

**Programa de asignatura
Argumentación visual y multimodal**

1. Identificación

Nombre Escuela:	Artes y humanidades
Nombre Departamento:	Humanidades
Nombre Programa:	Núcleo de Formación Institucional
Nombre Programa Académico:	Argumentación visual y multimodal
Nombre Programa Académico (En inglés):	Visual and multimodal argumentation
Materia Prerrequisito	Ninguna
Semestre De Ubicación:	Libre
Código CINE:	XX
Código EAFIT:	HL1397
Intensidad Horaria Semanal	3 Horas
Intensidad Horaria Semestral	48 Horas
Créditos	3
Características	No suficientable

2. Justificación

El **nombre del nuevo núcleo de formación institucional** tiene entre sus propósitos contribuir a la formación de ciudadanos competentes para la vida en democracia. Uno de los rasgos más notables de las democracias contemporáneas es que, en ellas, la argumentación no es solamente verbal. Gracias a los desarrollos tecnológicos y a las redes sociales, una gran parte de la argumentación pública en las democracias contemporáneas es visual y multimodal, se desarrolla a través de fotografías, caricaturas, videos cortos, música y sonidos no articulados verbalmente. Así, para un ciudadano que quiera adoptar una actitud crítica y reflexiva ante los mensajes que se le ofrecen en el espacio público es indispensable desarrollar la capacidad para identificar cuáles son argumentos, cuáles son las razones que a través de ellos se le ofrecen y cuáles son las cuestiones que debe considerar para valorarlos.

La presente asignatura hace parte de la trayectoria en crítica de la opinión pública. Junto con las asignaturas de retórica y democracia, por un lado, y la de crítica de la opinión pública, por el otro, esta asignatura busca contribuir a la formación de ciudadanos razonables para una democracia deliberativa.

3. Objetivo general de la asignatura

El objetivo general de esta asignatura es que el estudiante identifique, analice y evalúe argumentos multimodales en las redes sociales, en los medios, en las campañas políticas y en la publicidad.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

Al culminar esta materia, el estudiante habrá fortalecido las siguientes competencias genéricas y habrá avanzado en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Identifica argumentos multimodales.
- Analiza argumentos multimodales.
- Evaluar la razonabilidad de argumentos multimodales.

4.1 Competencias genéricas:

El **nombre del nuevo núcleo de formación institucional** obedece a cuatro competencias genéricas: Empatía, pensamiento anticipatorio, pensamiento sistémico y pensamiento crítico. De ellas, la presente asignatura, como toda la trayectoria, en crítica de la opinión pública, contribuye a desarrollar la última, pensamiento crítico.

4.2 Resultados de Aprendizaje

Como hemos dicho, el propósito general de la asignatura es que el estudiante identifique y evalúe argumentos multimodales en las redes sociales, en los medios sociales, en las campañas políticas y en la publicidad.

El cumplimiento de ese propósito se consigue mediante la constatación de que el estudiante, en un texto dado, discrimina entre mensajes multimodales sin función argumentativa y con ella; evalúa lógicamente, dialécticamente y retóricamente los argumentos multimodales que identifica; toma una posición con base en la evaluación de los argumentos.

5. Contenidos

- La asignatura comprende una introducción en la que se presentan los conceptos de argumentación y multimodalidad; luego de ella se disponen tres unidades temáticas, una para la identificación, otra para el análisis y otra para la evaluación de argumentos multimodales. Así:

Unidad 1. Introducción de los conceptos de argumentación y de multimodalidad.

Duración: Tres semanas.

- Tres conceptos de argumentación: Lógica, dialéctica y retórica
- Modos de argumentación: Verbal, visual y multimodal

Unidad 2. Identificación de argumentos multimodales

Duración: Cuatro semanas

- Criterios lógicos
- Criterios dialécticos
- Criterios retóricos

Unidad 3. Análisis de argumentos multimodales

- Análisis lógico
- Análisis dialéctico
- Análisis retórico

Unidad 4. Evaluación de argumentos multimodales

Duración: Cuatro semanas

- Evaluación lógica
- Evaluación dialéctica
- Evaluación retórica

6. Estrategias metodológicas y cronograma

6.1 Metodología

La asignatura se desarrolla mediante el concurso de diversas clases de actividades. Antes de cada sesión el estudiante debe leer el o los textos acordados para la sesión; durante la sesión, el docente explicará los conceptos y contenidos teóricos necesarios, el grupo discutirá los conceptos analíticos presentados por el texto, grupalmente se analizarán discursos multimodales particulares y, con base en ello, nuevamente se discutirá la aceptabilidad y utilidad de esos conceptos.

