



## **Lesson Objectives: Campaign Curriculum**

### **Unit 1**

#### Lesson 1

Students will:

- Interpret data about voting patterns by age group
- Discuss possible reasons for current turnout statistics
- Write an essay articulating why they think young people should vote

#### Lesson 2

Students will:

- Identify necessary qualities for effective leadership in a democracy
- Identify the roles and responsibilities of citizens in a representative democracy

#### Lesson 3

Students will:

- Determine the races they will be following in the upcoming election
- Understand the responsibilities of the offices up for election

### **Unit 2**

#### Lesson 1

Students will:

- Identify issues in their community
- Understand the interrelation among various issues in the community
- Conduct neighborhood interviews to validate classroom perceptions
- Classify issues according to issue subject

#### Lesson 2

Students will:

- Interpret data to identify trends in their community
- Understand the impact of community trends on community issues
- Evaluate data analysis as a means of identifying community issues

#### Lesson 3

Students will:

- Understand the elements of survey design
- Interpret poll results
- Evaluate polling as a means of identifying community issues
- Classify issues according to issue subject

#### Lesson 4

Students will:

- Compare neighborhood survey results to classroom findings
- Demonstrate democratic deliberation to determine their Youth Issues Agenda
- Provide evidence to support why their chosen issues are important to the community

#### Lesson 5

Students will:

- Graphically represent a campaign
- Understand how federalism impacts issues in a campaign
- Identify possible formats for capstone projects

### **Unit 3**

#### Option 1

Students will:

- Discuss the role of candidate advertising in a campaign
- Evaluate candidate advertising as a source of information about candidates' positions
- Research candidates' advertising to determine their position on the students' chosen issue

#### Option 2

Students will:

- Discuss the role of candidate websites in a campaign
- Evaluate candidate websites as a source of information about candidates' positions
- Research candidates' websites to determine their positions on the students' chosen issue

#### Option 3

Students will:

- Discuss the role of candidate debates and forums in a campaign
- Evaluate debates and forums as a source of information about candidates' positions
- Research candidates' websites to determine their positions on the students' chosen issue

#### Option 4

Students will:

- Develop questions for a candidate for elected office about their chosen issue
- Discuss the role of face-to-face meetings with candidates in a campaign
- Meet with a candidate for elected office to determine his/her position on the students' chosen issue
- Evaluate face-to-face meetings with candidates as a source of information about candidates' positions

#### Option 5

Students will:

- Discuss the role of writing to candidates in a campaign
- Evaluate writing to candidates as a source of information about their positions on the students' chosen issue
- Use candidates' responses to determine their positions on the students' chosen issue

## **Unit 4**

### Lesson 1

Students will:

- Examine citizens' information needs in a campaign
- Identify the role of the media in a campaign
- Understand the role of the First Amendment in ensuring access to information about campaigns

### Lesson 2

Students will:

- Evaluate the strengths and weaknesses of each form of media in fulfilling media's roles in a campaign
- Identify media coverage of the candidates' positions on their chosen issue
- Determine which roles the local media have played in covering their chosen issue
- Compare media coverage of the candidates to the ways in which the candidates represent their positions in their advertising, on their websites, in debates and forums, or at in-person meetings

## **Unit 5**

### Lesson 1

Students will:

- Share their candidate or election research with the community

### Lesson 2

Students will:

- Conduct a mock election
- Tally results to determine the mock election winner(s)

## **Unit 6**

### Lesson 1

Students will:

- Compare actual election results to their mock election results
- Discuss possible reasons for election results
- Discuss ways to increase voter turnout, particularly among 18- to 24-year-olds

### Lesson 2

Students will:

- Write a letter to the newly elected official on the students' chosen issue or ways to increase voter turnout

### Lesson 3

Students will:

- Reflect on their accomplishments over the course of the semester
- Understand that civic engagement is an ongoing responsibility for all citizens



# Unit 1

## Student Voices, Politics and Participation

## Unit Overview

### Introduction

This unit provides an introduction to Student Voices, focusing on the question of why so few young people vote and why there is a need for young people to learn more about the political process, issues, and candidates.

#### **Lesson 1: Who Votes?**

In this lesson, students examine and interpret data about voting patterns by age group. They consider the question of why young people (ages 18-24) vote at lower rates than older people, and think about the implications of non-voting for a democracy.

#### **Lesson 2: What Makes a Leader? What Makes a Citizen?**

Students examine leadership qualities by identifying those they see demonstrated in their own lives and those demonstrated by mayors or others in their community with different leadership styles. Students then identify the roles and responsibilities of citizens in a democracy.

#### **Lesson 3: Who Are We Voting For?**

Students identify the election(s) they will be following over the course of the semester and examine the responsibilities of the office(s) being sought.



## Overview

### Lesson Objectives

Students will:

- Interpret data about voting patterns by age group
- Discuss possible reasons for current turnout statistics
- Compose a thesis statement articulating why it is important for young people to vote

### Preparation before Lesson 1

- Make one copy of [Who Votes?](#) reading for each student



### Lesson Plan

1. Introduce the students to the Student Voices program. Share with students that:
  - Student Voices is a program in schools across the country designed to encourage young people to find and use their civic voices in making a positive difference in their communities.
  - The goal of Student Voices is to bring a voice “to the table” that is not often heard in elections but, through the Student Voices Program, can become significant and meaningful.
  - Throughout the course, students will become well informed about issues, share information, take civic action, and encourage fellow students to take an active role in government and politics.
  - Students involved in the project will determine what issues are important to them and their peers and examine where the candidates for local office stand on the issues.
  - In a Mock Election and through election-related projects, students can encourage other students to become informed about candidates and issues, and encourage their peers—as well as adults—to register and vote.
2. Ask students to divide one page of paper in half, either by folding the page or drawing a line. Label the two sections:
  - Part 1: Voting By Age Group
  - Part 2: “Vote or Die”: Was There More Youth Voting in 2004?
3. Hand out the reading **Who Votes?** Ask students to read **Part 1 (Voting By Age Group)** and answer the following two questions, writing down their answers under Part 1 on their notes page.
  - Which age group had the highest percentage of voters in 2004?
  - Which age group had the lowest percentage of voters in 2004?
4. Going around the classroom, ask students to share one of their responses.
5. Ask students to respond to **Part 1** of **Who Votes? (Voting By Age Group)** by noting answers to the question of why 18-to 24-year-olds vote less than other groups of voters. Students should write their answers under Part 1 on their notes page. Go around the class and have students share their notes.
6. When finished, tell the students that you are going to share with them information collected from a national survey of 18-to 24- year olds. The survey asked why young people choose not to vote. As the statements are read aloud ask students to respond to each one. Then ask students if they would like to revise their notes. Allow time for revisions on the notes page. The statements follow.



