Responsabilidade financeira e tomada de decisão

Avaliando informações financeiras

Currículo de Educação Financeira da PwC

Índice

[Introdução 3](#_Toc328574296)

[Descrição da lição 3](#_Toc328574297)

[Série(s) 3](#_Toc328574298)

[Tempo da lição 3](#_Toc328574299)

[Preparação prévia à visita 3](#_Toc328574300)

[Objetivos de aprendizado do aluno 3](#_Toc328574301)

[Materiais 4](#_Toc328574302)

Preparação de [5 minutos 4](#_Toc328574303)

[Contexto 4](#_Toc328574304)

[Vocabulário 4](#_Toc328574305)

[Fontes 4](#_Toc328574306)

[Atividades da lição 5](#_Toc328574307)

[Avaliação do aprendizado do aluno 11](#_Toc328574308)

[Extensões/enriquecimento 12](#_Toc328574309)

# 

## Introdução

“A realidade é que todas as crianças não conhecem os fundamentos básicos de poupar e investir. Esta é uma habilidade que precisam ter para alcançarem sucesso em nossa economia”.

– Arne Duncan, secretário de Educação dos EUA, em abril de 2011.

A história recente ressalta a necessidade imediata dos jovens desenvolverem habilidade em matemática e educação financeira, mas atualmente os dados atuais mostram que falta acesso aos currículos para que os alunos aprendam.

* Quase dois terços dos alunos do segundo grau são analfabetos financeiros, atualmente \*
* O aluno médio do segundo grau consegue responder a apenas metade das questões de um teste básico   
  de conhecimentos financeiros \*\*
* Os Estados Unidos ficaram em 24° lugar entre 35 países pesquisados, em termos de desempenho em matemática dos alunos do 4o ano \*\*\*

O plano de lições em anexo, sobre educação financeira, foi criado para elevar a proficiência dos alunos em educação financeira. Seus conhecimentos de especialista e seus exemplos da vida real, em conjunto com este plano de lições em uma hora, alinhados com os padrões nacionais em educação financeira pessoal, solucionará uma grave deficiência em nosso atual sistema de ensino, e preparará melhor a próxima geração de líderes para tomarem sólidas decisões financeiras e se tornarem cidadãos produtivos.

Aplaudimos seus esforços para impulsionar a compreensão dos alunos sobre conceitos fundamentais à saúde de nossa economia e à estabilidade de nossa nação. Além disso, lhe agradecemos por trabalhar como um embaixador para a PwC, reforçando nosso compromisso em ajudar os alunos a melhorar suas habilidades em educação financeira e em ajudar a educação para os jovens como um todo.

## Descrição da lição

Os alunos irão analisar e avaliar os argumentos publicitários. Os alunos irão analisar fontes impressas e on-line de informações sobre produtos e listarão os pontos fortes e fracos de cada uma. Os alunos desenvolverão um argumento publicitário, e seus colegas avaliarão as alegações financeiras e determinarão a veracidade delas.

## Série(s)

6-8

## Tempo da lição

45 a 60 minutos

## Preparação prévia à visita

* Analise a preparação de 5 minutos para se familiarizar com o vocabulário do assunto da lição
* Analise os materiais para se familiarizar com sua estrutura e requisitos
* Revise os cartões do produto para se familiarizar com cada tipo de produto e as perguntas
* Obtenha os materiais da lição, listados na seção “Materiais”, abaixo.

## Objetivos de aprendizado do aluno

Os alunos irão:

* Definir anúncio, argumento e fraude
* Identificar vários argumentos usados por anunciantes para atrair o público
* Identificar vários tipos de anúncios on-line encontrados em websites
* Listar os pontos fortes e fracos das fontes on-line e impressas de informações sobre o produto
* Criar um argumento publicitário
* Avaliar os argumentos publicitários criados pelos colegas

## Materiais

Para até 30 alunos, obtenha antecipadamente:

### Turma/Grupo

* Papel de flipchart
* Canetas marcadoras
* Fita para pintura
* Material B – Cenário de marca (1 cópia para leitura pelo facilitador)

### Aluno

* Material A – Qual é a sua opinião? (1 por aluno ~ 30 cópias)
* Amostra de anúncios impressos de revistas ou jornais (1 por dupla/grupo ~ 15 anúncios)
* Material C – Tipos de argumentos publicitários (1 por aluno ~ 30 cópias)
* Cartões de produto (1 cartão por grupo ~ 1 cópia)
* Material D – Bilhete de saída (1 por aluno ~ 30 cópias)

