Responsabilidad financiera y toma de decisiones

Evaluación de la información financiera

Programa de educación financiera de PwC

Índice

[Introducción 3](#_Toc343078503)

[Descripción de la lección 3](#_Toc343078504)

[Grado(s) 3](#_Toc343078505)

[Duración de la lección 3](#_Toc343078506)

[Preparación previa a la visita 3](#_Toc343078507)

[Objetivos de aprendizaje del estudiante 3](#_Toc343078508)

[Materiales 4](#_Toc343078509)

[Preparación de 5 minutos 4](#_Toc343078510)

[Antecedentes 4](#_Toc343078511)

[Vocabulario 4](#_Toc343078512)

[Fuentes 4](#_Toc343078513)

[Actividades de la lección 5](#_Toc343078514)

[Evaluación/comprobación de aprendizaje del estudiante 12](#_Toc343078515)

[Extensiones/enriquecimiento 12](#_Toc343078516)

# 

## Introducción

“La realidad es que no todos los niños conocen los principios básicos del ahorro y la inversión. Es un conocimiento necesario para tener éxito en nuestra economía”.

- Secretario de Educación, Arne Duncan, abril de 2011.

La historia reciente remarca la necesidad inmediata de que la juventud desarrolle conocimientos de matemática y de educación financiera, y de todas formas, los datos actuales demuestran una falta de acceso a programas para que los estudiantes aprendan:

* Casi dos tercios de los estudiantes secundarios actuales no saben nada de finanzas. \*
* El estudiante de último año de secundario promedio solo puede responder a la mitad de las preguntas en una   
  prueba de conocimientos financieros básicos.\*\*
* EE. UU. alcanzó el puesto 24 entre los 35 países encuestados para saber el rendimiento matemático de los estudiantes de cuarto grado. \*\*\*

El plan educativo adjunto sobre educación financiera está diseñado para aumentar el conocimiento de educación financiera de los estudiantes. Su conocimiento experto y los ejemplos de la vida real, junto con este plan educativo de una hora conforme a los estándares nacionales de educación financiera personal, completarán una brecha crítica en nuestro sistema educativo actual y prepararán mejor a la próxima generación de líderes para tomar decisiones financieras sólidas y ser ciudadanos productivos.

Aplaudimos sus esfuerzos para reforzar la comprensión de los estudiantes sobre conceptos críticos para la salud de nuestra economía y la estabilidad de nuestra nación. Además, le agradecemos por ser un embajador para PwC, al reforzar nuestro compromiso de ayudar a los estudiantes a mejorar sus conocimientos de finanzas y a la educación juvenil en general.

## Descripción de la lección

Los estudiantes analizarán y evaluarán afirmaciones publicitarias. Los estudiantes revisarán en Internet e imprimirán fuentes de información de productos y listarán las ventajas y desventajas de cada una. Los estudiantes desarrollarán una promoción publicitaria, y sus compañeros evaluarán los reclamos financieros y determinarán la validez de los reclamos.

## Grado(s)

6-8

## Duración de la lección

45 a 60 min

## Preparación previa a la visita

* Revise el material de preparación de 5 minutos para familiarizarse con el vocabulario del tema de la lección
* Revise los folletos para saber su estructura y requisitos
* Revise tarjetas de productos para familiarizarse con cada tipo de producto y las preguntas.
* Obtenga el material de la lección enumerado bajo la sección “Materiales” a continuación.

