

ARGUMENTACIÓN: DISCURSO POLÍTICO Y DISCURSO MEDIÁTICO

Coordinadora: Elena Méndez

Animadores: Manuel Casado y Catalina Fuentes

1. Presentación: Argumentación y argumentatividad (el discurso y la lengua)
 - Dos prototipos de discursos argumentativos: el discurso político y el discurso mediático
2. La argumentación en el discurso político
 - Efectos de sentido para influir sobre el destinatario y generar un discurso persuasivo
 - Ámbitos y contextos preferenciales de actuación del discurso político
 - Líneas de trabajo actuales en la investigación sobre el discurso político y discusión sobre su rentabilidad
 - Cuestiones metodológicas y marcos de análisis en la investigación sobre el discurso político
 - Corpus y nuevos ámbitos de estudio
3. La argumentación en el discurso mediático: los motivos de la información
 - Todo es argumentación en el discurso mediático: imposición de temas y acontecimientos, disposición genérica y textual (y hasta los nombres que los designan), estrategias multimodales de la disposición informativa, etc.
 - La construcción polifónica del discurso mediático
 - La visibilidad mediática del discurso público y del discurso político: palabras referidas y palabras provocadas
 - La inevitable manipulación de la palabra ajena: interpretación, contextualización, atribución, modos de reproducción, subjetivización, invención de discursos testimoniales, etc.
 - Líneas de trabajo sobre el discurso mediático específicas y transversales: sobre géneros y subgéneros; sobre aspectos lingüísticos y discursivos (evidencialidad, mecanismos de cohesión: nominalizaciones, encapsuladores, etiquetas discursivas); sobre argumentación en debates mediáticos; sobre oralización, discurso populista, ideología de los medios, etc.