

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales

Seminarios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación – 2026

1. Denominación completa de la asignatura

Argumentación y análisis de discursos mediatizados.

2. Justificación de la propuesta

Las estrategias persuasivas constituyen una dimensión fundamental de los discursos mediatizados en diferentes soportes y campos de desempeño semiótico. Lejos de limitarse a los discursos políticos y a los avisos publicitarios, objetos largamente privilegiados por la retórica y la teoría de la argumentación, las textualidades configuradas para influir en las creencias y actitudes de un auditorio incluyen a los discursos informativos, literarios, educativos, de entretenimiento o seducción. Textualidades que, a su vez, circulan a través del complejo ecosistema mediático contemporáneo, tanto en los tradicionales medios masivos como muy especialmente en los medios sociales.

El seminario pretende introducir al estudiante a las principales teorías contemporáneas de la argumentación y ofrecerle herramientas para abordar el estudio de discursos mediatizados desde esta perspectiva. Para ello, se propone un recorrido que parte de la teoría retórica clásica, fundamentalmente la aristotélica, para detenerse en las obras de Chaïm Perelman y de Stephen Toulmin, quienes renovaron el interés filosófico, lingüístico y semiótico en la retórica y la argumentación a mediados del siglo XX. Algunos resultados de este nuevo interés fueron la lógica informal, con sus investigaciones en torno de los esquemas argumentativos, y las perspectivas dialógicas de la argumentación, que se dieron la mano con teorías como la de los actos habla o la de la relevancia. El recorrido del seminario reserva una sección importante a los avances actuales en el estudio de la argumentación multimodal, esto es, los modos de construir argumentos por medio de imágenes (por lo general, en concurrencia con el componente verbal), los cuales apelan a la tradición completa de los estudios sobre retórica y argumentación.

El plan de trabajo propuesto a los estudiantes conjuga la reflexión teórica y la discusión bibliográfica con la puesta en práctica de las nociones en el análisis de casos concretos, que servirán para contrastar y discernir las posibilidades proporcionadas por las distintas perspectivas teóricas. Asimismo, se incentivará que los estudiantes seleccionen sus propios casos de interés con vistas a la elaboración del trabajo final.

En la medida en que se aborda el problema de los modos de estructuración de los discursos tanto verbales como visuales, así como en el análisis de sus fundamentos ideológicos y poder persuasivo, el programa del curso se articula con problemáticas y contenidos nucleares de la carrera de Ciencias de la Comunicación. En cuanto al nuevo Plan de Estudios, el seminario ha sido concebido fundamentalmente para quienes cursan la orientación en Investigación.

3. Modalidad de la asignatura: Seminario.

4. Carga horaria semanal: 4hs.

5. Carga horaria total: 64hs.

6. Metodología de enseñanza: Clases teórico-prácticas.

7. Cuatrimestre de dictado: 2do cuatrimestre de 2026.

8. Objetivos generales y objetivos específicos

Objetivo general: Ofrecer una introducción a las principales teorías de la argumentación contemporánea, con énfasis en la aplicación de los conceptos y herramientas para el análisis de discursos mediatizados.

Objetivos específicos:

- Familiarizar a los estudiantes con las características que distinguen a la argumentación en tanto que configuración discursiva.
- Evidenciar las distintas formas que asume la argumentación en la discursividad social mediatizada.
- Ofrecer a los estudiantes habilidades para:
 - Evaluar el rol de los diferentes elementos que participan de las estrategias persuasivas en los discursos mediatizados.
 - Analizar textos y reconstruir sus esquemas argumentativos.
 - Identificar los usos argumentativos de las imágenes y los procedimientos que las dotan de fuerza persuasiva.

9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

Unidad 1: Los orígenes

Orígenes de la reflexión sobre el lenguaje persuasivo en la sofística y la retórica. La retórica como *techné*. Ethos, pathos y logos como instancias para la extracción de las pruebas. Tópica. La *quaestio* y los tipos de pruebas. Ejemplo (*paradeigma*) y razonamiento (*entimema*). Principios fundamentales de la silogística aristotélica.

Unidad 2: La nueva retórica

La retórica como ciencia de lo probable. La continuidad entre retórica y dialéctica. Auditorios particulares y auditorio universal. Verdad vs. adhesión. Las técnicas argumentativas: argumentos cuasi lógicos, los argumentos basados en la estructura de lo real y los enlaces que fundamentan la estructura de lo real. La problematología y el papel del cuestionamiento. Ley de unidad del logos retórico: la retórica como disciplina y como procedimiento. La argumentación en política. Ethos y la construcción de la imagen de sí. Endoxon y entimema.