- *Many youth are not learning about the political process from their families, with a large proportion never speaking to their parents about politics.*
  - *Young people typically do not learn how to register or how to vote in school. Many do not know where to go to register to vote and feel as if they wouldn't know what to do if they walked into a voting booth.*
  - *Young people do not feel that they have enough good information about candidates, parties, and issues.*
  - *Young people see few connections between the role of government and the concerns they currently face in their own lives.*
  - *Negative political advertising and news coverage that focuses on scandal have encouraged young people to be cynical and distrustful of politics and politicians.*
  - *Youth feel as if today's politicians are not talking to them or speaking to their concerns.*
7. Ask students why they think 65- to 74-year-olds vote at such high rates. Discuss with students the implications of the fact that young people vote at lower rates than older citizens on the decisions that elected officials make about policies. Encourage students to take notes on the class discussion, and add them under Part 1 on their notes page.
  8. Have students read **Part 2 of Who Votes? (“Vote or Die”: Was There More Youth Voting in 2004?)** Once students have completed the readings ask students to respond to the following questions, writing their answers in Part 2 of the notes page. Once finished have students go around the room and share one response:
    - Do you think these efforts made a difference in youth turnout?
    - Do the arguments they're making about the importance of voting make sense, especially for young people?
  9. Finish class by telling students that this first set of notes will be the basis of a semester-long project examining the upcoming election cycle. The notes they took will be the first in a series of activities, engaging them actively as citizens.

### Assignment Suggestion

- Ask students to compose a thesis statement on why it is important for young people to vote. (They will add to this thesis statement to build on through the course of the curriculum, eventually composing an original essay on why it is important for young people to vote.)



## Overview

### Lesson Objectives

Students will:

- Identify necessary qualities for effective leadership in a democracy
- Identify the roles and responsibilities of citizens in a representative democracy

### Preparation before Lesson 2

- Make one copy of [Leadership Qualities Inventory](#) for each student.
- Make one copy of [Civic Actions Continuum](#) for each student.
- Make one copy of [What Makes a Leader?](#) questionnaire for each student.
- (Optional) Be prepared to show video of [Mayors and Government in a Time of Crisis](#).

### ★ Speaker Ideas

- Invite someone you or the students consider to be a leader in your school (for example, your principal) or in your community to discuss leadership qualities and their importance. Have students use the [What Makes a Leader?](#) questionnaire for the interview.
- Invite someone who is civically engaged in the school or community to speak about their activities and motivations. Have students ask questions to uncover why this person got involved and what passions drove them to choose this career path.





### Lesson Plan

- Introduce the idea of leadership as important in the many aspects of one's life—community, school, sports team, etc. Explain that one goal of the Student Voices program is to encourage student leadership and that the goal of the next learning activity will be to decide what qualities of leadership students think are important.
- Hand out the **Leadership Qualities Inventory**. Introduce the activity with the entire class using an example that students are familiar with (for example, leadership on a basketball team or in a study group, or even among friends). Ask each student to work individually to complete the **Leadership Qualities Inventory**.
- Ask students to share their responses. Record the responses on the blackboard and find a consensus among the entire class of five or six leadership qualities.

#### **(Optional) Show Student Voices Video *Mayors and Government in a Time of Crisis*.**

- Brainstorm a list of leadership qualities that Mayor Rudolph Giuliani and Mayor Anthony Williams showed in a crisis. How were the qualities similar to or different from those they have observed in their own lives?
- Hand out **Civic Action Continuum** and have students fill out the worksheet, evaluating the importance they would attach to the different roles and responsibilities of citizenship. Have students share with each other the choices they made.

### Assignment Suggestions

- Ask students to interview a person they consider a leader in their school, church or community and ask that person what qualities they think are important to their success. Have them complete one column of the **What Makes a Leader?** questionnaire based on their interview and the second column using the qualities they observed in the video in class. You may want to have them write a compare and contrast essay that analyzes the leadership qualities and philosophies of the two leaders.
- Ask students to interview a family member about which civic actions they consider most important in the **Civic Actions Continuum** and write a paragraph comparing their own beliefs with their family members.
- Collect news articles over the next week that discuss examples of participatory citizenship. Add any new forms of participation to the list of participatory actions and think about how you would rate them on the continuum.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Determine the races they will be following in the upcoming election
- Understand the responsibilities of the offices up for election

#### Preparation before Lesson 3

- Make one copy of [Election Research Worksheet](#) for each student. Students will use the second part of this handout after they have determined their Youth Issues Agendas.
- (If Internet access is available): Arrange for Internet access.
- (If Internet access is not available): Gather information (pamphlets, brochures, printouts from League of Women Voters or other organizations) for students to use to identify the office that will be up for election and descriptions of the duties and powers of those offices.

#### ★ Project Idea

- Develop an Information Guide for Voters which can be distributed in your school or community about offices that are up for election, the responsibilities of those offices, and the candidates on the ballot for the election. Be clear as to where the offices are—local, state, national—and other important information which voters might find useful.



### Lesson Plan

1. Hand out copies of the **Election Research Worksheet** and have students use the Student Voices website to fill out the first column of the chart, as they learn which positions at the federal, state and local level are up for election this year.
2. If there are several positions up for election, break students into groups to research the functions of the different offices, either using the Student Voices website or material you have printed out for them, to fill in the second column of the handout on functions. At the end of class, have students share with other groups the functions of the offices they have researched.
3. If there is only one election you will study, ask all students to research that office and fill in their chart.
4. Tell students to leave the last column blank. They will refer to it in Units 3 and 4 as they research the candidates' positions on their Youth Issues Agenda.

### Assignment Suggestions

- Ask students to continue researching the positions that are up for office if they did not complete work in class, for example, finding out what the term length is for the office.
- Ask students to write a 1-paragraph essay explaining three ways that one of the offices up for election this year affects their everyday lives.
- Have students make up a sample ballot based on their research.



## Primera Parte: La votación según grupos de edades

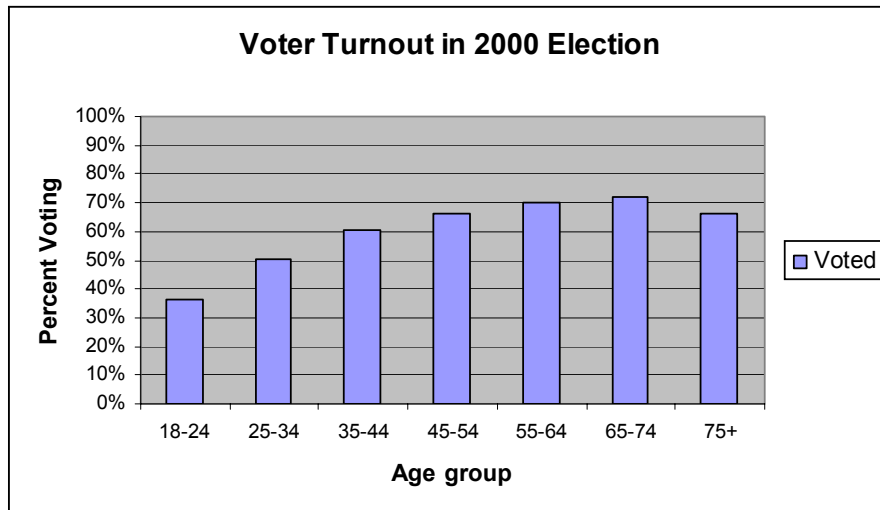
Antes de 1972, un Americano debía ser mayor de 21 años para votar. Sin embargo, en los años 1970s, los jóvenes defendieron la idea de que la edad mínima requerida para votar debería disminuirse a 18 años. Si jóvenes de 18 años eran lo suficientemente grandes como para pelear en la Guerra de Vietnam, argumentaban, tendrían que poder votar. En 1972, cuando Enmienda 26 de la Constitución de los Estados Unidos extendió los derechos de votación a jóvenes desde 18 años de edad, el 50 por ciento de los americanos entre los 18 años y los 24 votaron en la elección presidencial.

