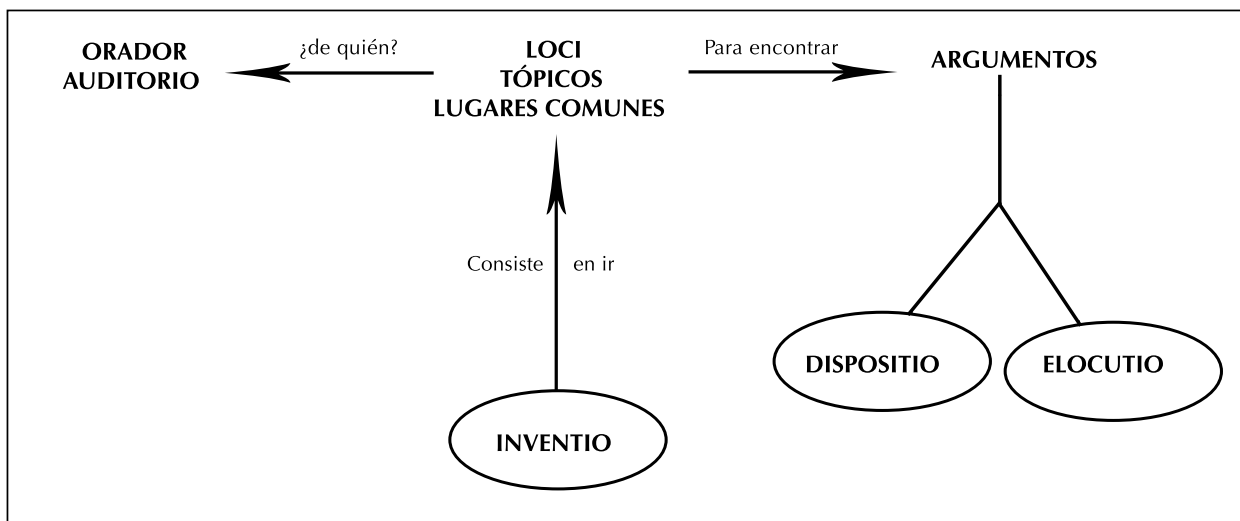


FIGURA 1

La relación entre estos dos conceptos se establece debido a que las respuestas a las preguntas formuladas se realizan gracias a lo almacenado en las áreas mentales. Los *loci* también se relacionan con los *tópicos*, los cuales son redes de *loci* que funcionan como una malla en la que cada recuadro, al relacionarse con el tema del discurso, sugiere ideas que podrán luego ayudar al desarrollo de la argumentación. Siguiendo con esta paráfrasis, encontramos en Beristáin otra expresión o concepto diferenciado, el de *lugar*

común, el cual se refiere a los *loci* como almacén de temas estereotípicos que son susceptibles de ser tratados nuevamente.

Como puede constatarse en el párrafo anterior, el concepto de tópico es de una gran riqueza. Esquemáticamente podemos decir que es una noción que simultáneamente alude a contenidos mentales y a esquemas de pensamiento. Pero, además, tiene el significado de un método para el hallazgo de los argumentos, siendo éstos resultado de una combinación entre los contenidos

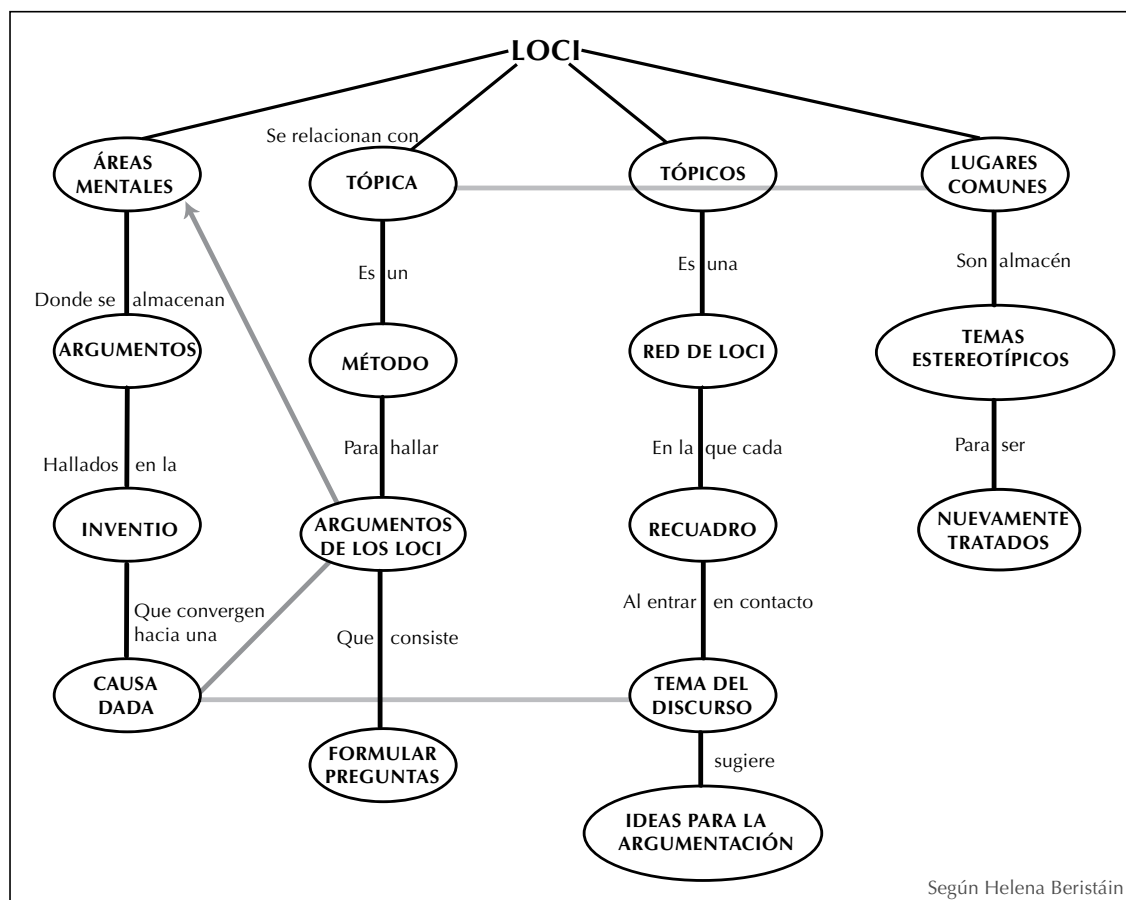


FIGURA 2

y los esquemas. Aunando a lo anterior, llama la atención que los contenidos almacenados no son de cualquier clase, sino comunes o estereotipados (véase figura 2).