# Preparação de 5 minutos

## Contexto

Todos os dias, todos nós somos bombardeados com mensagens de empresas tentando nos atrair a comprar seus produtos ou usar seus serviços. Estes anúncios podem ser encontrados em fontes impressas, como revistas e outdoors, e on-line, enquanto navegamos pela internet. Quem não tiver cuidado de interpretar estas mensagens pode ser convencido a comprar bens e serviços que podem ou não cumprir seus argumentos. Para sermos consumidores habilidosos e instruídos, precisamos avaliar as mensagens que recebemos antes de usar nossas finanças pessoais para comprar estes produtos.

## Vocabulário

* **Publicidade:** para chamar a atenção do público, especialmente ao destacar as qualidades desejáveis, de forma a criar um desejo de comprar ou fazer negócios
* **Argumento:** a parte verbal ou impressa de um anúncio, que faz alguma declaração de superioridade para o produto sendo promovido
* **Fraude:** o uso de métodos desonestos para enganar outra pessoa sobre algo de valor

## Fontes

Informações de contexto e adaptações de vocabulário com base em informações de:

* \* Conselho para Educação Econômica (Council for Economic Education): <http://www.councilforeconed.org/news/story.php>? story\_id=20
* \*\* Questionário de Educação Financeira (Financial Literacy Quiz) Jump$tart, Jump$tart 2006:
* http://www.savingadvice.com/tools/quizzes/jumpstart-financial-literacy.html
* **\*\*\*** Comunicado à imprensa do Departamento de Educação dos EUA**,** *American Students Show Steady Progress in Math, Rank High in International Education Comparison TIMSS*
* Vocabulário adaptado de The Language of Advertising Claims:<http://sunset.backbone.olemiss.edu/~egjbp/comp/ad-claims.html>
* Vocabulário adaptado do Dicionário Infantil Merriam Webster: [www.wordcentral.com](http://www.wordcentral.com)
* Vocabulário adaptado de Wikipedia.com:[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
* Tipos de alegações publicitárias adaptadas de The Language of Advertising Claims:[http://sunset.backbone.olemiss.edu/~egjbp/comp/ad-claims.html](http://sunset.backbone.olemiss.edu/~egjb/comp/ad-claims.html)
* Lei da Comissão Federal de Comércio — Informações básicas adaptadas da Comissão Federal de Comércio: [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)

## Atividades da lição

### Mensagem de boas vindas

**Diga:** Olá a todos! Meu nome é \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e estou muito empolgado por estar aqui com vocês. Hoje, iremos explorar anúncios.

### Atividade A – O que já sabemos sobre publicidade e anúncios? (5 minutos)

#### Materiais

##### Turma/Grupo

* Papel de flipchart
* Canetas marcadoras

##### Aluno (um para cada aluno)

* Material A – Qual é a sua opinião?

**Pergunte:** Quem sabe o que são anúncios?

**Conte** o número de mãos erguidas.

**Diga:** Muito bom. Parece que a maioria de vocês possui algum conhecimento sobre anúncios. Vamos ver o quanto vocês conhecem sobre o assunto.

**Distribua** o Material A.

**Diga:** Quero que cada um de vocês responda rapidamente, não mais do que um minuto, as perguntas na folha de exercícios que acabei de entregar. Quando terminarem, compartilharemos nossas respostas.

**Dê** aproximadamente um minuto para que os alunos preencham o Material A.

**Diga:** Muito bem, parece que a maioria já respondeu as perguntas. Vamos compartilhar nossas respostas.

**Pergunte:** Quem gostaria de compartilhar sua resposta para a primeira pergunta?

**Leia** a primeira pergunta.

**Selecione** um voluntário para compartilhar sua resposta.

**Diga:** Obrigado. Alguém discorda desta resposta?

**Selecione** um aluno com resposta oposta.

**Pergunte:** Por que você acha que não é (verdadeira/falsa)?

**Dê** tempo ao aluno para explicar seu ponto de vista.

**Diga:** Muito bem, parece que temos algumas diferenças de opinião. Vamos passar pelas demais perguntas e veremos quantos responderam verdadeiro e quantos responderam falso.