Qué paso desde 1972 hasta hoy? Mira el gráfico a continuación. En la elección presidencial del 2000, qué categoría de votantes registrados tuvo el mayor porcentaje de votantes?Cuál tuvo el porcentaje mas pequeño?

### **Censo de U.S. Sobre Votación y Registración en Noviembre del 2000**

**Grupo de edad    % del grupo registrado    % del grupo que votó**

Grupo de edad	% del grupo registrado	% del grupo que votó
18-24	50.7	36.1
25-34	63.3	50.5
35-44	70.2	60.5
45-54	74.2	66.3
55-64	77.2	70.1
65-74	78.8	72.2
75 y mayor	78.0	66.5



Source: U.S. Census Bureau. (February, 2002). Voting and Registration in the Election of November 2000: Population Characteristics (P20-542). Washington , DC: U.S. Government Printing Office.



- **Actualización en la Elección del 2004: Aumenta la Presencia de Votantes Jóvenes**

El día de la elección del 2004 puede ser visto como un momento crucial en la historia de votantes jóvenes. Se estima que aproximadamente 42.3 por ciento de los jóvenes entre 18-24 años de edad votaron en 2004, comparado con 36.1 por ciento en el 2000. Pero de acuerdo al Comité para el Estudio del Electorado Americano, los votantes jóvenes aún participaban en números bajos relativo al resto de la población. Aproximadamente 60 por ciento de ciudadanos elegibles participaron de la votación a Presidente en 2004, la participación más elevada desde 1968, cuando 61.9 por ciento de los ciudadanos elegibles votaron.

Source: The Center for Information & Research on Civic Learning & Engagement. (2004). Press Release: Turnout of Under-25 Voters Up Sharply, November 9, 2004. College Park, Maryland: University of Maryland.

**Segunda Parte: Por qué los jóvenes votan menos que los adultos?**

Cuáles son tus ideas acerca de por qué existen estas diferencias entre los votantes americanos? Antes de leer la sección a continuación, escribe tu propia hipótesis acerca de por qué crees que los votantes de 18-24 años de edad votan menos.

---

---

---

Ahora veamos una encuesta que entrevistó a numerosos jóvenes entre 18-24 años de todo el país y les preguntó por qué no votaron. Analiza si los resultados de la encuesta (a continuación) se verifican para la gente joven que conoces.

- Muchos jóvenes no aprenden del proceso político de sus familias, con una gran proporción que nunca habla con sus padres de política. La discusión con miembros familiares es una de las formas con que los jóvenes en el pasado han aprendido la importancia de votar.
- Los jóvenes comunmente no aprenden cómo registrarse o cómo votar en la escuela. Muchos no saben dónde ir para registrarse para votar y sienten que no sabrían qué hacer si entraran a una sala de votación.
- Los jóvenes no sienten que tienen la información suficiente sobre los candidatos, los partidos político y los asuntos. Muchos sienten que un votante mal informado es peor que no votar.
- Los jóvenes ven pocas conexiones entre el rol del gobierno y las preocupaciones con las tienen ellos en sus vidas al presente. Quieren razones concretas para votar y quieren saber cómo votar impactará en sus vidas.
- La cobertura negativa de noticias y publicidad que se focaliza en el escándalo ha animado a los jóvenes a ser cínicos y desconfiar de la política y los políticos.
- La juventud siente que los políticos no hablan hacia ellos o de sus preocupaciones.

Source: National Association of Secretaries of State. (1999). New Millenium Project – Part 1: American Youth Attitudes on Politics, Citizenship, Government, and Voting. Lexington, KY: National Association of Secretaries of State.



**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**Parte I: Considerando Acciones Cívicas**

Piensa en cada actividad cívica participante a continuación. Las acciones son todas cosas que los ciudadanos pueden hacer para fortalecer sus comunidades (locales, estatales y nacionales) en una república democrática. Por cada acción listada a continuación, determina un número a su lado indicando qué tan importante crees que es esa acción. Por ejemplo, si crees que “tener un puesto gubernamental” es muy importante, pondrás el número 4 al lado de la línea A “posularse para un puesto gubernamental.”

No Muy Importante <b>1</b>	Algo Importante <b>2</b>	No Estoy Seguro <b>3</b>	Muy Importante <b>4</b>	Lo Mas Importante <b>5</b>
----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	----------------------------------

- A. posularse para un puesto gubernamental \_\_\_\_\_
- B. registrando el voto y votando \_\_\_\_\_
- C. ser voluntario para trabajar para un candidato \_\_\_\_\_
- D. tener un cartel político en tu patio \_\_\_\_\_
- F. leer las noticias diarias \_\_\_\_\_
- H. expresar tu opinion en la discusión de un tema \_\_\_\_\_
- I. escribir una carta al editor acerca de un asunto de la comunidad, nacional o internacional \_\_\_\_\_
- J. participar de una protesta \_\_\_\_\_
- K. ayudar en una recolecta de comida o ropa \_\_\_\_\_
- L. pertenecer a un club de barrio o servicio \_\_\_\_\_
- M. contactar un político local para compartir tus pensamientos sobre un asunto de importancia para tí \_\_\_\_\_
- N. atender una reunión pública \_\_\_\_\_

**Parte II: Reflexión**

1. Cual actividad consideras ser el más importante para que un ciudadano en una democracia haga? Usa ejemplos de la vida real para explicar tu elección.
  
2. Cual actividaditem listado previamente consideras ser el de menor importancia para que un ciudadano en una democracia haga? Usa ejemplos de la vida real para explicar tu elección.
  
3. Cual actividad listado previamente crees que los jóvenes realizan más frecuentemente? Por qué crees que es esto?
  
4. Qué ítem listado previamente crees que los jóvenes realizan con más infrecuentemente? Por qué crees que es esto?





## Quien vota?

Líder #1	Pregunta	Líder #2
	Cuál es tu rol en la comunidad?	
	Cuál crees que es tu estilo de liderazgo?	
	Qué cualidades crees son esenciales en liderzgos productivos?	
	Cuáles crees que son tus fortalezas con respecto a habilidades de liderazgo?	
	Cuáles crees que so tus debilidades con respecto a habilidades de liderazgo?	
	Quién crees que es un buen líder? ¿Por qué?	