A lo largo de la historia, los distintos autores de retórica han destacado o profundizado más en alguna de las dimensiones del concepto. Por ejemplo, la erudita obra de Curtius² es un bello ejemplo de cómo funcionan los tópicos como lugares comunes o estereotipos en la literatura y de cómo cooperan en la construcción de ciertas cosmovisiones comunitarias. Curtius propone en esta obra pensar la historia de Europa desde la perspectiva de la tópica y no a partir de los diversos países y Estados. Para este autor, la cultura occidental europea sería producto de los tópicos compartidos. De hecho postula los conceptos de tópica histórica y de metafórica histórica.

² Ernst Robert Curtius, *Literatura europea y Edad Media latina*, (tercera reimpression), México, FCE, 1955.

Veamos cómo define Curtius la tópica: “En el antiguo sistema didáctico de la retórica, la tópica hacía las veces de un almacén de provisiones; en ella se podían encontrar las ideas más generales, a propósito para citarse en todos los discursos y en todos los escritos”³ (véase figura 3). Esto es, aparece en la definición la idea de almacén y la de estereotipo. Dentro de la tópica histórica, Curtius menciona la tópica de la consolación, la de la falsa modestia, la del exordio, la de la conclusión, la de la invocación de la naturaleza, la del mundo al revés, la del niño y el anciano y la de la anciana y la moza; dentro de la tópica metafórica, incluye las metáforas náuticas, las metáforas de persona, las metáforas de alimento, metáforas del cuerpo, etcétera.

Por ejemplo, una de las tópicos históricas es la tópica del mundo al revés, de origen antiguo pero que subsiste hasta nuestros tiempos: “El motivo parece encontrarse por primera vez en Arquíloco: el eclipse solar del 6 de abril de 648 le hace

³ *Ibid*, p. 122.

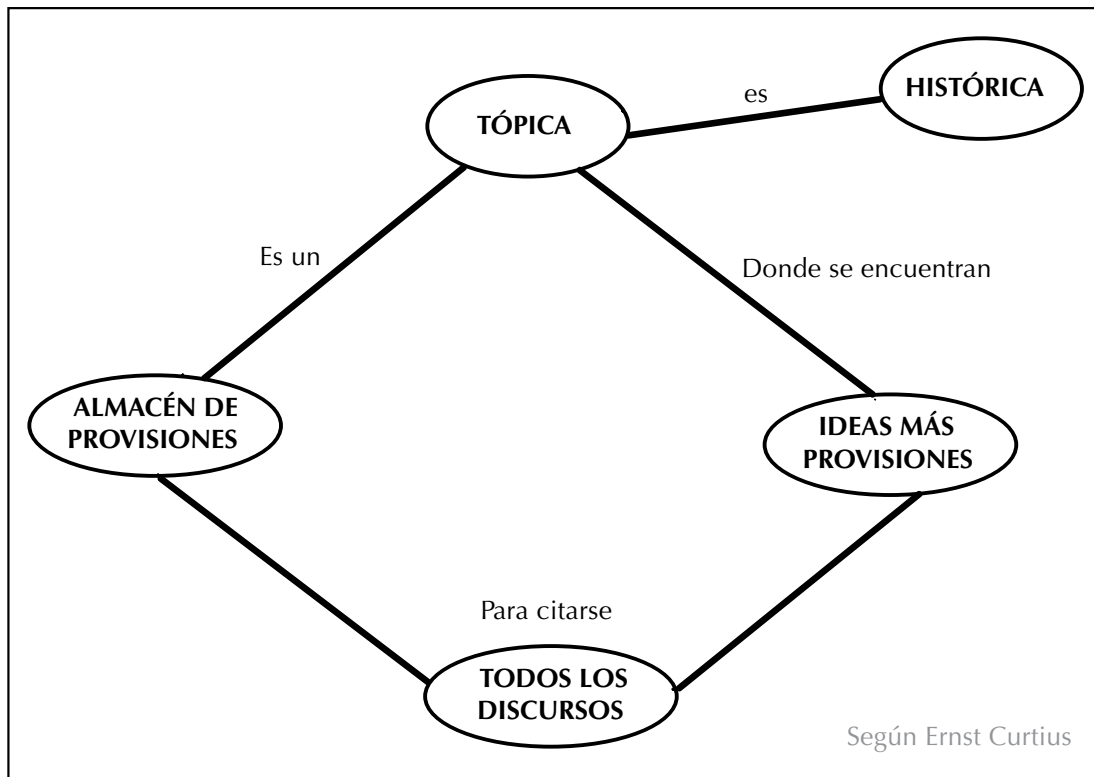


FIGURA 3

pensar que de ahora en adelante nada será igual, puesto que Zeus ha oscurecido el sol. Nadie se asombra, dice, si los animales del campo cambian su alimento por el de los delfines".⁴ Ciertos versos de *Carmina Burana* son construidos a partir del mismo tópico. El poema se queja de los tiempos presentes, en los cuales, los jóvenes no quieren estudiar:

Antaño estudio cálido
 Es hoy fastidio gélido;
 perdió el saber su aureola
 y todo es chanza frívola.
 Los niños y los párvulos
 son de la astucia oráculos;
 desdeñan los incómodos
 de los severos métodos.
 Ya no hay aquél escrúpulo
 que hacía que un discípulo
 siguiera, ya decrepito,
 de los estudios súbdito.
 De diez años, los pícaros,
 más libres que unos pájaros,
 se juzgan catedráticos.⁵

La misma tópica aparece en este soneto de Shakespeare, del cual presentamos un extracto:

Cansado de todo esto por la reposante muerte clamo,
 Cómo ver el mérito nacer mendigo,
 y la escuálida nulidad alegremente adornada,
 y la Fe más pura miserablemente traicionada,
 y el dorado honor innoblemente atribuido,
 y la casta virtud brutalmente prostituida,
 y la recta perfección inicualemente afrentada,
 y la fuerza mutilada por el poder corrompido,
 y el arte amordazado por la autoridad,
 y la locura con aire doctoral, oprimir al talento,
 y la sencilla lealtad mal llamada simpleza,
 y el esclavo bien servir al capitán mal:
 cansado de todo esto quisiera yo estar lejos,
 salvo que, al morir, deo solo a mi amor.

⁴ *Ibid*, p. 144.

⁵ *Idem*.

Esta misma tópica es utilizada por Luis Buñuel en *El Fantasma de la libertad*, donde pueden apreciarse monjes que juegan poker y fuman abundantemente; o una niña que está perdida, pero presente a los ojos de sus padres quienes continúan buscándola; o la célebre escena donde cagar es lo público y comer es lo privado.

Curtius también propone una metafórica histórica que ha sido usada a lo largo de los siglos como tópico. Un ejemplo son las metáforas náuticas que los poetas romanos utilizaban para comparar la poesía con un viaje marítimo: “hacer poesía es desplegar las velas” dirá Virgilio; otro latino, Febo, le advierte a Horacio que dado que “el poeta épico navega en un gran navío por el ancho mar; el lírico en una barquichuela y por el río, se cuida de cantar hazañas épicas en una embarcación pequeña”.⁶ Resulta esclarecedor para el argumento de Curtius que esta metáfora es utilizada en el siglo XIX por Arthur Rimbaud en su célebre *Barco ebrio*.

Y desde entonces, me he bañado en el Poema de la Mar, infundido de astros y lactescente, devorando los azules verdes, donde, flotación lívida y extática, un pensativo ahogado desciende a veces;

donde, tiñendo de golpe las azulaciones, ¡delirios y ritmos lentos bajo los destellos del día, más vastos que nuestras liras y fuertes que el alcohol, fermentan los sonrojos amargos del amor!

El viaje-poesía continúa por varios versos para iniciar su cierre de la siguiente manera:

pero, cierto ¡lloré demasiado! Las albas son desoladoras, todos los soles son amargos y atroces todas las lunas: el acre amor me colmó de embriagantes modorras. ¡Oh, que estalle mi quilla! ¡Ah, que me hunda en el mar!

⁶ *Ibid*, p. 189.

si deseo un agua de Europa, es sólo el charco frío y negro en el que, hacia el crepúsculo balsámico, un niño en cuclillas, lleno de tristeza, deja ir un barco tan frágil como una mariposa de mayo.⁷

Como puede verse, la misma tópica es utilizada con fines diferentes, desde predecir lo que sucederá después del eclipse, hasta burlarse de la rigidez de la dictadura franquista (véase figura 4).

Pero, como vimos al principio de este artículo, la tópica también ha sido conceptualizada como un método para hallar argumentos. Por ejemplo, en Boecio⁸ los tópicos servían para responder preguntas sobre los atributos y circunstancias de las personas y sus acciones. Sobre la persona, esto es, ¿quién? Se buscaba el nombre, su naturaleza, modo de vida, fortuna, estudios, suerte, sentimiento, disposición, propósito, hechos, palabras; sobre las acciones, el ¿qué? y el ¿cuándo?, es decir, la consumación del hecho, lo de antes del hecho, durante y después de éste, el tiempo y la oportunidad (véase figura 5).

En Aristóteles, concretamente en su obra, tópicos, son

esquemas proposicionales [...] que permiten, rellenándolos con los términos de la proposición debatida, obtener una proposición [...]. El uso de la palabra “lugar” tendría aquí la función de señalar el carácter vacío, esquemático, de este enunciado matriz. Y ahí, precisamente, en ese carácter vacío, radica el aspecto lógico formal que cobra por primera vez la dialéctica de la mano de Aristóteles.⁹

⁷ Arthur Rimbaud, *El barco ebrio*, El Áncora, Bogotá, 2000.

⁸ Mauricio Beuchot, *La retórica como pragmática y hermenéutica*, Anthropos, Barcelona, 1998.

⁹ Miguel Candel Sanmartín, “Introducción a los tópicos y refutaciones”, en Aristóteles, *Tratados de lógica*, Gredos, Madrid, 1982, p. 85.

TÓPICA DEL MUNDO AL REVÉS

TÓPICA DEL MUNDO AL REVÉS

VERSOS EN
CARMINA BURANA

“Antaño estudio cálido
Es hoy fastidio gélido;
Perdió el saber su aureola
Y todo es chanza frívola”

“De diez años, los pícaros
Más libres que unos pájaros
Se juzgan catedráticos...”

SONETO
SHAKESPEARE

“...y la casta virtud
brutalmente prostituida”

“...y el arte amordazado
por la autoridad”

“... Y la locura con aire
doctoral oprimir al talento”

LUIS BUÑUEL
EL FANTASMA DE LA LIBERTAD

Cagar es
público,

Comer es
privado.

