

Actividad de evaluación: Presentaciones de los análisis

Propósito de la evaluación

Se pretende que los estudiantes presenten oralmente sus análisis para compartir los criterios que aplicaron y las conclusiones a las que llegaron.

Objetivos de Aprendizaje

OA 3. Evaluar diversas formas en que se legitima el conocimiento en los discursos (investigación científica, autoridad, experiencia personal, entre otras), a partir del análisis crítico de sus modos de generación y su pertinencia al ámbito de participación y a la comunidad discursiva.

Indicadores de Evaluación

Analizan las relaciones entre la situación comunicativa y las características de los discursos argumentativos.

Examinan discursos argumentativos de distintos ámbitos de participación, a partir de las formas en que legitiman sus conocimientos.

Formulan juicios fundados sobre las posibles influencias de los contextos y la cultura de los enunciadores sobre los discursos argumentativos.

Duración

12 horas pedagógicas.

Desarrollo de la evaluación

Los grupos presentarán sus análisis al curso, explicando los criterios que usaron y las conclusiones a las que llegaron.

Idealmente, profesor y alumnos evaluarán a partir de una rúbrica que contenga los siguientes criterios:

Consideración de la situación comunicativa: características del medio, del enunciador, de la audiencia a la que se dirige, propósito persuasivo, posturas en torno al tema, etc.

Formas de legitimar: qué tipo de evidencias se utiliza: basada en la verdad, en creencias sobre el mundo, en conocimiento científico, en valores humanos, etc.

Estructura argumentativa: postura o tesis, relación entre argumentos y evidencias empleadas.

Marcas textuales del texto: voces del argumentador y del contraargumentador (si corresponde).

Orientaciones para el docente

Otra posibilidad es que expongan en un video, con una presentación animada y el análisis grabado; hay tutoriales que explican cómo se hace.

Recursos para el docente

Rúbrica de evaluación de análisis de argumentaciones

criterio	Nivel 4 <i>Completamente logrado</i>	Nivel 3 <i>Logrado, pero con aspectos específicos por mejorar</i>	Nivel 2 <i>Logro incipiente</i>	Nivel 1 <i>Por lograr o sin evidencia suficiente</i>
Consideración de la situación comunicativa: características del medio, del enunciador, de la audiencia a la que se dirige, propósito persuasivo, posturas en torno al tema, etc.	El análisis incluye constantemente diversos elementos de la situación comunicativa y los relaciona con distintos aspectos de la argumentación.	El análisis incluye algunos elementos de la situación comunicativa y los relaciona con aspectos de la argumentación, pero hay elementos relevantes que no se incluye en el análisis.	El análisis describe aspectos de la situación comunicativa, pero no los relaciona con la argumentación.	El análisis menciona algunos aspectos de la situación comunicativa, pero no los relaciona con la argumentación ni los utiliza.
Formas de legitimación: Basadas en la verdad, en creencias sobre el mundo, en conocimiento científico, en valores humanos, etc.	El análisis identifica las formas de legitimación del conocimiento y describe su relación con la postura y con la intención del autor.	El análisis describe las formas de legitimación y las relaciona de manera general con la postura del autor, pero no profundiza.	El análisis describe de manera general algunas formas de legitimación del conocimiento, pero no las relaciona con la intención del autor.	El análisis no incorpora las formas de legitimación del conocimiento o las identifica de manera errada.
Estructura argumentativa: postura o tesis, relaciones entre los argumentos empleados y las evidencias.	El análisis identifica la postura o tesis y los argumentos empleados en el discurso, y los relaciona con precisión y claridad.	El análisis identifica la postura o tesis y los argumentos, y los describe de manera general.	El análisis identifica con ambigüedad la postura y/o los argumentos.	El análisis identifica de manera errada la postura y/o los argumentos.

Marcas textuales: voces del argumentador y del contraargumentador (si corresponde).	El análisis usa marcas textuales para identificar las voces de la argumentación revisada.	El análisis alude a algunas marcas para identificar las voces de la argumentación, pero excluye algunas relevantes.	El análisis alude a marcas textuales, pero no las relaciona con las voces del discurso.	El análisis no alude a marcas textuales.
Observaciones y retroalimentación				
<p>Aspectos logrados</p> <p>Aspectos por mejorar</p> <p>Sugerencias para mejorar en el futuro</p>				

Glosario de la unidad

Contexto	Considera las condiciones comunicativas (el espacio, tiempo, momento, roles, etc.) en que se produce la comunicación y también las condiciones culturales (convenciones culturales, creencias e ideologías, etc.) que se ponen en juego en una situación de enunciación.
Contra-discurso	Posición contraria o divergente a la postura de un discurso.
Convenciones culturales	Normas o prácticas surgidas producto de la costumbre o de un acuerdo tácito entre los participantes de una cultura o un grupo que la integra. Incluyen los intereses, motivaciones, valoraciones, temas en común y otros aspectos que construyen su “cultura”.
Convenciones discursivas	Prácticas acordadas por una comunidad para comunicarse de una determinada forma, utilizando ciertos códigos y registros lingüísticos, géneros discursivos particulares del grupo, etc. Se relacionan con las formas de concretar las prácticas comunicativas en ciertos géneros y sus características.
Modos de razonamiento	Operación discursiva que establece una determinada relación entre los componentes de la argumentación. Se conoce modos de razonamiento causales, analógicos, generalización, etc.
Redes sociales	Espacios digitales en que se produce una interacción digital entre sus usuarios.