## Objetivos de aprendizaje del estudiante

Los estudiantes podrán:

* Defina publicidad, afirmación y fraude
* Identifique varias afirmaciones utilizadas por publicitarios para atraer al público
* Identifique varios tipos de anuncios en Internet, en los sitios web
* Enumere las ventajas y desventajas de las fuentes gráficas y en línea de la información de productos
* Cree una promoción publicitaria
* Evalúe las promociones publicitarias creadas por sus compañeros

## Materiales

Para hasta 30 estudiantes, obtenga, con anticipación:

### Clase/Grupo

* Papel para gráficos
* Marcadores
* Cinta adhesiva de pintor
* Folleto B - Situación de Mark (1 copia para que lea cada facilitador)

### Estudiante

* Folleto A: ¿Qué les parece? (1 por estudiante ~ 30 copias)
* Anuncios impresos de muestra de revistas o periódicos (1 por pareja/grupo ~ 15 publicidades)
* Folleto C - Tipos de afirmaciones publicitarias (1 por estudiante ~ 30 copias)
* Tarjetas de productos (1 tarjeta por grupo ~ 1 copia)
* Folleto D - Comprobante de salida (1 por estudiante ~ 30 copias)

# Preparación de 5 minutos

## Antecedentes

Cada día todos nosotros recibimos muchos mensajes de compañías que intentan atraernos a comprar sus productos o utilizar sus servicios. Estas publicidades se pueden encontrar en fuentes gráficas, como revistas y carteles publicitarios, y en Internet cuando navegamos. Las personas que no tienen cuidado de discernir estos mensajes pueden verse persuadidos a adquirir productos y servicios que pueden o no cumplir con sus afirmaciones publicitarias. Para ser consumidores capacitados y expertos debemos tomarnos el tiempo para evaluar los mensajes que recibimos, antes de utilizar nuestras finanzas personales para adquirir estos productos.

## Vocabulario

* **Publicidad:** Llamar la atención del público especialmente señalando cualidades deseables para crear el deseo de comprar o de hacer negocios
* **Afirmación:** La parte verbal o impresa de un anuncio que proclama la superioridad del producto que se publicita
* **Fraude:** Uso de métodos deshonestos para engañar a otra persona con algo valioso

## Fuentes

Información de antecedentes y adaptaciones de vocabulario sobre la base de la información de:

* \* Consejo para la educación económica: <http://www.councilforeconed.org/news/story.php>? story\_id=20
* \*\* Jump$tart, Jump$tart 2006 Preguntas sobre conocimientos financieros:
* <http://www.savinga>dvice.com/tools/quizzes/jumpstart-financial-literacy.html
* **\*\*\*** Comunicado de prensa del Departamento de Educación de los EE. UU.**,** *Los estudiantes estadounidenses muestran un progreso constante en matemáticas, con puestos altos en Tendencias en estudios de ciencias y matemáticas internacionales (TIMSS) de la Comparación internacional de la educación*
* Vocabulario adaptado de El lenguaje de las afirmaciones publicitarias:<http://sunset.backbone.olemiss.edu/~egjbp/comp/ad-claims.html>
* Vocabulario adaptado del diccionario Merriam Webster para niños: [www.wordcentral.com](http://www.wordcentral.com)
* Vocabulario adaptado de Wikipedia.com:[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
* Tipos de afirmaciones publicitarias, adaptados de El lenguaje de las afirmaciones publicitarias:<http://sunset.backbone.olemiss.edu/~egjb/comp/ad-claims.html>
* Ley de la Comisión Federal de Comercio - principios básicos adaptados de la Comisión Federal de Comercio: [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)

## Actividades de la lección

### Saludar

**Diga:** ¡Hola a todos! Mi nombre es \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ y estoy muy feliz de trabajar con ustedes hoy. Dedicaremos un tiempo a analizar las publicidades.

### Actividad A - ¿Qué sabemos ya sobre publicidad y anuncios? (5 minutos)

#### Materiales

##### Clase/Grupo

* Papel para gráficos
* Marcadores

##### Estudiante (uno por cada estudiante)

* Folleto A: ¿Qué les parece?

**Pregunte:** ¿Cuántos de ustedes saben qué es un anuncio publicitario?

**Cuente** la cantidad de manos alzadas.

**Diga:** Bien. Parece que la mayoría de ustedes tiene conocimientos sobre anuncios publicitarios. Tomémonos un minuto para ver cuánto pueden saber de estos.