**Leia** cada uma das demais afirmações. Depois de ler cada afirmação,

**Peça:** aos alunos que levantem suas mãos se responderam “verdadeiro” e depois, peça aos alunos que levantem suas mãos se marcaram “falso”.

**Diga:** Agora, lerei as respostas corretas para cada pergunta.

**Leia** cada resposta correta em voz alta.

**Diga:** Agora iremos explorar os anúncios e os argumentos apresentados pelos anunciantes. Também iremos analisar os modos pelos quais podemos avaliar as informações que recebemos, de forma a poder tomar boas decisões sobre como gastar nosso dinheiro.

### Atividade B – Avaliando os argumentos publicitários (20 minutos)

#### Materiais

##### Turma/Grupo

* Material B – Cenário do Mark (1 cópia para o facilitador)
* Canetas marcadoras, papel de flipchart/lousa/quadro-negro/projetor de teto e transparências
* Amostras de anúncios impressos de revistas ou jornais (também podem ser obtidas em [www.myprofessionaladvertising.com/Print%20Advertising.htm](http://www.myprofessionaladvertising.com/Print%20Advertising.htm))

**Diga:** A publicidade está ao nosso redor.

**Pergunte à turma:** Quais são alguns lugares onde entramos em contato com anúncios?

**Selecione** 3 a 5 alunos para compartilharem suas ideias.

**Escreva** as ideias deles no papel de flipchart/lousa/projetor de teto.

**Diga:** Esta lista nos mostra que vemos anúncios em muitos lugares diferentes.

**Pergunte à turma:** Qual é o objetivo de todos estes anúncios? Por que há tantas mensagens chegando a nós de uma só vez?

**Selecione** 2 a 3 alunos para compartilharem suas ideias.

**Diga:** Vocês estão no caminho certo. O objetivo dos anúncios é nos vender alguma coisa.

**Pergunte à turma:** Quem pode sinceramente dizer que comprou alguma coisa por causa de um anúncio? Em outras palavras, quem sabe que algo que vocês ouviram ou leram em um anúncio fez com que vocês comprassem aquele produto ou fossem buscar algum serviço que uma empresa estava oferecendo?

**Selecione** 1 a 2 alunos para compartilharem um exemplo de algo que compraram por causa de um anúncio.

**Diga:** Acho que todos nós já compramos algo que parecia bonito em uma revista ou soava bem na televisão ou na internet.

**Pergunte à turma:** Há algum problema em comprar algo só porque vimos ou ouvimos em um anúncio?

**Selecione** 1 a 3 alunos para compartilharem suas ideias.

**Diga:** Muito bem, estas ideias são boas. Uma coisa que acho necessário lembrar é que sempre devemos nos assegurar de que estamos gastando nosso dinheiro com sabedoria. Se comprarmos todos os produtos que vemos em anúncios, então nossas finanças podem começar a sofrer.

**Diga:** Muitos de nós não avaliamos os anúncios que vemos e ouvimos todos os dias.

**Pergunte à turma:** Quem sabe o que eu quero dizer com “avaliar”?

**Selecione** 1 aluno para compartilhar suas ideias.

**Diga:** Quando avaliamos, fazemos uma espécie de julgamento. Quando avaliamos anúncios, nós os estamos julgando para ver se o que estão nos dizendo vale o suficiente para que gastemos nosso dinheiro. Hoje, vou contar uma estratégia para ajudar vocês a avaliar os anúncios que encontram todos os dias.

**Escreva** “AEIOU” no papel de flipchart/lousa/projetor de teto.

**Pergunte à turma:** O que é isso?

**Diga:** Vocês estão certos. São as vogais. Vamos usar estas letras para nos ajudar a avaliar anúncios.

**Escreva** “A — argumentar”.

**Diga:** Quando você se depara com um anúncio, você deveria se perguntar, por exemplo, “o que está sendo realmente vendido?” “O que o anúncio quer que eu pense ou faça?”

**Escreva** “E — estudar argumentos”.

**Diga:** Depois, vocês devem determinar o que anúncio está realmente dizendo. Às vezes, os anunciantes usam palavras de modo astuto. Precisamos observar bem de perto para ver o que estão realmente prometendo ou argumentando.

**Escreva** “I — investigar mais”.

**Diga:** Como sabemos que os anunciantes estão tentando nos vender algo, não precisamos necessariamente tomar apenas as perspectivas deles em consideração. Sempre que possível, devemos tentar fazer mais pesquisas sobre um produto, para ver o que outras pessoas falam sobre ele. Devemos determinar se os dados apoiam a mensagem do anúncio.