# Quien vota?

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**Liderazgo:** En cualquier grupo, hay formas en las que las ideas pueden ser compartidas y organizadas de tal forma que una dirección de acción pueda ser determinada. Cuáles son las características de un grupo que trabaja bien juntos? Cómo sucedió? Qué personas estaban involucradas? Desde dónde provino la dirección o liderazgo? Cómo eran las personas que lideraban el grupo? Qué habilidades o cualidades tenían? Cómo eran elegidas o cómo llegaron a liderar las cosas?

**Cualidades de Liderazgo Positivas:** Piensa en personas que crees que son buenos líderes- cualquiera sean las razones. Qué es lo que los hace buenos? Qué es lo que los hace eficaces? Qué le ofrecían al grupo particular al que pertenecían? Por cada una de estas personas, determina a continuación el grupo, el líder, lo que te gustó de esa persona y qué cualidades hacían que esa persona fuera un buen líder.

Comunidad	Lider o Título	Lo que me gustó	4 Cualidades de Liderazgo
Equipo de Basketball	Entrenador; Sr. Jones	Sabía lo que podíamos hacer. Se exigía a sí mismo de la misma manera que nos exigía a nosotros.	Impulsion, Fe, Habilidad, Tomador de riesgos







# Quien vota?

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

**Oficinas Federales:**

Posición/Oficina	Trabajos en la Oficina	Cómo esta oficina puede impactar tu AAJ ( <i>Agenda de A de la Juventud</i> )

**Oficinas Estatales:**

Posición/Oficina	Trabajos en la Oficina	Cómo esta oficina puede impactar tu AAJ





# Quien vota?

## Oficinas Locales:

Posición/Oficina	Trabajos en la Oficina	Cómo esta oficina puede impactar tu AAJ





# Unit 2

## Youth Issues Agenda

## Unit Overview

### Introduction

In the second unit of Student Voices: Campaign, students explore issues of importance to their community and develop their Youth Issues Agenda, which will guide the rest of their research throughout the semester.

### Lesson 1: Community Issues

Students are asked to think of issues most important to them as individuals and as a class. Students broaden their perspective on community issues by interviewing other members of the community.

### Lesson 2: Use Data to Understand Community Issues

Students use data to determine demographic trends that may relate to community issues.

### Lesson 3: Conducting a Survey

Students learn about polling and surveying through readings and experience. They develop, administer, tabulate, and interpret a community survey about issues, citizen knowledge, or voting behavior.

### Lesson 4: Developing the Youth Issues Agenda

Having conducted interviews in the community or a survey to research community issues, students analyze their data to make sense of what they learned, summarize their results, and add to their list of issues. As a class, students select the 1-5 issues they consider to be the most important and determine that these will form their Youth Issues Agenda.

### Lesson 5: How Will You Make Your Voices Heard?

Students use a concept map to determine how they will disseminate information about the campaign. NOTE: This work is meant to constitute a semester-long project, but teachers may opt to do additional small projects throughout the semester for assessment purposes.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Identify issues in their community
- Understand the interrelation among various issues in the community
- Conduct neighborhood interviews to validate classroom perceptions
- Classify issues according to issue subject

#### Preparation before Lesson 1

- Make copies of [Who Votes?](#)
- Make copies of [Community Interviews](#) sheet.



## Lesson Plan

1. Ask students to write down five community strengths and five community problems.

NOTE: “Community” can be defined in a variety of ways. It might be used to mean the neighborhood in which students live, the neighborhood in which they go to school, the school itself, or some other definition entirely. Consider whether you want to provide students with a definition of community to work from, or whether you would rather they decide amongst themselves what definition of community they want to use.

2. Have students mark which community strength makes their city or town a good place to live and which community problem is the most important to address.
3. Put students in groups of 3-4 to share their ideas on what works well in their community and in what areas the community could improve.
4. Ask the class which items came up most frequently in their groups and write these on the board. Begin to categorize the specific items under broader headings. (Students are more likely later to find issues discussed in the campaign or media in terms of such broad categories.) Make sure to lead students toward ideas that can be acted on by local government. This activity also helps students to see their specific issues as part of the larger community discussion. NOTE: Be sure to save this list for Day 4 of this unit.
5. (Optional) Take students into the school community in groups of two to four with an adult. Have the students walk around the area and interview people they pass by, using the **Community Interviews** sheet. If possible, have the students use a camera or video recorder to document interviews.

Specific Issues	CATEGORY
litter; abandoned buildings	ENVIRONMENT
large class size; school repairs	EDUCATION
unemployment; more businesses	ECONOMY
drugs; violence; theft	CRIME
terrorism; safe neighborhoods	SECURITY
need for insurance; hospitals	HEALTH
others...	TRANSPORTATION, HOUSING



### Assignment Suggestions

- Hand out the [Community Interviews](#) sheet and ask students to use it to interview three people in their community, asking them to identify areas in which the community could improve. Students can use family or friends for these interviews. Encourage safety in selection of people to interview.
- (Optional) Have students look at their local newspaper (either in hard copy or online from the [Student Voices website](#)) and write down two issues that they found in the newspaper that concern their community.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Interpret data to identify trends in their community
- Understand the impact of community trends on community issues
- Evaluate findings as a means of identifying community issues

#### Preparation before Lesson 2

- Arrange for Internet access for your students to use the U.S. Census Bureau's website <http://factfinder.census.gov>
- If Internet access is not available to students in the classroom, go to the Census Bureau's website, <http://factfinder.census.gov>, and use the directions in the Lesson Plan to print out for students:
  1. **Fact sheet with demographic profile** for your city, town, county, zip code or state and make copies for students
  2. **Population Finder sheet** showing trends from 1990-2003 for your city/town or county
- Print out copies of **Analyzing Data to Understand Issues**.



#### Project Idea

- Analyze data to identify trends in the community that could be issues in the campaign. Display findings graphically.



### Lesson Plan

- Explain to students that another way to understand what is happening in their communities is by looking at census data. Hand out copies of **Using Data to Understand Issues** for students to use to compile information about their communities.
- If you have Internet access for the class, have students either individually or in pairs use the Student Voices website to go to the American Fact Finder website of the U.S. Census Bureau (or go directly to <http://factfinder.census.gov>). At the top center of the homepage, under “Fast Access to Information,” they will see a screen that says “Get a Fact Sheet for Your Community.” Here students will have the option for entering their city, town, county, or zip, or their entire state.
- If students do not have Internet access, distribute copies of the relevant fact sheets.
- Ask students to use the data in the Fact Sheet to answer the questions in Part 1 of **Using Data to Understand Issues**.
- Next, ask students to return to the homepage of the American Fact Finder website. On the upper left hand side of the homepage, they should click on “Population Finder,” which will take them to a page that allows them to enter the name of their city, town or county and find out how the size of the population has changed since 1990. (If no Internet access is available, distribute copies of the page that shows these population figures.)
- Ask students to use this data to complete Part 2 of **Using Data to Understand Issues**.
- Discuss with students the demographic trends they found for their community and the kinds of issues those trends might present. Ask students if the data have suggested new issues to add to their list of issues that concern them.