**Distribuya** el Folleto A.

**Diga:** Cada uno de ustedes, tómense un momento, no más de un minuto, para responder las preguntas de la planilla que les acabo de dar. Cuando terminen compartiremos nuestras respuestas.

**Dé** a los estudiantes aproximadamente un minuto para completar el Folleto A.

**Diga:** Bien, parece que la mayoría de ustedes terminó de responder las preguntas. Tomémonos un minuto para compartir nuestras respuestas.

**Pregunte:** ¿A quién le gustaría compartir su respuesta a la primera pregunta?

**Lea** la primera pregunta.

**Seleccione a** un voluntario para que comparta su respuesta.

**Diga:** Gracias. ¿Alguien no está de acuerdo con esa respuesta?

**Seleccione** a un estudiante que tenga una respuesta opuesta.

**Pregunte:** ¿Por qué crees que no es (verdadero/falso)?

**Dé** al estudiante algo de tiempo para que explique su punto de vista.

**Diga:** Bien, parece que podemos tener algunas diferencias de opiniones. Repasemos las preguntas restantes y verificaremos cuántos de ustedes respondieron verdadero y cuántos respondieron falso.

**Lea** cada uno de los enunciados restantes. Después de leer cada enunciado,

**Pida:** Que levanten la mano los estudiantes que marcaron “verdadero”, y luego que lo hagan quienes votaron “falso”.

**Diga** Ahora les leeré las respuestas correctas a cada pregunta.

**Lea** las respuestas correctas en voz alta.

**Diga:** Ahora nos tomaremos un poco más de tiempo para analizar las publicidades y las afirmaciones que realizan los publicitarios. Debatiremos maneras de evaluar la información que nos dan, para poder tomar decisiones correctas sobre cómo elegir en qué gastamos nuestro dinero.

### Actividad B - Evaluación de afirmaciones publicitarias (20 minutos)

#### Materiales

##### Clase/Grupo

* Folleto B - Situación de Mark (1 copia para el facilitador)
* Marcadores y papel para gráfico/pizarra blanca/pizarrón/proyector y transparencias
* Anuncios gráficos de muestra, de revistas o de periódicos (también se pueden obtener de [www.myprofessionaladvertising.com/Print%20Advertising.htm](http://www.myprofessionaladvertising.com/Print%20Advertising.htm))

**Diga:** La publicidad está a nuestro alrededor.

**Pregunte a la clase:** ¿En qué lugares entramos en contacto con las publicidades?

**Seleccione** de 3 a 5 estudiantes para que compartan sus ideas.

**Anote** sus ideas en el papel para gráfico/pizarra/proyector.

**Diga:** Esta lista nos muestra que vemos publicidad en muchos lugares diferentes.

**Pregunte a la clase:** ¿Cuál es el objetivo de toda esta publicidad? ¿Por qué nos llegan al mismo tiempo tantos mensajes?

**Seleccione** de 2 a 3 estudiantes para que compartan sus ideas.

**Diga:** Están definitivamente en el camino correcto. El objetivo de las publicidades es vendernos algo.

**Pregunte a la clase:** ¿Cuántos de ustedes pueden decir con honestidad que compraron algo por una publicidad? En otras palabras, ¿cuántos de ustedes saben que algo que oyeron o vieron en un anuncio hizo que desearan comprar ese producto o recibir algún tipo de servicio que ofrecía un negocio?

**Seleccione** de 1 a 2 estudiantes para que compartan un ejemplo de algo que compraron por una publicidad.

**Diga:** Creo que todos nosotros hemos ejercido la práctica alguna vez de comprar algo porque parecía bueno en una revista o porque sonaba bien en la televisión o en Internet.