FIGURA 4

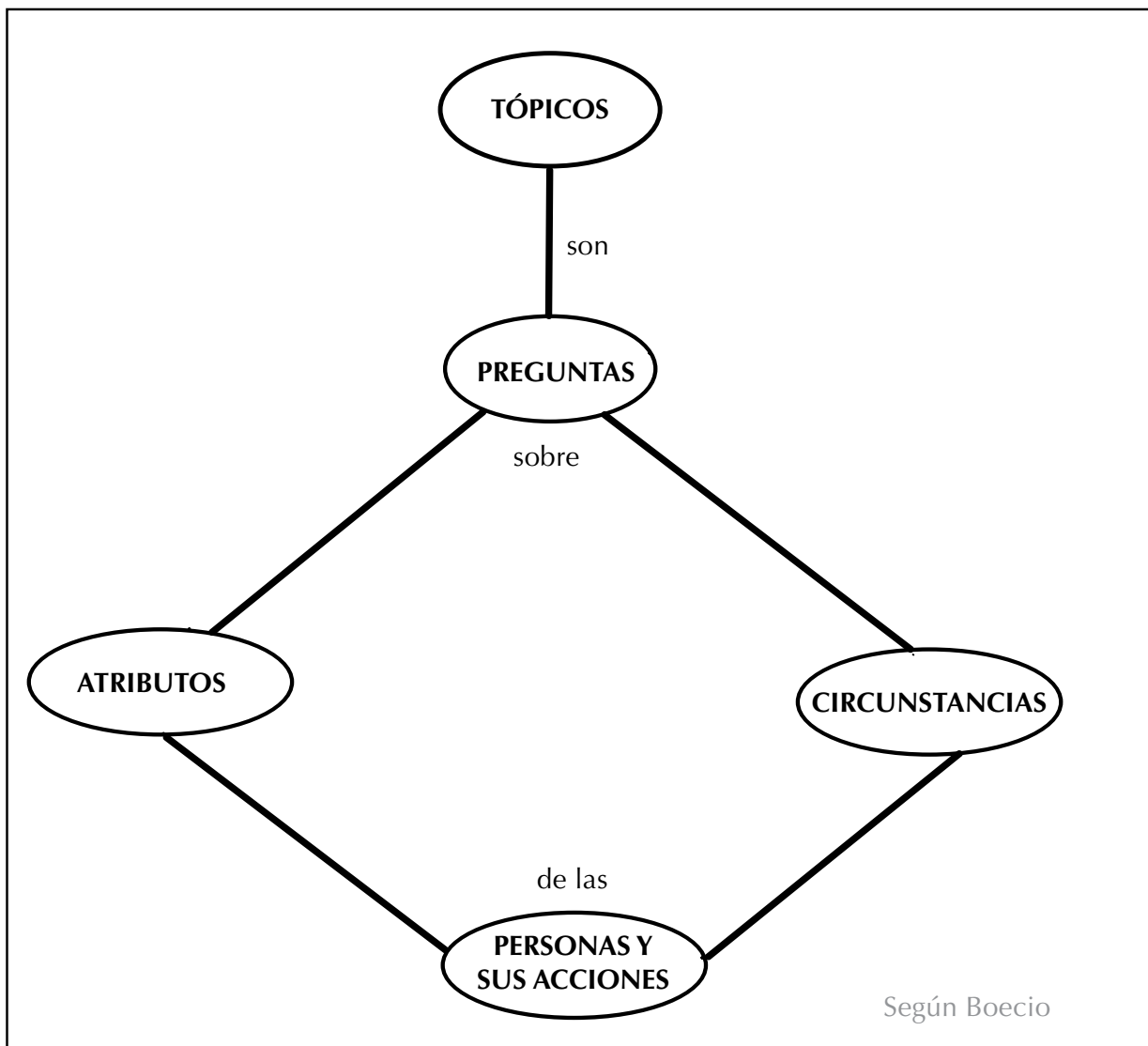


FIGURA 5

En el siglo xx, Perelman hace un planteamiento similar al de los tópicos aristotélicos y presenta, en su *Tratado de la argumentación*, toda una clasificación de esquemas lógicos a los que él llama técnicas argumentativas y que agrupa en tres grandes grupos: cuasilógicas, basadas en la estructura de lo real, y las del caso particular y la analogía. Su fin es crear enlaces y disociaciones. Dichas técnicas permiten enriquecer el pensamiento sobre una cuestión; nosotros las hemos utilizado con alumnos de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica como un método para inventar distintos argumentos orientados al mismo fin persuasivo. Por ejemplo, si queremos encontrar argumentos para que los niños con discapacidad sean admitidos en las escuelas regulares, recorreremos las diversas técnicas de la taxonomía de Perelman, desde aquéllas que tienen que ver con mostrar contradicciones e incompatibilidades, hasta aquéllas que se basan en la analogía proporcional de cuatro términos.¹⁰

Consideremos aquí también la noción de tópico como lugar común, como las opiniones compartidas por los miembros de una comunidad. En el *blog Tópica y diseño*, de Mariana Ozuna,¹¹ puede leerse que los “tópicos también se conocen como ‘lugares comunes’. Para esta autora, repetir definiciones y ligarnos a esas definiciones como verdaderas, ciertas o mejores, es parte del proceso de la tradición”. Por ejemplo, decir que el “amor lo mueve todo”, que es un tópico que proviene del siglo xviii, organiza la comunicación publicitaria de la marca de refresco Sprite.