Unidad 3: Los usos de la argumentación

Introducción a la lógica informal. Los esquemas argumentativos y sus componentes. Componentes materiales y procedimentales en la argumentación. La garantía, el respaldo, y su vínculo con los campos argumentativos en los que se inscriben. Demarcación de los campos argumentativos: jurídico, político, arte, filosofía, religión, ética, etc. Resistencia de los argumentos. La argumentación como interacción dialógica. Tipos de diálogo. La dinámica de los compromisos en la conversación. Presuposición, pregunta compleja, pregunta disyuntiva. Las falacias desde la perspectiva dialógica.

Unidad 4: Retórica de la imagen / Argumentación multimodal

Los primeros acercamientos semióticos al análisis retórico de la imagen. El debate acerca de la posibilidad de la argumentación visual. Tropos y esquemas argumentativos aplicados a textos visuales. Reconstrucción de la argumentación visual. Teoría de la relevancia y análisis argumentativo de las imágenes. La imagen argumentativa en los discursos político, publicitario e informativo.

10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad

Unidad 1: Los orígenes

- Aristóteles. (1999). *Retórica*. Gredos.
- Barthes, R. (1997). La retórica antigua. Prontuario. En *La aventura semiológica* (pp. 85-160). Paidós, 1970.
- Copi, I. (2014). *Introducción a la lógica* (selección de fragmentos de los capítulos V a VII). Eudeba, 1953.
- Murphy, J. (1989). Orígenes y primer desarrollo de la retórica. En *Sinopsis histórica de la retórica clásica* (pp. 9-33). Gredos, 1983.

Unidad 2: La nueva retórica

- Angenot, M. (1982). Presupuesto, topos, ideologema. *La parole pamphlétaire*. Payot.
- Charaudeau, P. (2021). Las estrategias del discurso político. En *El discurso político. Las máscaras del poder*. Prometeo.
- Meyer, M. (2013). Retórica y argumentación: las leyes de la unidad y Las formas de la argumentación. En *Principia Rhetorica. Una teoría general de la argumentación* (pp. 96-135). Amorrortu, 2008.
- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (2017). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica* (selección de los capítulos I a III de la Tercera Parte). Gredos, 1958.

Unidad 3: Los usos de la argumentación

- Johnson, R. y Blair, J. A. (2017 [2000]). Lógica Informal: Uma visão Geral. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, 1(14), 195-215.
- Plantin, C. (1999). La interacción argumentativa (Trad. Sílvia Coll Vila). *Escritos*, 17/18, 23-49.
- Plantin, C. (2004). Pensar el debate. *Revista Signos*, 37(55), 1-11.
- Toulmin, S. (2005). La forma de los argumentos. En *Los usos de la argumentación* (pp. 129-191). Península, 1958.
- Van Eemeren, F. y Grootendorst, R. (2011). *Una teoría sistemática de la argumentación. La perspectiva pragma-dialéctica*. Biblos, 2003.
- Walton, D. (2012). Questions and answers in dialogue. En *Informal Logic* (pp. 38-77). Cambridge, 1989.
- Walton, D. y Krabbe, E. (2017). Las dinámicas del compromiso. En *Argumentación y normatividad dialógica. Compromisos y razonamiento interpersonal* (pp. 57-99). Palestra, 1995.

Unidad 4: Retórica de la imagen / Argumentación multimodal

- Barthes, R. (1964). Retórica de la imagen. *Communications*, 4, 40-51.
- Groarke, L. (2002). Hacia una pragma-dialéctica de la argumentación visual (Trad. María Elena Bitonte). En F. H. van Eemeren (Ed.), *Advances in Pragma-Dialectics, Amsterdam* (pp. 137-151). Sic Sat / Virginia, Vale Press / Newport News.
- Groarke, L. (2017). Depicting Visual Arguments: An ART Approach. *Cogency*, 9(1), 21-51.
- Forceville, C. (2014). Relevance Theory as model for analysing visual and multimodal communication. En D. Machin (Ed.), *Visual communication* (pp. 51-70). (Handbooks of communication science; No. 4). De Gruyter Mouton.

- Kjeldsen, J. (2018). Visual rhetorical argumentation. *Semiotica*, 220, 69-94.
- Pollaroli, C. (2012, 13–15 de septiembre). Tropos y topoi: los esquemas argumentativos en los anuncios publicitarios. *1er Colloque francoespagnol d'analyse de discours et didactique de langues, Le langage manipulateur: pourquoi et comment argumenter?* Arras.
- Porto López, P. y Santibáñez, C. (2015). Imágenes del populismo anti-inmigratorio: un análisis argumentativo visual de la campaña europea de UKIP. *Calidoscopio*, 13(2), 176-188.