### Assignment Suggestion

- Ask students to use **Using Data to Understand Issues** to write a 1-page essay describing 1) their community’s demographic make-up, 2) its pattern of growth or decline, and 3) what issues this data raises for the community.





### Overview

#### Lesson Objectives

- Understand the elements of survey design
- Interpret survey results
- Evaluate surveys as a means of identifying community issues
- Classify issues according to issue subject

#### Preparation before Lesson 3

- Make one copy of [Survey Savvy](#) for each student.
- (Optional) Make one copy of [Interviewing and Polling](#) for each student.



#### Project Idea

- Conduct a survey on community attitudes, knowledge about local government, opinions about issues in the community, or voting behavior.



### Lesson Plan

1. Inform students that they will be conducting their own survey to discover what other people in their community think are important issues for the candidates running for elected office.
2. Ask students to establish the goals of their survey. What exactly do they want to learn by surveying community members? The survey could focus on any of the following: issues, political knowledge of the election or candidates' positions on issues.
3. Hand out **Survey Savvy** and read with students. Discuss with students each segment of the handout.
  - ✓ What is the goal of our survey?
  - ✓ How will we select the people that we survey? What are the demographics of the community?
  - ✓ What type of sample will we seek? Representative vs. Convenience Sample? (Discuss the benefits and drawbacks of each type of sample.)
  - ✓ Have students develop survey questions examining issues, political knowledge or voting behavior. Brainstorm with students to frame quality questions for the survey.
  - ✓ Discuss the importance of valid survey questions.
4. (Optional): Depending on your students' abilities and interest, you may want to use the **Interviewing and Polling** handout instead of the **Survey Savvy** handout to deepen their understanding of how to formulate a survey.

### Assignment Suggestions

- Have students pre-test their survey questions on one member of the community or school. After administering the survey, students should discuss with the person who took the survey what he or she felt each question meant and if any questions were confusing. Students should take note of any questions that are misleading, difficult to understand, or biased and collectively revise/eliminate invalid questions.
- Create final surveys. Have students administer their surveys to the determined number of community members. Students should then tally and analyze responses.
- Instruct students to write a summary of their survey results and their interpretation of the results.
- Have students reconsider/revise their Youth Issues Agenda to reflect the input of their respondents.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Compare neighborhood survey results to classroom findings
- Demonstrate democratic deliberation to determine their Youth Issues Agenda
- Provide evidence that shows why their chosen issues are important to the community

#### Preparation before Lesson 4

- Make one copy of [Survey Savvy](#) for each student.
- Make one copy of the [Community Interviews - Small Group Summary](#) for each group.
- Arrange access to the Internet and the [Student Voices website](#).
- Have available extra copies of [What's the Issue?](#) writing template for use in the assignment.



## Lesson Plan

1. Explain the **Youth Issues Agenda** to students — that it is their class’s agenda of important issues facing their community, which they will present to the elected officials or community leaders to address. The Youth Issues Agenda is the central focus of the rest of the Student Voices curriculum and the key to moving forward. Using the information they have collected by interviewing community members, from analyzing data and survey results, and from their own opinions, students should come up with 1-5 items for a Youth Issues Agenda — things that can be changed to improve their community.
2. Divide students into groups of 4 or 5. Have students choose a facilitator and a recorder for each group. The facilitator should make sure that everyone is heard. The recorder is responsible for filling out the Community Interviews - Small Group Summary sheet.

NOTE: You may want to use alternate roles for individuals in the group if you have already established a system for sharing group work responsibilities in the class.

Specific Issues	CATEGORY
litter; abandoned buildings	ENVIRONMENT
large class size; school repairs	EDUCATION
unemployment; more businesses	ECONOMY
drugs; violence; theft	CRIME
terrorism; safe schools & neighborhoods	SECURITY
need for health insurance; access to hospitals	HEALTH
others...	HOUSING, TRANSPORTATION, FACILITIES

3. In their groups, have students share and discuss information collected on their individual **Community Interviews** sheets. If they have conducted a survey or analyzed data about the community, they should add their findings from these sources to the discussion of issues. Recorders should write down 2 to 5 issues from each student in the group. Each group should categorize the specific issues under major headings (as in the example table this page) and select 3 issues that group members consider to be most important for a Youth Issues Agenda. (If student groups cannot decide on the top 3 issues through



discussion alone, have them vote to choose the top 3 issues.) Encourage groups to prepare reasons for why they chose those 3 issues, using examples from their interviews, survey results, or census data to support their choices.

4. Have each group present their top 3 issues to the class, providing reasons for why these were chosen over others. Write down the Youth Issues Agenda items from each group on the board.
5. As a class, discuss these issues and select 1 to 5 of the most important ones for the class Youth Issues Agenda. If students cannot decide on their top 3 issues through discussion alone, have them vote to choose the top 3 issues.

### Assignment Suggestions

- If the class cannot come to a consensus about the Youth Issues Agenda, assign students to write a 1-minute speech in favor of choosing their issue over others. Students should use data or other information to support their arguments for why this issue is one of the most important facing the community.
- Ask students to write about the issue they have found to be the most important one in their community—and the issue they believe is most important for candidates to address. (Students might want to use the [What's the Issue?](#) writing template. Teachers may want to fill in the template using one issue.) They should:
  - Name the issue.
  - Describe the issue and give examples of it — what is it? what does it look like? and so on.
  - Describe why they think the issue is important, including any information collected from the interviews or survey on what other people in the community think about the issue or any census data collected.
- Encourage students to send their writing to the [Student Voices website](#) for consideration for posting as a story or to send the writing to their local newspaper as a letter-to-the-editor.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Graphically represent the campaign
- Understand how federalism impacts issues in a campaign
- Identify possible formats for capstone projects

#### Preparation before Lesson 5

- Make one copy of [Making Voices Heard](#) concept map sample for each student
- One blank sheet of paper for each student



### Lesson Plan

1. Explain to students that they will use the rest of the Student Voices semester to research how their issue has been addressed by candidates in the upcoming election. Their final activity of the semester will be to communicate their research about the campaign and the candidates to an audience in the real world.

NOTE: You may want to have students divide into issue research teams with each team creating a project about one of the issues on their Youth Issues Agenda. Or, you may want the class to work on a single issue and project together.