**Pregunte a la clase:** ¿Hay algún problema con comprar algo solo porque lo oímos o lo vimos en un anuncio?

**Seleccione** de 1 a 3 estudiantes para que compartan sus ideas.

**Diga:** Bien, son buenos puntos. Creo que algo que debemos tener en cuenta es que siempre deseamos asegurarnos de que gastamos con prudencia nuestro dinero. Si saltamos sobre cada producto que vemos en un anuncio, nuestras finanzas pueden empezar a verse perjudicadas.

**Diga:** Muchos de nosotros no nos tomamos el tiempo de evaluar los anuncios que vemos y oímos a diario.

**Pregunte a la clase:** ¿Quién sabe lo que quiero decir con ‘evaluar’?

**Seleccione** a 1 estudiante para que comparta sus ideas.

**Diga:** Cuando evaluamos, emitimos una especie de juicio. Cuando evaluamos anuncios publicitarios, los juzgamos para ver si lo que nos dicen es suficientemente valioso para que gastemos nuestro dinero. Hoy voy a compartir una estrategia para ayudarles a evaluar las publicidades que encuentran todos los días.

**Anote** en el papel de gráfico/pizarra/proyector “AEIOU”.

**Pregunte a la clase:** ¿Qué son?

**Diga:** Correcto. Son vocales. Vamos a usar estas letras para evaluar publicidades.

**Anote** “A: hacer preguntas”.

**Diga:** Cuando ven un anuncio, deben hacerse preguntas como “¿Qué es lo que realmente vende? ¿Qué quiere que piense o haga el anuncio?”

**Anote** “E: evaluar afirmaciones”.

**Diga:** Ahora deben determinar lo que realmente está diciendo el anuncio. A veces, los publicitarios utilizan palabras en forma engañosa. Debemos analizar de cerca para ver lo que realmente prometen o afirman.

**Anote** “I: investigar más”.

**Diga:** Como sabemos que los publicitarios intentan vendernos algo, no debemos necesariamente tomar en cuenta solo su perspectiva. Si es posible, debemos intentar investigar más el producto para ver lo que dicen otras personas de él. Debemos determinar si los hechos apoyan el mensaje del anuncio.

**Anote** “O: abrir la mente”.

**Diga:** A veces, creemos demasiado rápidamente en lo que vemos o escuchamos. Debemos empezar con una mente abierta y decirnos a nosotros mismos que tal vez todo lo que oímos o vemos no es completamente cierto.

**Anote** “U: entender quién habla”.

**Diga:** Siempre debemos recordar que una publicidad viene desde una perspectiva. Debemos determinar quién entrega el mensaje, para poder entender de dónde provienen y por qué desean que los escuchemos.

**Diga:** Les leeré una breve situación sobre un niño llamado Mark. Después de leerlo, debemos debatir las decisiones que tomó Mark.

**Lea** la situación del Folleto B.

**Pregunte:** ¿Por qué creen que Mark compró los zapatos?

**Seleccione** de 1 a 2 voluntarios para compartir sus ideas.

**Pregunte:** ¿Qué cosas creen ustedes que los publicitarios dijeron a propósito para que un niño desee comprar esos zapatos?

**Seleccione** de 1 a 2 voluntarios para compartir sus ideas.

**Pregunte:** ¿Creen que fue un error comprar los zapatos? ¿Alguno que crea que estuvo equivocado en comprar los zapatos me puede decir el motivo?

**Seleccione** a 1 voluntario para que comparta sus ideas.

**Diga:** Bien, ¿alguno que no considere que estuvo equivocado en comprar los zapatos puede compartir sus ideas?

**Seleccione** a 1 voluntario para que comparta sus ideas.

**Pregunte:** ¿Cuál podría haber sido una mejor decisión financiera? En otras palabras, ¿cuál podría haber sido una mejor manera de administrar el dinero de su cumpleaños?