Bibliografía complementaria

- Adam, J.-M. (1995). Hacia una definición de la secuencia argumentativa. *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 25, 9-22.
- Anscombe, J. (1989). Théorie de l'argumentation, topoi, et structuration discursive. *Revue québécoise de linguistique*, 18(1), 13–55.
- Anscombe, J. y Ducrot, O. (1994). *La argumentación en la lengua*. Gredos.
- Bertrand, D. (2000). Enthymème et textualisation. *Langages*, 34(137), 29-45.
- Birdsell, D. y Groarke, L. (1996). Toward a theory of visual argument. *Argumentation and Advocacy*, 33, 1-10.
- Bochenski, I. (1985). *Historia de la lógica formal*. Gredos, 1956.
- Bremond, C. (1982). El rol del influenciador. En AA.VV., *Investigaciones retóricas II* (pp. 93-105). Ediciones Buenos Aires.
- Forceville, C. (2002). The identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34(1), 1-14.
- Govier, T. (2018). *Problems in argument analysis and Evaluation*. Windsor Studies in Argumentation, Volume 6.
- Grice, H. P. (1996). Logic and conversation. En A. P. Martinich (Ed.) *The Philosophy of Language* (pp. 156-167). Oxford University Press, 1975.
- Grize, J.-B. (1995). Argumentation et logique naturelle. Convaincre et persuader. *Hermès*, 15, 263-269.
- Groarke, L., Palczewski, C., y Godden, D. (2016). Navigating the visual turn in argument. *Argumentation and Advocacy*, 52, 217-235.
- Grupo μ . (1987). *Retórica general*. Paidós.
- Kennedy, G. A. (1999). *Classical Rhetoric and Its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times*. The University of North Carolina Press, 1980.
- Kjeldsen, J. (2012). Pictorial Argumentation in Advertising. Visual Tropes and Figures as a Way of Creating Visual Argumentation. En F.H. van Eemeren y B. Garssen (Eds.), *Topical Themes in Argumentation Theory: Twenty Exploratory Studies* (pp. 239-255). Springer.
- Kjeldsen, J. (2015). The Study of visual and multimodal argumentation. *Argumentation*, 29, 115–132.
- Meyer, M. (1995). Problématique et argumentation, ou la philosophie à la rencontre du langage. *Hermès*, 15, 145-154.
- Perelman, C. (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Grupo Editorial Norma, 1977.
- Perelman, C. (2012). Analogía y metáfora en ciencia, poesía y filosofía. *Revista de Estudios Sociales*, 44, 198-205.
- Platón. (2007). *Protágoras, Gorgias, Menón*. Edaf.
- Porto López, P. (2014). Esquemas de argumentación refutativos en publicidad: Estrategias retorizantes y argumentativas en dos anuncios televisivos. *Cogency*, 6(1), 125-159.
- Porto López, P. y Santibáñez, C. (2016). Argumentación e imagen periodística en la evaluación axiológica del desempeño de la función pública. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 65, 291-316.

- Rigotti, E. y Greco-Morasso, S. (2010). Comparing the Argumentum Model of Topics to Other Contemporary Approaches to Argument Schemes: The Procedural and Material Components. *Argumentation*, 24, 489-512.
- Sonesson, G. (2019). Two models of metaphoricity and three dilemmas of metaphor research. *Cognitive Semiotics*, 12(1), 20192009.
- Tindale, C. (2017). *Retórica y teoría de la argumentación contemporáneas*. Editorial EAFIT.
- Tseronis, A. y Forceville, C. (Eds). *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*. John Benjamins Publishing Company.
- Van den Hoven, P. (2018). Discussing discourse modalities in argument theory: Reconsidering a paradigm. *Semiotica*, 220, 19-40.
- Vignaux, G. (1995). Des arguments aux discours. Vers un modèle cognitif des opérations et stratégies argumentatives. *Hermès*, 15, 199-225.
- Walton, D. (2017). Value-based Argumentation in Mass Audience Persuasion Dialogues. *Cogency*, 9(1), 139-159.

11. Régimen de evaluación y promoción: La materia cuenta con dos instancias de evaluación individuales, un parcial domiciliario que abarca las primeras dos unidades, y un trabajo final monográfico o de análisis. Además, el alumno deberá asistir al 75% de las clases teórico-prácticas.

12. Modalidad de aprobación: Promocionable.

13. Docente a cargo y equipo docente.

Docente a cargo: Pablo Porto López (DNI. 26.251.643)

JTP: Andrea Mónica Berman (DNI. 20.206.239)

Ambos docentes participarán en el dictado del seminario.