2. Distribute copies of the **Making Voices Heard Sample Concept Map** to students. Explain that concept mapping is one way to brainstorm ideas and use graphics/pictures to show how these ideas are related. Students should use circles to represent each of their ideas and straight lines or arrows to show how their ideas relate to one another.
3. Hand out a blank sheet of paper to each student. Instruct students to write “ways to share information” in a circle in the center of the paper. Have students draw circles around the center for “the media,” “the school,” and “the community.”
4. Have students brainstorm ways to share information on their issue (as it relates to the campaign) with each of these groups and add the ideas to the concept map. Some ideas for disseminating information include:
  - writing letters to the editor or opinion pieces to a local or school newspaper about the candidates’ positions
  - publishing brochures or launching websites as Voters’ Guides
  - holding an in-school expo about their issue and how it is addressed by the candidates
  - translating materials about candidates and issues from English into languages spoken by students and community members and distributing it in the neighborhood
  - creating and posting posters (with permission) in the school or community about the candidates and/or election
  - performing a skit on the candidates and issues at school or at community events
  - conducting a mock debate or mock campaign in the school
  - producing a PowerPoint presentation on the results of a community survey or research on the candidates
5. After students have completed their concept maps, have them choose their favorite idea and share it with the class. As a group, consider what it will take to use each of these methods of disseminating information. Ask the students to think about whether the format is realistic, feasible, relevant to the campaign, and the best way to communicate about the candidates and the election.
6. After considering the feasibility of each option as a class, choose one to pursue. This will be the class’s project for the rest of the semester.



**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**Introducción:** ¿Qué crees que tus vecinos piensan son los mayores problemas en tu comunidad? ¿Que crees tu que son los mayores problemas? ¿Qué piensan otras personas que conoces? Esta actividad, en la que entrevista personas de tu comunidad, te ayudará a obtener una idea más clara de las cosas que a ti y a las personas que conoces les gustaría que cambiaran en la comunidad.

**Actividad:** Dibuja un mapa de la Comunidad. Comienza con el lugar que consideras tu comunidad en el reverso de esta hoja. No te bases en mapas “reales”, tan solo trabaja desde tu memoria y de lo que tú sabes de vivir ahí. Remarca las calles y lugares importantes – negocios, casas de amigos o lugares de recreación, etc. Cuando entrevistes a las personas, permanece dentro del área de tu mapa. Habla sólo con personas que viven o trabajan en esta área.

1. **Entrevistas:** Para obtener distintos puntos de vistas, entrevista a cuatro personas distintas. Selecciona a personas que tú creas es factible tengan distintos puntos de vista. Comienza por “entrevistarte a ti”, para poder comparar tus opiniones con las de otros. Escribe tus ideas acerca de cuáles son los grandes asuntos en tu vecindario. Luego, entrevista a **tres** personas más, intentando que pertenezcan a cada una de alguna de las categorías a continuación:

- ✓ Familiares
- ✓ Dueño de un negocio o empleado
- ✓ Amigo
- ✓ Persona que vive y trabaja en la comunidad
- ✓ Persona que vive en la comunidad pero trabaja en otro lado
- ✓ Persona que realiza un trabajo (servicio) en la comunidad – trabajador en el correo, etc.

Escribe lo que aprendes a partir de la tabla a continuación.

Nombre de la persona	Rol (¿familiar? ¿dueño de negocio? etc.)	Tres asuntos o problemas de la comunidad más importantes
1. Tú mismo <hr/> Tu Nombre		1. 2. 3.
		1. 2. 3.
		1. 2. 3.
		1. 2. 3.







NOMBRE: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

▪ **PARTE 1: PERFIL DEMOGRÁFICO**

Nombre de tu comunidad (ciudad/pueblo, país, o código postal)

\_\_\_\_\_

1) ¿Cuál es el promedio de edad de la población? \_\_\_\_\_

2) ¿Qué porcentaje se ha graduado de la escuela secundaria o estudios más elevados? \_\_\_\_\_

3) ¿Cuál es el porcentaje de familias por debajo de la línea de pobreza? \_\_\_\_\_

4) ¿Cuál es el porcentaje de familiares en los Estados Unidos por debajo de la línea de pobreza? \_\_\_\_\_

5) ¿Qué otra observación puedes hacer acerca de tu comunidad basándote en el perfil de los datos censados?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6) ¿Qué problemas pueden tener que enfrentar tu comunidad como resultado de la información descripta anteriormente?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

▪ **PARTE 2: CAMBIOS POBLACIONALES**

¿La población de tu comunidad aumentó o decreció entre los años 1990 y 2003? \_\_\_\_\_

¿Cuál fue el porcentaje de cambio (crecimiento o decrecimiento) desde 1990 a 2003? \_\_\_\_\_

¿Puedes pensar en alguna/s razón/es que expliquen este crecimiento o decrecimiento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿El cambio poblacional es bueno o malo para tu comunidad? ¿O ambos? ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Los estudiantes hagan clic aquí para completar PARTE 2.

Para PARTE 1, los estudiantes deben entrar su ciudad y estado en la casilla y en el menú que se desenvuelve aquí.



**U.S. Census Bureau** American FactFinder

Main Search Feedback FAQs Glossary Site Map Help

Population

**POPULATION FINDER**

FACT SHEET  
PEOPLE  
HOUSING  
BUSINESS AND GOVERNMENT  
ABOUT THE DATA  
DATA SETS  
MAPS AND GEOGRAPHY  
REFERENCE SHELF  
TOOLS

Legend  
 geographic comparison tables (compare many geographies)  
 thematic maps

Main ► Population Finder

**POPULATION FINDER**

United States  
United States

city/town, county, or zip  
state  
-- select a state -- GO  
[search by address »](#)

■ The 2004 population estimate for the United States is **293,655,404**.

■ View population trends...

	2004	2000	1990
<b>Population</b>	293,655,404	281,421,906	248,709,873

Source: U.S. Census Bureau, 2004 Population Estimates, Census 2000, 1990 Census

■ View more results...

Population for all states in the United States, 2000-2004:  
[alphabetic](#) [ranked](#)

Map of Persons per Square Mile, United States by State:  
[2004](#) [2000](#) [1990](#)

See more data using the [Fact Sheet](#) and other links on the left.

**Census Bureau Links:** [Home](#) • [Search](#) • [Subjects A-Z](#) • [FAQs](#) • [Data Tools](#) • [Catalog](#) • [Census 2000](#) • [Quality](#) • [Privacy Policy](#) • [Contact Us](#)

**U.S. CENSUS BUREAU**  
*Helping You Make Informed Decisions*

Para la 2da Parte, los estudiant es deben entrar su ciudad y estado aquí.





*"Lo que quiero lograr es lo que las personas desean lograr, y la pregunta para mí es cómo encontrar aquello exactamente."*

~Abraham Lincoln

Una Encuesta es un estudio detallado para reunir información y analizarla. Para entender lo que es importante para las personas en tu comunidad es esencial que reunamos y analicemos información de las personas mismas.