**Seleccione** de 2 a 3 estudiantes para que compartan sus ideas.

**Diga:** Ahora practicaremos utilizar nuestra estrategia. Cada uno de ustedes trabajará con un compañero o en grupos de 3 (según la cantidad de estudiantes de la clase). Le daré a cada pareja/grupo una publicidad. Deben usar la estrategia AEIOU para evaluar el anuncio. Les daré 7 minutos aproximadamente para que hagan esto. Cuando terminen todos, nos tomaremos 3 minutos para que algunos grupos/parejas compartan sus conclusiones.

***Nota:*** Si los estudiantes tienen computadoras y acceso a Internet, pueden optar por hacer que algunos grupos analicen publicidades que encuentren en línea. Si elige esta opción, puede indicar a los estudiantes que visiten [www.kids.nationalgeographic.com/kids/](http://www.kids.nationalgeographic.com/kids/); [www.sikids.com/](http://www.sikids.com/); [www.timeforkids.com/TFK](http://www.timeforkids.com/TFK). Todos estos sitios son diseñados para niños y contienen anuncios.

**Pregunte:** ¿Alguno tiene alguna pregunta?

**Distribuya** las publicidades.

**Recuerde** seguir dirigiendo la atención de los estudiantes a las notas de AEIOU que están publicadas, mientras trabajan en sus evaluaciones.

**Diga:** Tienen aproximadamente dos minutos más. Dediquen estos últimos dos minutos a finalizar sus reflexiones.

**Diga:** Bien, se acabó el tiempo.

**Pregunte:** ¿Hay algunos grupos/parejas que deseen compartir alguna parte de sus evaluaciones?

**Seleccione** de 1 a 3 parejas/grupos para que compartan sus evaluaciones (o segmentos de la evaluación realizada).

**Diga:** Todos hicieron un gran trabajo en la evaluación de publicidades creadas por otros. Ahora vamos a cambiar nuestro foco y todos van a convertirse en publicitarios.

### Actividad C - Cómo crear una publicidad (20 minutos)

#### Materiales

##### Clase/Grupo

* Papel para gráficos
* Marcadores
* Tarjetas de información de producto y preguntas (1 por grupo ~ 7 copias necesarias)

##### Estudiante (uno por cada estudiante)

* Folleto C - Tipos de afirmaciones publicitarias

**Diga:** Ahora que tuvieron la oportunidad de evaluar publicidades van a trabajar en grupos para crear una publicidad. Cada grupo tendrá asignado un tipo de producto y tendrán aproximadamente de 7 a 10 minutos para diseñar un anuncio para su producto. Vamos a poner sus anuncios en el papel de gráficos y luego haremos un recorrido para evaluar cada anuncio usando nuestra estrategia AEIOU.

**Diga:** Antes de armarse los grupos y comenzar, quiero revisar algunos recursos.

**Distribuya** el Folleto C

**Anote** lo siguiente en la pizarra:

*Ley de la Comisión Federal de Comercio (principios básicos)*Esta ley exige lo siguiente:

* La publicidad debe ser realista y no engañosa
* Los publicitarios deben tener evidencia para respaldar sus afirmaciones
* Las publicidades no pueden ser desleales

**Diga:** La hoja que tienen es la planilla de Tipos de afirmaciones publicitarias (Folleto C). Esta hoja explica diferentes técnicas usadas por publicitarios y les brinda ejemplos de cada técnica.

**Diga:** En la pizarra hay una hoja de engaños básicos de la Ley de la Comisión Federal de Comercio. Los publicitarios se pueden ver tentados de inventar información para que sus productos suenen bien, pero el Gobierno tiene leyes contra esto. La Comisión Federal de Comercio es la agencia a cargo de controlar las publicidades, y la Ley de la Comisión de Comercio brinda pautas sobre lo que los publicitarios pueden o no hacer. La información de la pizarra es una forma muy abreviada de las normas que deben seguir cuando crean sus anuncios hoy en día. Fundamentalmente, no tienen permitido cometer fraude para vender un producto.

