

Las tareas para intercambios virtuales de E-LIVE consisten en una serie de subtareas organizadas en tres fases: la preparatoria (pre-tarea), la principal (interacción) y la final (post-tarea).



HAZTE EXTRANJERO

RESUMEN DE LA TAREA

Tema	Costumbres culturales y publicidad
Nivel CEFR del grupo al que va dirigida	B2 y superior
Resumen de las actividades	Los participantes reflexionan sobre productos y publicidad de sus países, discuten cómo se perciben sus costumbres culturales, y analizan anuncios representativos. Cada participante elige un producto típico de su país que introduciría en el país del compañero y comentan las emociones y estereotipos en los anuncios.
Objetivos de aprendizaje (interculturales, lingüísticos, tecnológico y pedagógicos)	Intercultural: Comprender cómo se perciben y representan las culturas en la publicidad. Lingüístico: Practicar habilidades lingüísticas a través de la descripción y el análisis de anuncios. Pedagógico: Fomentar el pensamiento crítico y la discusión sobre estereotipos y percepciones culturales.
Producto final (resultado deseado)	Listas de características culturales y presentación de un producto típico que se introduciría en otro país.
Sugerencia de herramientas	Plataforma de videoconferencia
¿Se ha usado la tarea en un aula?	Sí
Autor(es)/institución(es)	S. Canto – Universidad de Utrecht

PREPARACIÓN DE LA TAREA (PRE-TAREA)

Elementos de la tarea	Descripción de las actividades pre-tarea
Preparación para la reunión con tu pareja de intercambio virtual	Reflexión sobre productos y cultura: Pensar en productos que extrañarían si vivieran en otro país. Selección de un anuncio representativo: Elegir y prepararse para compartir un anuncio que refleje la cultura de su país. Investigación sobre el anuncio de Campofrío: Ver y analizar los vídeos sugeridos para comprender el contexto y mensaje.
Familiarización con las herramientas	Es conveniente asegurarse de que los estudiantes están familiarizados con la herramienta de videocomunicación elegida.

DESEMPEÑO DE LA TAREA (INTERACCIÓN)

Elementos de la tarea (Pasos en la interacción)	Descripción de las actividades
Interacción por videocomunicación	Los participantes presentan y comentan los anuncios seleccionados, discutiendo el producto y las emociones y estereotipos que transmiten. Analizan el anuncio de Campofrío, identificando las características y costumbres mencionadas, y las comparan con las de su propio país. Comparten sus percepciones sobre el anuncio "Hazte holandés" y discuten si sus compañeros se sentirían atraídos por adoptar estas características. Elaboran listas de rasgos culturales de sus países y los comparan.

POST-TAREA

Elementos de la tarea	Descripción de las actividades post-tarea
Reflexión y evaluación	Reflexionar sobre cómo la publicidad puede influir en la percepción de una cultura. Discutir sobre los estereotipos y la imagen cultural que se proyecta a través de los anuncios. Evaluar la efectividad de los anuncios en representar o distorsionar las costumbres y valores de sus países.

MATERIALES

Modelo de instrucciones para los estudiantes

https://www.canva.com/design/DAGTSJg6S74/l_4_siF1Y42s4khxn95mxg/view?utm_content=DAGTSJg6S74&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor

Aviso legal: Este proyecto está financiado por la Comisión Europea dentro del programa Erasmus+. Este material refleja solo el punto de vista de los creadores y la comisión no puede ser considerada responsable de ningún uso que se haga de la información que este contiene.