## **Pasos para Crear una Encuesta de Calidad**

1. Establece los objetivos de tu encuesta – ¿Qué quieres aprender?
2. Determina tu muestra – ¿A quién vas a entrevistar?  
Es imposible debido a límites prácticos entrevistar a todas las personas en tu comunidad. Por esta razón, frecuentemente entrevistamos a un pequeño grupo de personas o a una porción de la comunidad. Este grupo más pequeño se llama muestra. Hay dos tipos principales de muestras:
  - **Muestra Representativa**- muestra que tiene características similares a las de la población entera
  - **Muestra Conveniente**- muestra que se saca de personas a las que se puede acceder rápidamente para completar la encuesta.
3. Crea tu cuestionario – ¿Qué preguntas harás?
  - Mantenga tu Cuestionario Corto
  - Mantenga las Preguntas Simples
  - Comienza con Preguntas Interesantes
  - No hagas Preguntas Direccionadas o Imparciales
  - Mantenga a las Preguntas “Cerradas” (Múltiples Opciones o preguntas del tipo “sí” o “no”)
  - Pon las Preguntas en Orden: Comienza con las Generales y luego concéntrate en Específicas
4. Realiza las entrevistas y ingresa la información – Realiza las preguntas para la muestra determinada. Reúne las entrevistas completadas y entra las respuestas a una hoja de cálculo. ¡Esta es tu información!
5. Analiza la información - Produce reportes acerca de la información que reuniste usando una hoja de cálculo. Querrás analizar:
  - Qué tan frecuentemente la misma respuesta fue elegida por cada pregunta
  - Si las personas que respondieron igual en una pregunta también dieron la misma respuesta para otras preguntas.
  - Si personas que respondieron lo mismo tenían experiencias o características demográficas similares.



Muchas de las encuestas que conoces acerca del gobierno se focalizan en la cantidad de apoyo que los candidatos o los oficiales elegidos tienen de los ciudadanos. Pero estas entrevistas y encuestas pueden hacer más cosas para informarle a los ciudadanos acerca de asuntos importantes, qué tan bien ellos entienden los asuntos, y qué tan bien conocen las posiciones de los candidatos y los oficiales elegidos con respecto a esos asuntos.

Puedes realizar tu propia encuesta para responder alguno de estas preguntas. Tu comunidad puede tener problemas únicos o que no obtienen mucha atención en las noticias. Esta es tu oportunidad para descubrir cuáles son esos problemas y qué tan importantes son para las personas en tu comunidad.

El primer paso para encontrar cuáles son los problemas que las personas enfrentan es preguntarle a las personas **“preguntas abiertas”** acerca de los problemas que ellos creen son los más importantes. Las preguntas abiertas dan a los **respondedores**, las personas respondiendo a tu pregunta, la oportunidad de elegir sus propias respuestas. Por ejemplo, puede preguntar: "¿Cuál es tu opinión personal sobre cuáles son los problemas más importantes que enfrenta nuestra comunidad?" Cada Entrevistado entonces puede nombrar hasta tres asuntos que le preocupan. Las preguntas abiertas son muy distintas de las “preguntas de elección forzadas”, las cuales le brinda a los respondedores muy pocas opciones para su respuesta. Ejemplos de preguntas de elección forzada son multiple-choice y verdadero-falso.

Las encuestas generalmente son realizadas por entrevistadores telefónicos profesional que utilizan métodos sofisticados con la ayuda de computadoras para seleccionar las personas a llamar y entrevistar. Una razón para utilizar métodos sofisticados con la ayuda de computadoras es que permite llamar a personas al azar. Esto aumenta la probabilidad de alcanzar a todo tipo de residente (que tiene un teléfono) y produce lo que se llama una **“muestra representativa”**.

Para encuestas de tu clase, no tendrás los recursos disponibles para realizar encuesta de muestras representativas. En tu caso, probablemente realizarás las encuestas usando lo que se conoce por el nombre de **“muestra conveniente”**. Esta muestra probablemente no represente tu comunidad tan bien como la muestra representativa, pero es lo mejor que está a tu alcance. Las típicas muestras convenientes son las personas que puedes encontrar en un shopping mall o en una calle ocupada. Las muestras convenientes generalmente son suficientemente en representar las opiniones del público y son usadas muy frecuentemente en investigaciones de mercado.

Cuando ya conozcas los problemas más importantes que enfrenta tu comunidad, querrás saber lo qué piensan las personas que debería hacerse para resolver los problemas. Debido a que las soluciones de un problema son complejas, probablemente precisarás preguntarle a las personas qué piensan que son las causas de esos problemas. Entonces querrás ofrecerle a tus respondedores 3-5 soluciones para resolver los problemas.

De otra forma, puedes realizar una encuesta que mida el conocimiento político de los ciudadanos. Es la responsabilidad de los medios ha informar a los ciudadanos acerca de los candidatos y los oficiales elegidos. Un buen ejemplo de una encuesta sería preguntarle a las personas los nombres de sus oficiales elegidos o los candidatos más importantes que se están postulando en la elección. También les preguntaría si saben la posición de los candidatos o oficiales elegidos frente a los distintos asuntos. Al buscar información sobre la posición de los candidatos o oficiales elegidos sabrás que tan acertadas son las respuestas de tus entrevistados.

Al hacer encuestas, es importante reconocer que la forma de las preguntas tiene una elevada influencia en las respuestas que recibes. Esto es especialmente cierto para asuntos sobre elecciones.



## Recomendaciones para realizar Buenas Preguntas en las Entrevistas

- Mantenga las frases simples y claras.
- Incluye preguntas demográficas básicas, como la edad y la descendencia étnica.
- Mantenga tus visiones y inclinaciones personal fuera de las preguntas.
- Usa palabras neutrales y balanceadas.
- Realiza preguntas de opinión general antes de las preguntas específicas acerca de eventos o noticias
- Usa palabras claras y simples en las preguntas abiertas. Por ejemplo, una pregunta abierta clara y simple es: “¿Cuál piensas que es el problema mayor que enfrenta la comunidad?”



**Miembros del Grupo:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**Introducción.** Tu grupo debe decidir sobre tres asuntos que todos los miembros del grupo consideren que son los más importantes que descubrieron en su comunidad. Usen esta hoja para organizar su discusión. Cuando hayan seleccionado a un facilitador y un anotador (Paso 1), anotan 3-5 asuntos de cada miembro del grupo (Paso 2) y luego comienzan a discutir entre ustedes sobre cuáles son los tres más importantes (Paso 3).

**(NOTA: Todos deben haber completado individualmente las hojas de Entrevistas a la Comunidad para hacer esta actividad.)**

**Paso 1.** Seleccionen a un **facilitador** y a un **anotador** para su grupo – el facilitador debería asegurar de que todos sean escuchados y un anotador es responsable de escribir las cosas.

**Paso 2. Realicen un Resumen por cada Grupo**

1. Preguntale a cada persona del grupo que mencione 5 problemas de la comunidad que surgieron de las entrevistas. El anotador las escribe, y luego las lee cuando la lista esté completa.
2. Como grupo, deberían estar de acuerdo con **tres asuntos** que seleccionen como los más importantes a cambiar en sus comunidades. Pídanle al anotador que les realice un círculo a su alrededor en el cuadro a continuación y escribanlos en la segunda table de “Asuntos más importantes en la Agenda de la Juventud.” Estos asuntos forman una agenda – una lista de artículos para realizar.