Autores como Lakoff y Johnson han ido a fondo en esta noción de lugar común y sostienen que las opiniones compartidas se arraigan en nuestra mente en forma de conceptos metafóricos

estructurales y éstos van a determinar la manera en como pensamos y actuamos. Por ejemplo, expresiones como “gasté mi tiempo”, “voy a invertir tiempo”, “¿me puedes dar un minuto de tu tiempo?” son derivadas de una metáfora estructural según la cual “el tiempo es dinero”. Otro caso sería el del concepto metafórico según el cual “una discusión es una guerra” y, por lo tanto, “esgrimimos argumentos” y “ganamos discusiones”. El primer ejemplo revela la esencia del sistema de valores de la sociedad industrial en la cual el trabajo tiene sentido sólo si produce dinero, por ende, aquella actividad que no lo produce no es trabajo sino ocio. Por otra parte, quien vive las discusiones como lo ordena la metáfora del segundo ejemplo, no podrá aprender del otro porque su fin será destruir sus argumentos. Aquí consideramos pertinente mencionar una idea que ha estado latente a lo largo de los párrafos anteriores: los lugares comunes son culturales, no verdades universales y, por lo tanto, pueden modificarse. Así, podríamos pensar las discusiones como un baile y entonces inferir que nuestro comportamiento en toda discusión debe basarse en la cooperación. De lo anterior se deduce que, según autores como Lakoff y Johnson, los tópicos son entidades mentales de tipo metafórico que influyen en nuestra conducta y ésta sólo puede ser modificada si a la vez son modificados los tópicos. Por ejemplo, hace unos años realizamos un estudio diagnóstico sobre cómo se autoconceptualizaban los maestros de la escuela de diseño de la Universidad Intercontinental. Para tal efecto los entrevistamos y analizamos sus producciones lingüísticas desde la perspectiva de Lakoff y Johnson. Encontramos

¹⁰ Antonio Rivera, *El taller de diseño como espacio para la discusión argumentativa*, U. de Guadalajara, UA León y U. Intercontinental, Guadalajara, 2004.

¹¹ Véase: <http://topicaydiseno.blogspot.com>. Subido en septiembre del 2007.

a un auditorio, lo cual es el fin de la retórica, implica cambiar la tópica de dicho auditorio. A este aspecto nos enfocaremos en el siguiente apartado.

**LA DIALÉCTICA ES ARISTÓCRATA,
LA RETÓRICA ES DEMOCRÁTICA:**

La *inventio*, el auditorio y los tópicos

que una metáfora que prevalece es aquélla que ve el conocimiento como una sustancia u objeto que se entrega o muestra a los alumnos. Esta metáfora era un obstáculo para desarrollar el proyecto educativo de una escuela que declaraba tener un concepto de aprendizaje basado en la psicología constructivista. De acuerdo con la metáfora utilizada y vivida por esos profesores, el conocimiento es algo que se da; de acuerdo con la metáfora de esa corriente de la psicología; el conocimiento es algo que construye el alumno. Pensar el papel del profesor a partir de la primera metáfora provocará acciones muy diferentes a las que realizaría otro profesor que se concibe de acuerdo con la metáfora del constructivismo.

Todo lo dicho hasta aquí nos lleva a las siguientes conclusiones:

- El concepto de tópico posee una gran riqueza producto de su complejidad. Entenderlo a cabalidad implica saber cómo es que se organiza dicha complejidad.
- El tópico puede ser concebido como el lugar de la mente de un sujeto donde se almacenan sus creencias con respecto a un tema o cuestión; puede ser pensado como un método de razonamiento para la producción de argumentos; o bien, puede ser visto como un conjunto de esquemas lógicos en espera de ser llenados por términos que provienen de la ideología de una persona o una comunidad. La noción de tópico alude también a las opiniones estereotipadas o, siguiendo a Jung, arquetipos mentales.
- Los tópicos, en tanto contenidos mentales, determinan la forma de pensar y de actuar de las personas en el mundo. Por lo tanto, persuadir

Para Alfonso Reyes, la retórica es la antístrofa de la dialéctica: “Ambas son métodos expresivos; ambas pueden aplicarse a todos los asuntos, pero con una intención diversa. Una es la hermana aristócrata, destinada a los motivos racionales; otra es la hermana democrática, destinada a todos los motivos humanos”.¹² La retórica, pues, se dirige a un ser humano integral, a su razón y a sus afectos; se dirige a cualquier tipo de persona, a cualquier clase de racionalidad y, para lograr su fin persuasivo, el discurso retórico debe ser moldeado por el auditorio y esto implica, para quien desea persuadir, que debe iniciar su proceso de *inventio* con una atenta escucha, lo que nos hace recordar una máxima de la argumentación, “quien desee argumentar debe aprender a callarse”.

Murphy, por su parte y siguiendo a Boecio, afirma que “la retórica y la dialéctica son al mismo tiempo similares y desemejantes. La principal diferencia, según Boecio, consiste en que la dialéctica trata de *thesis* (‘cuestión sin circunstancias’) mientras que la retórica se ocupa de *hypothesis* (‘cuestión inspirada en muchas circunstancias’)”.¹³

Y, precisamente, uno de los elementos circunstanciales es el auditorio. En efecto, y siguiendo a Tomás Albaladejo,¹⁴ el texto retórico, digamos un cartel, un libro, un sitio web, pertenece al hecho

¹² Alfonso Reyes, “La antigua retórica”, en *Obras completas*, tomo XIII, FCE, México, 1961, p. 375.

¹³ James Murphy, *La retórica en la edad media*, México, FCE, 1986, p. 81.

¹⁴ Tomás Albaladejo, *Retórica*, Síntesis, Madrid.

retórico el cual incluye, además del texto, al orador, al contexto histórico-social y al auditorio.

El auditorio es un concepto central para la retórica, siendo Aristóteles el primero que resaltó su relevancia al afirmar que todo discurso debe moldearse con base en cada auditorio, y al clasificar los tres tipos de discurso con base en tres distintos auditorios. Para efectos de este artículo nosotros seguiremos de cerca el concepto de Perelman. Este autor define dos clases de auditorios, el universal y el particular. El primero lo conforman todos los seres que posean uso de razón, mientras que el segundo lo componen aquellos seres que, en tanto miembros del auditorio universal, poseen uso de razón, pero que tienen creencias específicas con respecto a aquello sobre lo que quiere persuadirseles. Dichas creencias cambian de un auditorio particular a otro. Como es miembro del auditorio universal, un sujeto tendrá la disposición de razonar sobre las argumentaciones que se le presenten; pero, en tanto miembro de un auditorio particular, sus razones provendrán de su particular sistema de creencias. Luego, todo sujeto es miembro del auditorio universal, pero, a la vez, pertenece a uno particular. Como para Perelman, el fin de la argumentación no es la demostración, sino lograr la adhesión del auditorio a las tesis presentadas por el orador: éste debe iniciar su argumentación basándose en las creencias del auditorio. A éstas Perelman las denomina acuerdos previos.