**Divida** a los estudiantes en pequeños grupos. Puede contarlos, seleccionar a sus propios compañeros o usar otro método para armar los grupos. Sería ideal que no haya más de 3 a 4 estudiantes por grupo.

**Entregue** a cada grupo una tarjeta de producto, una hoja de papel para gráficos y marcadores.

**Lea** en voz alta las instrucciones de la tarjeta.

**Deje** un minuto para que cada grupo revise las tarjetas.

**Pregunte a la clase**: ¿Alguien, o algún grupo, tiene alguna pregunta?

**Diga:** Tienen todos aproximadamente 7 minutos para desarrollar su anuncio y transferir la información al papel para gráficos. Cuando terminen, les daré cinta para publicar sus anuncios en la pared.

**Seleccione** de 1 a 2 grupos para que sean “campaneros” después de que los estudiantes empiecen a trabajar.

**Diga: ¡Solo para grupos campaneros!** Su grupo creará una publicidad cuestionable. Su anuncio deberá ser algo que la gente pueda creer demasiado bueno para ser cierto. Piensen en la historia de Mark que escuchamos, y lo que hicieron los publicitarios para que Mark deseara comprar su producto. Pueden usar eso como ejemplo para saber qué hacer. Deseamos ver si sus compañeros deciden que tal vez comprar su producto no es el mejor uso para su dinero.

**Pregunte:** ¿Entienden? ¿Alguna pregunta?

**Responda** cualquier pregunta del grupo.

**Dé** 7 minutos a los estudiantes para que trabajen en grupos para completar la tarea.

**Circule** por la sala mientras trabajan los grupos y responda a todas las preguntas.

**Diga:** Tienen aproximadamente 3 minutos más.

**Diga:** Tienen aproximadamente 2 minutos más. Si no han empezado, deben comenzar a trasladar su publicidad al papel para gráficos.

**Diga:** Tienen aproximadamente 1 minuto más. Deben terminar sus anuncios y comenzar a publicarlos en la sala (o en un lugar designado).

**Distribuya** tiras de cinta adhesiva entre los estudiantes para que puedan pegar sus anuncios en las paredes.

**Diga:** Bien, veo algunos interesantes anuncios publicados en la sala. Todos tendrán la oportunidad de ver todos los anuncios y de evaluarlos. Cada uno tome una hoja de papel y algo para escribir. Haremos un recorrido para poder ver todos los anuncios y usar nuestra estrategia de evaluación de los anuncios.

**Diga:** Les daré de 4 a 5 minutos aproximadamente para recorrer la sala y evaluar cada anuncio. Deben utilizar la estrategia AEIOU al ver cada anuncio. Anoten sus respuestas a las preguntas que se hagan a sí mismos y toda otra reflexión, pregunta e idea que se les ocurra. Cuando terminemos, finalizaremos con un debate.

**Dé** 4 a 5 minutos a los estudiantes para que recorran y vean cada póster/anuncio.

**Recuerde** a los estudiantes, mientras hacen el recorrido, que deben escribir una evaluación de cada anuncio, usando la estrategia AEIOU.

**Diga:** Tienen 2 minutos más.

**Diga:** Tienen 1 minuto más.

***Nota****:* Si se da cuenta de que los estudiantes terminan antes del tiempo asignado, debe finalizar el recorrido y pasar al siguiente segmento de la lección.

**Diga:**  Buen trabajo a todos. Hablemos un minuto sobre lo que hemos notado al hacer el recorrido.

**Hable** sobre lo que notaron los estudiantes. Recomiéndeles consultar las notas que tomaron al hacer el recorrido y la estrategia AEIOU. Pregunte a los estudiantes qué anuncios encontraron más exitosos. Pregunte si algún anuncio pareció usar el fraude o les haría cuestionar si las afirmaciones eran reales.