6.2 Cronograma

Sesión	Unidad	Texto
1	1. Conceptos lógico y dialéctico de argumentación	(Walton, 1990)
2	1. Concepto retórico de argumentación	(Tindale, 1999, pp. 69-95)
3	1. Modos de argumentación	(Groarke, 2015)
4	2. Criterios lógico para identificar argumentos multimodales	(Marraud, 2013, pp. 11-45, 2018)
5	2. Criterios dialéctico para identificar argumentos multimodales	(Macagno & Botelho Wakim Souza Pinto, 2020)

6	2. Criterios retóricos para identificar argumentos multimodales	(Kjeldsen & Andersen, 2018)
7	2. Criterios de indentificación de argumentos multimodales	Taller
8	3. Análisis lógico de un argumento multimodal	(Groarke, 2018)
9	3. Análisis dialéctico de un argumento multimodal	(Zhang & Xu, 2018)
10	3. Análisis retórico de un argumento multimodal	(Kjeldsen, 2015)
11	3. Análisis de un argumento multimodal	Taller
12	4. Evaluación lógica de un argumento multimodal	(Godden, s. f.)
13	4. Evaluación dialéctica de un argumento multimodal	(van den Hoven, 2017)
14	4. Evaluación retórica de un argumento multimodal	(Blair, 2015)
15	4. Evaluación de un argumento multimodal	Taller

7. Recursos

Para el desarrollo de la asignatura, en coherencia con los resultados de aprendizaje, los contenidos y las estrategias metodológicas y didácticas propuestas se requiere acceso a las bases de datos y a los libros de la biblioteca.

7.1 Locativos:

Para el cumplimiento de los propósitos de la asignatura se requiere un aula de clases con la dotación normal, tablero y sillas.

7.2 Tecnológicos:

Es conveniente que el aula de clases esté dotada de un computador con acceso a internet y retroproyector.

7.3 Didácticos:

Además del acceso a las bases de datos y a la biblioteca no se requieren más recursos didácticos.

8. Criterios de evaluación académica

RA	Cr E
Identificación y análisis de argumentos multimodales en redes sociales, medios, campañas políticas y publicidad.	El estudiante identifica mensajes con función argumentativa en los medios referidos.
	El estudiante analiza los argumentos identificados.
Evaluación de argumentos multimodales en redes sociales, medios, campañas políticas y publicidad.	El estudiante evalúa los argumentos, luego de su análisis.

9. Bibliografía

Libros

Marraud, H. (2013). *¿Es logic@? Análisis y evaluación de argumentos*. Grupo Anaya Comercial.

Bibliografía en segundo idioma

- Blair, J. A. (2015). Probative Norms for Multimodal Visual Arguments. *Argumentation*, 29(2), 217-233. <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9333-3>
- Godden, D. M. (s. f.). *On the norms of visual argument*. 14.
- Groarke, L. (2015). Going Multimodal: What is a Mode of Arguing and Why Does it Matter? *Argumentation*, 29(2), 133-155. <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9336-0>
- Groarke, L. (2018). Auditory Arguments: The Logic of «Sound» Arguments. *Informal Logic*, 38(3), 312-340. <https://doi.org/10.22329/il.v38i3.4954>
- Kjeldsen, J. E. (2015). The Rhetoric of Thick Representation: How Pictures Render the Importance and Strength of an Argument Salient. *Argumentation*, 29(2), 197-215. <https://doi.org/10.1007/s10503-014-9342-2>
- Kjeldsen, J. E., & Andersen, I. (2018). The Rhetorical Power of News Photographs: A Triangulatory Reception Approach to the Alan Kurdi Images. En *Rhetorical Audience Studies and Reception of Rhetoric* (pp. 309-333).
- Macagno, F., & Botelho Wakim Souza Pinto, R. (2020). Reconstructing Multimodal Arguments in Advertisements: Combining Pragmatics and Argumentation Theory. *Argumentation*. <https://doi.org/10.1007/s10503-020-09525-z>
- Marraud, H. (2018). Arguments from Ostension. *Argumentation*, 32(3), 309-327. <https://doi.org/10.1007/s10503-017-9435-9>
- Tindale, C. W. (1999). *Acts of Arguing. A Rhetorical Model of Argument*. State University of New York Press.
- van den Hoven, P. (2017). Narratives and Pragmatic Arguments: Ivens' The 400 Million. En P. Olmos (Ed.), *Narration as Argument* (Vol. 31, pp. 103-121). Springer International

Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56883-6_7

Walton, D. (1990). What is Reasoning? What is an Argument? *Journal of Philosophy*, 87(8), 399-419.

Zhang, C., & Xu, C. (2018). Argument by Multimodal Metaphor as Strategic Maneuvering in TV Commercials: A Case Study. *Argumentation*, 32, 501-517.

10.Requisitos del proceso de aseguramiento de la calidad

Versión número:	1
Fecha elaboración:	2022/04
Responsable:	Júlder Gómez