Antes de presentar esta noción, esencial para nuestro artículo, consideramos necesario hacer un breve recorrido por los conceptos de argumento lógico y argumento retórico. En términos generales, un argumento es una expresión que contiene al menos una premisa y una conclusión que se infiere de la premisa. En el caso del argumento lógico o silogismo, éste se compone de una premisa mayor, una premisa menor y una conclusión. En el ejemplo clásico, la premisa mayor, "Todos los hombres son mortales", es

seguida de la premisa menor, "Sócrates es hombre" y de ambas se infiere necesariamente que "Todos los hombres son mortales"; por otra parte, en el argumento retórico o entimema una de las premisas o la propia conclusión, se suprime. Esto es, el entimema es un silogismo incompleto. ¿Cuál es su utilidad? Según Aristóteles es doble, por un lado le da fluidez al discurso pero también, y este es el aspecto que más nos interesa en este artículo, provoca el interés del auditorio, ya que se ve obligado a aportar la proposición faltante, es decir, el auditorio debe cooperar al cierre del argumento.

Así, si el médico nos receta, "como tu hijo tiene una infección respiratoria", premisa "inyéctale penicilina", conclusión, y procedemos a inyectarle dicha sustancia, podemos afirmar que hemos resultado persuadidos. Pues bien, la noción de entimema implica que esa persuasión fue posible porque en nuestro sistema de creencias existe una premisa, tópico "la penicilina cura infecciones respiratorias", que es condición necesaria para que aceptemos el argumento del médico. Podríamos, por el contrario, no ser persuadidos por dos causas. La primera se infiere de lo antes dicho, no poseemos la premisa que completa el argumento; la segunda causa es que poseemos otras premisas que refutan el argumento, por ejemplo, "mi hijo es alérgico a la penicilina".

Lo que hemos querido mostrar es que el papel cognitivo del auditorio es esencial para que la retórica cumpla con sus fines persuasivos, lo cual nos lleva a plantear la siguiente cuestión: si la *inventio* es la operación retórica que consiste en ir a los tópicos para hallar los argumentos

pertinentes, ¿a qué tópicos debemos acudir, a los propios o a los del auditorio? Consideramos a Perelman,¹⁵ quien propone una respuesta a esta pregunta. Veamos.

Para este autor la distinción entre los fines de la demostración y de la argumentación es esencial. La primera tiene como fin llegar a la verdad, mientras que la segunda pretende lograr la adhesión del auditorio a las tesis presentadas por el orador. Por lo tanto, la argumentación es el instrumento de la retórica, ya que ésta busca la persuasión de auditorios particulares. Es decir, en este punto, como en muchos otros de su obra, Perelman sigue los planteamientos de Aristóteles. Para ambos, el conocimiento del auditorio es necesario para el desarrollo de argumentaciones eficaces. Con base en lo anterior, hagamos ahora una pregunta técnica: ¿cómo debe construirse un argumento?

Perelman será tajante en su respuesta: a partir de los acuerdos previos. ¿Qué es un acuerdo previo? Es una premisa compartida por el auditorio y el orador que permite desarrollar la argumentación aumentando la posibilidad de que ésta cumpla su fin. Dejemos que sea el propio Perelman quien dé la explicación técnica al contestarse la pregunta sobre en qué consiste la adaptación del orador a su auditorio:

Esencialmente en que el orador no puede escoger como punto de partida de su razonamiento sino tesis admitidas por aquellos a quienes se dirige. En efecto, el fin de la argumentación no es como el de la demostración, probar la verdad de la conclusión partiendo de la verdad de las premisas, sino transferir a las conclusiones la adhesión concedida (previamente por el auditorio) a las premisas.¹⁶

Regresemos a nuestro ejemplo médico. El argumento explícito es:

Tu hijo tiene una infección respiratoria, por lo tanto, inyéctale penicilina. Pero la aceptación de esta conclusión no depende sólo de la premisa explícita, sino también de “la adhesión concedida” previamente por el auditorio a la premisa “la penicilina cura las infecciones respiratorias”. Esta última premisa es implícita porque es compartida por el orador y el auditorio y a eso le llama Perelman acuerdo previo. Nosotros consideramos correcto afirmar que el acuerdo previo funciona como el tópico. Luego, la realización de la *inventio* tiene como condición necesaria el conocimiento de los acuerdos previos del auditorio. Precisando, el orador debe conocer las premisas que comparte con el auditorio en torno a la cuestión.

Antes de continuar, una pequeña digresión. De acuerdo con lo anterior uno tiende a preguntarse, ¿conocer los acuerdos previos del auditorio y realizar una argumentación derivada de éstos es garantía de éxito para la acción persuasiva? Definitivamente no. La retórica es una apuesta.¹⁷ Lo anterior tiene explicación técnica. Ya anticipamos parte de la explicación cuando dijimos que el auditorio puede también construir refutacio-

¹⁵ Sugerimos consultar dos obras de este autor: *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos, 1994 y *El imperio retórico*, Bogotá, Norma, 1997.

¹⁶ Chaim Perelman, *El imperio retórico*, p. 43.