**Escreva** “O — oriente sua cabeça”.

**Diga:** Às vezes, acreditamos rapidamente no que vemos e ouvimos. Precisamos começar com uma mente aberta e dizer, para nós mesmos, que talvez tudo o que ouvimos ou vemos não é completamente verdade.

**Escreva** “U — use o bom senso para ver quem está falando”.

**Diga:** Devemos sempre nos lembrar que um anúncio reflete um ponto de vista. Precisamos determinar de quem é a mensagem para que possamos entender de onde a mensagem está vindo, e porque querem que nós a escutemos.

**Diga:** Lerei um breve cenário sobre um garoto chamado Mark. Depois da leitura, iremos discutir as decisões que Mark tomou.

**Leia** o cenário no Material B.

**Pergunte:** Por que vocês acham que Mark comprou os sapatos?

**Selecione** 1 a 2 voluntários para compartilharem suas ideias.

**Pergunte:** O que vocês acham que os anunciantes disseram de propósito para fazer um garoto comprar estes sapatos?

**Selecione** 1 a 2 voluntários para compartilharem suas ideias.

**Pergunte:** Vocês acharam errado comprar os sapatos? Alguém pode explicar porque acha que foi errado comprar os sapatos?

**Selecione** um voluntário para compartilhar suas ideias.

**Diga:** Muito bem, quem acha que não foi errado comprar os sapatos, pode explicar por que?

**Selecione** um voluntário para compartilhar suas ideias.

**Pergunte:** Qual decisão financeira teria sido melhor? Em outras palavras, qual teria sido a melhor forma de lidar com o dinheiro que ele ganhou de aniversário?

**Selecione** 2 a 3 alunos para compartilharem suas ideias.

**Diga:** Agora, vamos praticar usando a nossa estratégia. Gostaria que trabalhassem em duplas ou com três pessoas (dependendo do tamanho da turma). Vou dar um anúncio a cada dupla/grupo. Vocês devem usar a estratégia AEIOU para avaliar o anúncio. Vou dar sete minutos para concluir esta tarefa. Quando terminarem, teremos três minutos para que algumas duplas/grupos compartilhem algumas de suas conclusões.

***Observação:*** se os alunos tiverem computadores e acesso à internet, é possível escolher alguns grupos para que analisem anúncios on-line. Se escolher esta opção, direcione os alunos para visitar o website [www.kids.nationalgeographic.com/kids/](http://www.kids.nationalgeographic.com/kids/); [www.sikids.com/](http://www.sikids.com/); ou [www.timeforkids.com/TFK](http://www.timeforkids.com/TFK). Estes websites são voltados para crianças e contêm anúncios.

**Pergunte:** Alguém tem alguma dúvida?

**Distribua** os anúncios.

**Lembre-se** de continuar a orientar a atenção dos alunos para as notas AEIOU que estão postadas, enquanto fazem as avaliações.

**Diga:** Vocês têm mais dois minutos. Aproveitem estes dois minutos para concluir suas ideias.

**Diga:** Muito bem, o tempo acabou.

**Pergunte:** Quem gostaria de compartilhar alguma parte de sua avaliação?

**Selecione** 1 a 3 pares/grupos para compartilharem suas avaliações (ou segmentos das avaliações concluídas).

**Diga:** Vocês fizeram um trabalho excelente avaliando os anúncios criados por outras pessoas. Agora, iremos mudar nosso foco e todos vocês passarão a ser anunciantes.

### Atividade C – Criando um anúncio (20 minutos)

#### Materiais

##### Turma/Grupo

* Papel de flipchart
* Canetas marcadoras
* Cartões de informações sobre o produto e questões (1 por grupo ~ 7 cópias necessárias)

##### Aluno (um para cada aluno)

* Material C – Tipos de argumentos publicitários

**Diga:** Agora que tivemos a oportunidade de avaliar anúncios, vocês irão trabalhar em grupo para criar um anúncio. Cada grupo receberá um tipo de produto e terá entre sete e dez minutos para criar um anúncio para o seu produto. Vocês colocarão seus anúncios no papel de flipchart, e depois faremos uma galeria para avaliar cada um dos anúncios usando nossa estratégia AEIOU.