**Diga:** Esta actividad les ayudó a darles otra perspectiva sobre la publicidad y el uso de afirmaciones. Creo que ahora pueden ver cómo usan los publicitarios muchas tácticas diferentes para persuadirnos. Espero que también entiendan lo importante que es para nosotros evaluar realmente toda la información publicitaria que recibimos a diario. Solo después de evaluar la publicidad podemos tomar decisiones inteligentes e informadas sobre si debemos gastar dinero en sus productos.

**Pregunte**: ¿Alguno tiene alguna reflexión o pregunta final?

### Reflexiones de cierre (5 minutos)

#### Materiales

##### Estudiante (uno por cada estudiante)

* Folleto D - Comprobantes de salida

**Diga:** Hoy aprendimos cosas sobre la publicidad y las diferentes afirmaciones usadas para persuadirnos de comprar diferentes productos y servicios. También aprendimos una estrategia que podemos usar para evaluar publicidades y utilizamos esa estrategia en algunos anuncios reales. Finalmente, tuvieron la oportunidad de crear publicidades propias. Todos han recibido mucha información hoy. Les doy la oportunidad de ver qué recuerdan y qué aprendieron sobre los diferentes pasos que pueden seguir para evaluar publicidades antes de gastar su dinero. Les distribuiré su comprobante de salida. Tómense un minuto para completar la hoja y cuando terminen, me la pueden devolver.

**Diga:** Tienen 3 minutos para completar la hoja.

**Dé** 3 minutos a los estudiantes para completar el comprobante de salida. Cuando se acabe el tiempo, recolecte las planillas completadas de los estudiantes.

**Diga:** Muchas gracias por permitirme pasar este tiempo con ustedes hoy. Evaluar información que recibimos, especialmente en la forma de publicidades, es una habilidad valiosa, y hoy ustedes aprendieron una estrategia para lograr esto. Realmente disfruté de trabajar con ustedes hoy.

## Evaluación/comprobación de aprendizaje del estudiante

### Durante la lección/En clase

* Planilla de Verdadero/Falso (Folleto A)
* Evaluación de anuncio web/gráfico usando la estrategia AEIOU
* Creación de publicidad original
* Notas del recorrido y debate
* Comprobante de salida (Folleto D)

### Ideas para evaluaciones posteriores a la lección

* Los estudiantes pueden comparar dos anuncios televisivos que venden el mismo producto. Pueden evaluar ventajas y desventajas de las afirmaciones que realiza cada compañía.
* Los estudiantes pueden investigar compañías que han sido acusadas de falsa publicidad u obligadas a cambiar sus afirmaciones de los anuncios. (Frosted Mini Wheats es un buen ejemplo contemporáneo. Listerine es otro producto que tiene una larga trayectoria en esta área).
* Los estudiantes pueden comparar anuncios antiguos y sus afirmaciones con los anuncios contemporáneos. Los anuncios históricos se pueden encontrar en:<http://library.duke.edu/digitalcollection/adaccess/>.

## Extensiones/enriquecimiento

* Los maestros pueden indicar a los estudiantes que tengan un “Registro de anuncios”. Durante el fin de semana, indique a los estudiantes que registren cuántas promociones reciben a diario. Los estudiantes crean una hoja de registro con todos los anuncios que ven. Los estudiantes deben registrar fecha, hora, lugar donde se vio, y naturaleza del anuncio (para qué era).
* Indique a los estudiantes que visiten el sitio web [www.admongo.gov](http://www.admongo.gov). Este sitio está patrocinado por la Comisión Federal de Comercio y enseña a los estudiantes cosas sobre publicidad.
* Indique a los estudiantes que visiten el Centro comercial virtual de FTC (<http://www.ftc.gov/YouAreHere>). Indique a los estudiantes que se dirijan a la parte “East Terrace” del sitio. Aquí participarán en actividades diseñadas para que exploren las afirmaciones que utilizan los publicitarios.