¹⁷ Tomo la expresión del doctor Román Esqueda, conductor del seminario de Retórica y Diseño llevado a cabo en la UAM Xochimilco durante 2007.

nes; en nuestro ejemplo, aceptar que la penicilina cura infecciones respiratorias no garantiza que la madre del hijo enfermo le inyecte esa sustancia porque puede refutar que su hijo es alérgico. Esto es, como bien lo presenta Toulmin,¹⁸ todo argumento incluye su refutación. Otra razón tiene que ver con los criterios de evaluación de todo argumento. Éste es correcto si las premisas son fiables y la inferencia es válida, lo cual quiere decir que si alguien acepta la verdad de las premisas, no necesariamente implica que acepte la validez de la inferencia. Un ejemplo trillado pero en este momento útil: aceptar la premisa “en la televisión hay un exceso de programas de contenidos violentos” no implica que se acepte la inferencia que lleve a la conclusión “por lo tanto, por eso hay violencia en las calles”. Por último, todo éxito argumentativo es incierto porque la mente es un espacio complejo donde coexisten premisas que pueden conducirnos a conclusiones diversas e incluso contradictorias sobre una misma cuestión. Hagamos la misma pregunta que Perelman realiza en su *Tratado de la argumentación*: ¿por qué un oncólogo experto en cáncer pulmonar fuma? Es decir, posee premisas basadas en evidencia empírica de que existe una alta probabilidad de que adquiera cáncer pulmonar, sin embargo, puede poseer también premisas que lo persuadan de fumar; por ejemplo, el cigarro le ayuda a disminuir el alto estado de estrés al que está sometido diariamente. Al menos por estas tres razones, en la retórica nunca hay certidumbres absolutas de éxito. Fin de la digresión.

La noción de acuerdo previo es equiparable a la que ve a los *loci* como lugares comunes, los cuales definimos al principio de este artículo como almacén de temas susceptibles para ser nuevamente tratados. Perelman, sin embargo, también propone una taxonomía de técnicas argumentativas que pueden ser vistas como lugares vacíos

o esquemas que están en espera de ser llenados por contenidos que funcionan como términos en la argumentación. Concluimos entonces que ambas nociones de lugar son complementarias, al igual que lo son las de acuerdo previo y técnica argumentativa.

Inferimos de este apartado las siguientes conclusiones:

- La acción retórica siempre se da en situaciones con circunstancias particulares. El ámbito de la retórica es el ámbito de lo contingente.
- Lo anterior nos ayuda a entender con mayor claridad el concepto de tópico y al mismo tiempo da cuenta de la complejidad de la argumentación retórica. Ésta debe construirse a partir de las opiniones que comparten tanto el orador como su auditorio, es decir, de lugares comunes o, quizás sea mejor decir, de lugares en común.

diseño y

¹⁸ Stephen Toulmin, *The uses of argument*, Nueva York, Cambridge, University Press, 2003.

Lo anterior nos permite contestar la pregunta planteada párrafos atrás: ¿a qué tópicos debemos acudir, a los propios o a los del auditorio?

- Los tópicos son opiniones compartidas por quienes se relacionan retóricamente porque quieren solucionar sus controversias, lo cual nos lleva a una paradoja: toda disputa retórica surge de una controversia, pero no puede solucionarse si no hay acuerdos previos que ya no son polémicos.

EL DISEÑO Y SUS USUARIOS (AUDITORIOS)

Este apartado buscará sintetizar todo lo dicho hasta aquí a partir del intento de dar una explicación de cómo funcionan los tópicos en el diseño, mediante la presentación sintética de dos casos.

Nosotros hemos reportado el resultado de una investigación cuyo objetivo era indagar si las

operaciones retóricas se manifestaban en la experiencia viva de los diseñadores.¹⁹ Dicho estudio incluyó, entre otras acciones, el análisis de las entrevistas realizadas a 10 diseñadores a quienes se les preguntaba acerca de las razones que los llevaron a tomar las decisiones manifestadas en cada uno de los proyectos investigados. Uno de dichos proyectos es el libro conmemorativo de los cincuenta años del ISSSTE, realizado por el diseñador Hugo Álvarez.

El caso es el siguiente: el cliente (la dirección del ISSSTE) solicitó al diseñador un libro que contara la historia de esta institución con motivo de los 50 años de su fundación. Dicho cliente deseaba que el libro fuera leído por mucha gente y que tuviera mucho brillo y presencia. Pensando en que su cliente tenía como intención persuasiva dirigirse a un auditorio amplio, Hugo Álvarez se planteó la siguiente pregunta: ¿qué hacer para que un auditorio ajeno al ISSSTE se interese en la historia de este instituto? Esta pregunta marcó el inicio del proceso de *inventio* y obligó al diseñador a utilizar los tópicos para, a partir de ahí, derivar los argumentos persuasivos.

Veamos. La primera decisión que tomó Álvarez fue contar otra historia paralela, la historia de México entre 1954 y 2004. Esto es, cada año de la historia del ISSSTE en ese periodo fue presentado junto con un suceso de la historia de México en ese mismo año. ¿Cuál es el lugar que se usa? El diseñador utiliza un lugar de opinión según el cual la historia de México sería interesante. Luego, si esto es así, es decir, si la historia del ISSSTE forma parte de la de México, entonces aquélla puede resultar también interesante. Pero también utiliza la noción del lugar como esque-

¹⁹ Véase Antonio Rivera, *La retórica en el diseño gráfico*, Encuadre, Universidad Intercontinental, Escuela de Diseño del INBA, México, 2007. También puede consultarse el sitio www.mexicanosdiseñando.org.mx en el cual aparecen entrevistas realizadas a los diseñadores a los que hace alusión el libro.

ma lógico. Recordemos que, por ejemplo para Perelman, existe un esquema o técnica argumentativa denominado “inclusión de la parte en el todo” y cuyo fin es pedir que se le dé a la parte el mismo tratamiento que al todo. Esto es lo que buscaba Álvarez cuando decidió insertar la historia del ISSSTE dentro de la historia de México para que el relato de los avatares de ese instituto le interesara al lector, en tanto forma parte de un todo más amplio, la historia de nuestro país en los mismos 50 años.