**Diga:** Antes de montarem os grupos e começarem, quero mostrar alguns recursos.

**Distribua** o Material C.

**Escreva** o seguinte na lousa:

*Lei da Comissão Federal de Comércio (Básico)*

Esta lei requer o seguinte:

* os anúncios devem ser verdadeiros e não enganosos
* os anunciantes devem ter provas para fundamentar seus argumentos
* os anúncios não podem ser injustos

**Diga:** A folha que vocês têm é a folha de exercícios Tipos de Argumentos Publicitários (Material C). Esta folha explica as diferentes técnicas usadas pelos anunciantes, e lhes fornece exemplos de cada técnica.

**Diga:** Na lousa, há informações básicas sobre a Lei da Comissão Federal de Comércio. Os anunciantes podem se sentir tentados a falsificar informações para tornar seus produtos melhores, mas o governo possui leis contra isso. A Comissão Federal de Comércio é a agência encarregada de monitorar os anúncios, e a Lei da Comissão de Comércio estabelece as orientações para o que os anunciantes podem ou não fazer. As informações na lousa são uma versão muito abreviada das regras que vocês devem seguir para criarem seus anúncios hoje. Essencialmente, vocês não devem praticar fraudes para vender seus produtos.

**Divida** os alunos em grupos pequenos. Você pode deixar que montem seus próprios grupos ou use algum outro método para isso. O ideal é não ter mais do que 3 a 4 alunos em cada grupo.

**Distribua** um cartão de produto, uma folha de papel de flipchart e canetas marcadoras para cada grupo.

**Leia** as instruções no cartão em voz alta.

**Dê** um minuto para cada grupo ler os cartões.

**Pergunte para a turma**: Alguém, ou algum grupo, tem alguma pergunta?

**Diga:** Vocês têm cerca de sete minutos para desenvolver seu anúncio e transferir as informações para o papel de flipchart. Ao terminarem, vou dar fita adesiva para vocês colarem seus anúncios na parede.

**Selecione** 1 a 2 grupos para serem “modelos” depois que os alunos começarem a trabalhar.

**Diga: Só para os grupos modelo!** Quero que seu grupo crie um anúncio questionável. Seu anúncio deve ser algo que as pessoas achem muito bom para ser verdade. Pensem sobre a história que ouvimos sobre Mark e o que aqueles anunciantes fizeram para que Mark comprasse seus produtos. Vocês podem usar aquilo como um exemplo do que fazer. Queremos ver se seus colegas decidem que talvez comprar seu produto não seja o melhor uso para o dinheiro.

**Pergunte:** Entenderam? Vocês têm alguma dúvida?

**Responda** a qualquer pergunta do grupo.

**Dê** sete minutos aos alunos para trabalharem em grupo para concluir a tarefa.

**Circule** pela sala enquanto os grupos trabalham e responda a todas as perguntas.

**Diga:** Vocês têm mais três minutos.

**Diga:** Vocês têm mais dois minutos. Se não começaram, vocês devem iniciar a transferência de seu anúncio ao papel.

**Diga:** Vocês têm mais um minuto. Vocês precisam terminar seus anúncios e começar a colocá-los ao redor da sala (ou no local indicado).

**Distribua** tiras de fita aos alunos, para que possam colocar seus anúncios na parede.

**Diga:** Muito bem, vejo alguns anúncios interessantes pela sala. Quero dar a oportunidade de todos verem os anúncios e avaliá-los. Cada um precisa pegar uma folha de papel e uma caneta ou lápis. Vamos passar pelos anúncios, para que possamos olhar todos, e usaremos nossa estratégia para avaliá-los.

**Diga:** Vou dar de 4 a 5 minutos para que andem pela sala e avaliem cada anúncio. Quero que usem a estratégia AEIOU enquanto observam cada anúncio. Escrevam as respostas às perguntas que vocês farão a si mesmos e qualquer outra ideia, dúvida e pensamentos que vierem à cabeça. Quando acabarmos, concluiremos com uma discussão.

**Dê** de 4 a 5 minutos para que os alunos andem pela sala e vejam cada anúncio/cartaz.

**Lembre** os alunos, à medida que caminham pela sala, que eles devem escrever uma avaliação de cada anúncio usando a estratégia AEIOU.

**Diga:** Vocês têm mais dois minutos.

**Diga:** Vocês têm mais um minuto.

***Observação****:* se você perceber que os alunos terminam antes do prazo, peça a todos que sentem e passe para o próximo segmento da lição.