Otra decisión de Álvarez nos ayudará a ilustrar la noción de tópico. Se trata de la selección de la retícula y la composición de página. El diseñador realizó una propuesta que simula las siete columnas de un periódico con el fin de que cada año relatado en el libro sea percibido como una noticia de actualidad y de primera plana. El lugar que opera acá es una opinión común según la cual los periódicos publican las noticias importantes a siete columnas. Como puede verse en este caso, el lugar o tópico se manifiesta, por un lado como opinión común y, por otro, como esquema de pensamiento. Ahora bien, el éxito de la apuesta retórica de este diseñador depende de que dichos lugares sean compartidos por el auditorio, es decir, si para éste la historia de México no es relevante, mucho menos lo será la del ISSSTE; igualmente, si el auditorio no considera que las primeras planas de los periódicos presentan noticias importantes, entonces la decisión que Álvarez tomó con la retícula, no tendrá utilidad persuasiva.

Veamos otro caso muy interesante, el del *software* denominado *Office*, concretamente en el llamado “escritorio”. En el ámbito del diseño de interfaces, cuyo fin es la interacción del usuario con los ordenadores, la evolución del campo ha sido meteórica en los últimos 25 años.²⁰ Dicha

²⁰ Un análisis amplio de esta evolución puede verse en Carlos Scolari, *Hacer clic*, Barcelona, Gedisa, 2004. “En 1979 los programadores de

evolución va desde un primer momento en el que el protagonista principal en el diseño de las interfaces lo ocupaba el programador y el ingeniero, hasta el momento actual cuando son los diseñadores quienes desempeñan el papel protagónico en el diseño de la interfaz. Las características de los primeros son radicalmente distintas a las de los segundos. Los ingenieros son expertos en programación, los segundos en la elaboración de metáforas adecuadas. Una buena muestra de esto último es la metáfora del *Office*. Antes de pasar a su descripción, precisaremos la relación entre la noción de metáfora y de tópico. La primera es un tropo o figura que consiste, según la tradición aristotélica, en trasladar un nombre que designaba una cosa, a que designe otra. De acuerdo con esto último, el primer uso del nombre es el habitual, mientras que el segundo es novedoso. Precisamente es en este punto donde la noción de metáfora se conjunta con la de tópico, dado que la designación habitual pertenece al lugar de opinión común, mientras que la aceptación por parte del lector del segundo uso es inferida a partir del lugar común. Esta capacidad de las metáforas ha provocado que su uso sea considerado de gran utilidad para el aprendizaje, algo

Apple decidieron desarrollar un sistema operativo inspirado en la interfaz gráfica que los técnicos de Rank Xerox experimentaban por entonces en el Palo Alto Research Center. A diferencia de sus competidores, Jobs y Wozniac propusieron una nueva línea de ordenadores que destacaba por su forma compacta (similar a un electrodoméstico), el uso del ratón, el lector de discos floppy incorporado y una interfaz gráfica basada en la metáfora del escritorio (*desktop*).” p. 22.

que es vital en la apropiación de los usuarios de nuevas tecnologías.

Veamos ahora el caso del *Office*. El diseño de este *software* permitió la democratización del uso de las computadoras personales. Aparece en un momento en que los usuarios tenían que realizar un esfuerzo significativo en la comprensión y memorización de los diversos comandos con los que se realizaba la interacción. Es decir, el usuario muchas veces estaba más preocupado por aprender el uso del ordenador que por conseguir sus fines laborales; así, el uso de la computadora se volvía un fin y no un medio. Ante esta situación, los diseñadores crearon una metáfora. Más que eso, pusieron en el centro de su preocupación a los usuarios y, siguiendo con la lógica expositiva de este artículo, acudieron a explorar los lugares de opinión: ¿qué hace la gente en una oficina y qué contienen las oficinas? Resumiendo las respuestas, podemos imaginar que los diseñadores encontraron que en una oficina se trabaja en escritorios y se realizan labores tales como escribir, calcular, archivar, enviar mensajes, eliminar aquello que no sea ya útil y que todo esto se realiza en un escritorio. Ante esto, el *software* debía metaforizar la oficina en la computadora. Así, un usuario ingresa a su computadora, pero es como si ingresara a su oficina; no se sienta ante un escritorio pero es como si lo hiciera; no se levanta a llevarle algún oficio o memorándum a un colega, pero puede enviarlo por correo electrónico; no se dirige al archivo a guardar la información relevante ni acude al bote de basura a eliminar la irrelevante, pero es como si lo hiciera. La expresión, “como si lo hiciera” muestra de

manera clara que las metáforas permiten introducir lo desconocido a partir de lo conocido o lugares comunes y, por ende, muestra su utilidad para el aprendizaje y en última instancia para la persuasión.

Con la exposición sintética de estos dos casos, podemos pasar a concluir nuestro escrito. La *inventio* es una operación fundamental para el diseño y consiste en ir a los lugares o tópicos para, a partir de éstos, crear los argumentos persuasivos. La noción de tópico es de alta complejidad dada su amplia tradición, sin embargo, a pesar de su multiplicidad de significados, podemos afirmar que la noción que le da columna vertebral es la de auditorio. Si uno piensa en el tópico como opinión común o como esquema mental, de cualquiera de las dos formas, cuando un diseñador se enfrenta a la solución de un problema retórico, deberá explorar las opiniones y los esquemas mentales del auditorio o los auditorios a los cuales quiere persuadir con su discurso.

La *inventio*, que proponemos como el concepto que la retórica puede anteponer al de creatividad, nos muestra que no hay un producto absolutamente nuevo, sino que es a partir de lo que los usuarios conocen que el diseñador puede lograr que interactúen con lo relativamente desconocido. La *inventio*, el tópico y la metáfora muestran que la novedad es tal si se asienta en la tradición.