**Diga:** Todos fizeram um bom trabalho. Vamos falar sobre o que percebemos enquanto vimos os anúncios.

**Discuta** o que os alunos perceberam. Incentive-os a consultar as notas que tomaram enquanto caminhavam, e a estratégia AEIOU. Pergunte aos alunos quais anúncios eles acharam melhores. Pergunte se algum anúncio usa fraude ou faria com que eles se perguntassem se os argumentos eram verdadeiros.

**Diga:** Esta atividade ajudou a dar para vocês outra perspectiva sobre a publicidade e o uso de argumentos. Acho que agora vocês podem ver como os anunciantes usam várias táticas diferentes para nos persuadir. Espero que vocês também entendam como é importante nós realmente avaliarmos todas as informações publicitárias que recebemos diariamente. Só depois de avaliarmos o anúncio é que podemos tomar decisões sábias e informadas sobre se devemos gastar nosso dinheiro com os produtos deles.

**Pergunte**: Alguém tem comentários ou dúvidas finais?

### Comentários finais (5 minutos)

#### Materiais

##### Aluno (um para cada aluno)

* Material D – Bilhetes de saída

**Diga:** Hoje, aprendemos sobre publicidade e os diferentes argumentos usados para nos convencer a comprar diferentes produtos e serviços. Também aprendemos uma estratégia que podemos usar para nos ajudar a avaliar anúncios, e usamos esta estratégia em anúncios reais. Finalmente, vocês tiveram a oportunidade de criar os seus próprios anúncios. Hoje vocês receberam muitas informações. Quero lhes dar uma oportunidade para ver o que guardaram, e o que aprenderam sobre os diferentes passos que podem tomar para avaliar os anúncios, antes de gastar seu dinheiro. Vou distribuir seus bilhetes de saída. Preencham a folha e, ao terminar, eu gostaria que vocês me devolvessem a folha.

**Diga:** Darei três minutos para preencherem a folha.

**Dê** três minutos para que os alunos preencham o bilhete de saída. Quando o tempo acabar, colete as folhas de exercício preenchidas pelos alunos.

**Diga:** Muito obrigado por me deixarem passar um tempo com vocês hoje. Avaliar as informações que recebemos, especialmente na forma de anúncios, é uma habilidade valiosa e, hoje, vocês aprenderam uma estratégia que ajuda a fazer isso. Eu gostei de trabalhar com vocês todos hoje.

## Avaliação do aprendizado do aluno

### Durante a lição/em classe

* Folha de exercícios V/F (Material A)
* Avaliação de anúncio impresso ou de internet usando a estratégia AEIOU
* Criação de anúncio original
* Análise dos anúncios e discussão
* Bilhete de saída (Material D)

### Ideias para avaliação pós-lição

* Os alunos podem comparar dois anúncios de televisão vendendo o mesmo produto. Eles podem avaliar os pontos fortes e fracos dos argumentos apresentados por cada empresa.
* Os alunos podem pesquisar empresas que foram acusadas de anúncios enganosos ou que foram forçadas a alterar os argumentos de seus anúncios. (Frosted Mini Wheats é um bom exemplo atual. Listerine é outro produto com uma longa história nesta área).
* Os alunos podem comparar anúncios mais velhos e seus argumentos, em relação a anúncios atuais. Anúncios antigos podem ser encontrados em:<http://library.duke.edu/digitalcollection/adaccess/>.

## Extensões/enriquecimento

* Os professores podem pedir que os alunos mantenham um “Registro de Anúncios”. Durante o final de semana, instrua os alunos a registrar quantas promoções eles recebem por dia. Os alunos criam uma folha de registro para registrar todos os anúncios que encontram. Os alunos devem registrar a data, a hora, o lugar em que viram o anúncio e a sua natureza (o que ele vendia).
* Peça aos alunos que visitem o website [www.admongo.gov](http://www.admongo.gov). Este site é patrocinado pela Comissão Federal de Comércio e ensina os alunos sobre publicidade.
* Peça que os alunos visitem o FTC Virtual Mall (<http://www.ftc.gov/YouAreHere>). Direcione os alunos para a seção “East Terrace” do website. Aqui, eles farão atividades com o objetivo de fazer com que explorem os argumentos usados pelos anunciantes.