	Asunto 1	Asunto 2	Asunto 3	Asunto 4	Asunto 5
Miembro 1					
Miembro 2					
Miembro 3					
Miembro 4					
Miembro 5					

**Paso 3: Resumen Grupal (¿Cuáles son las selecciones de tu grupo para los tres asuntos más importantes para la Agenda de Asuntos de la Juventud de la clase?)**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_





# Entrevistas a la Comunidad

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**Direcciones:** Usa esta plantilla para escribir sobre el asunto que tu pienses que es el más importante en tu comunidad, estado o país.

*El asunto que yo creo que es el más importante para mi comunidad es* \_\_\_\_\_

---

---

*Si caminas por mi comunidad verás [da ejemplos de los problemas y de cómo se verifican, que evidencia existe)*

---

---

---

---

*Las personas que viven o trabajan en la comunidad también piensan que esto es un problema.*

*Dicen* \_\_\_\_\_

---

---

---

*La razón que yo pienso que \_\_\_\_\_ es la más importante en la comunidad es* \_\_\_\_\_

---

---

---

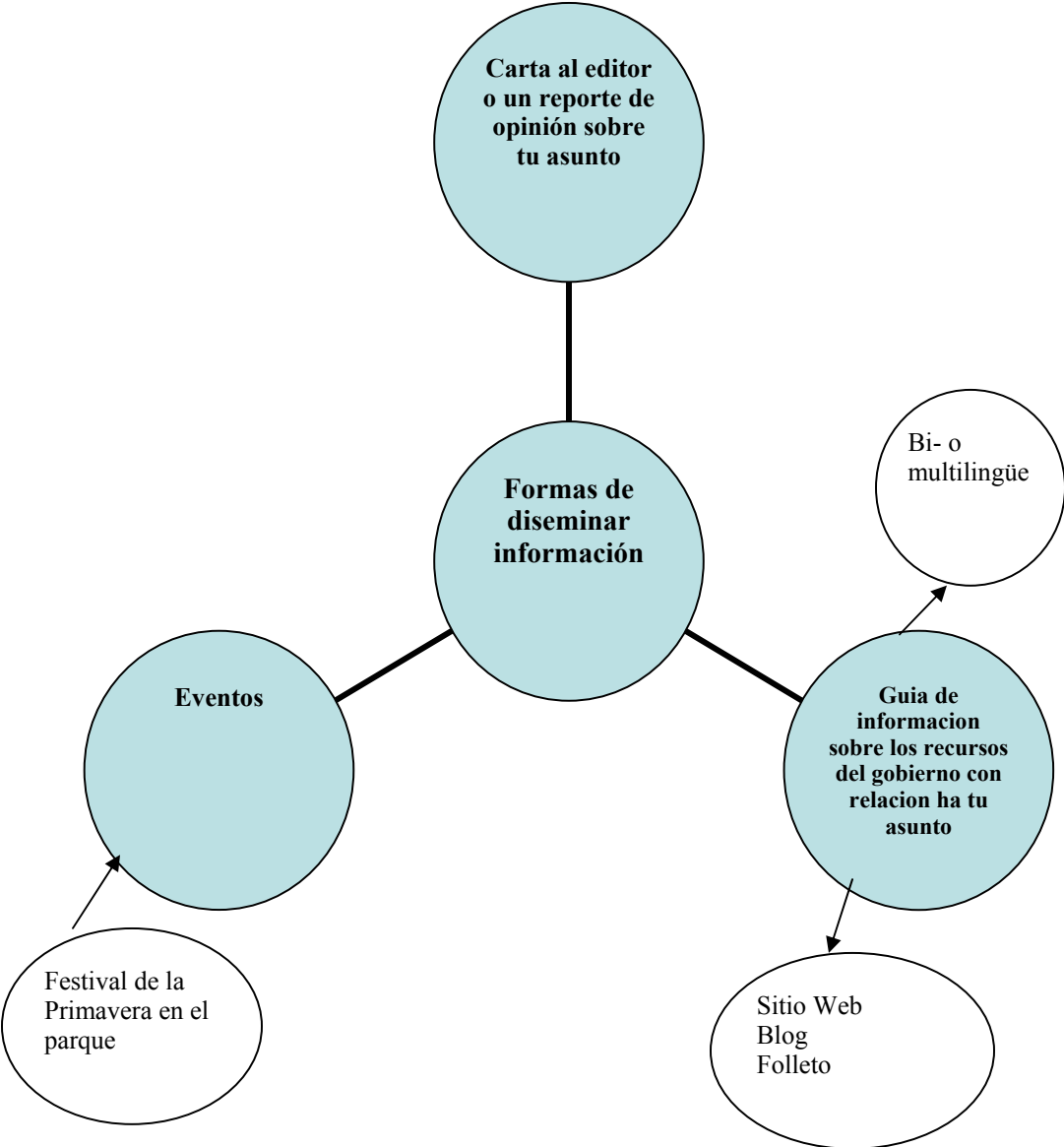
---







# MUESTRA DE MAPA CONCEPTUAL





# Unit 3

## Candidates in Their Own Words

### Unit Overview

#### Introduction

In this unit, students begin an intensive study of the issues and the candidates in the election the class will be studying. Here students learn how candidates try to communicate messages directly to citizens about their positions on issues and qualifications for elected office. The following lessons are options. Choose those options that are most applicable to the races in your community.

#### **Option 1: Campaign Websites**

In this lesson, students learn about the role of the Internet in gathering information about candidates and they analyze the candidates' websites to learn about positions on issues.

#### **Option 2: Political Advertising**

In this lesson, students research candidates' positions on issues using candidates' political advertising and analyze the messages in those ads.

#### **Option 3: Candidate Debates and Forums**

Students learn about the role of political debates in providing candidates with a forum to express their positions in their own words.

#### **Option 4: Inviting Candidates to Class**

In local elections, candidates may be able to come to class to answer students' questions about where they stand on issues of importance to students. In this 2-day lesson, students prepare for a meeting with a candidate and then meet with him/her to ask about his/her position on the students' issues.

#### **Option 5: Writing to the Candidates**

For elections in which candidates may not have websites or advertise or where there is not extensive media coverage of candidates' positions on issues (or in cases where there is little information on an issue that concerns the class), students can write directly to the candidate or campaign office to request information on where candidates stand on issues.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Discuss the role of candidate websites in a campaign
- Evaluate candidate websites as a source of information about candidates' positions
- Research candidates' websites to determine their positions on the students' Youth Issues Agendas

#### Preparation before Option 1

- Remind students to bring their [Election Research Worksheet](#) (from Unit 1) to the next class.
- Make one copy of [Candidates' Issue Position Chart](#) for each student.
- Make one copy of [Using the 'Net](#) handout for each student.
- (If Internet access is available): Arrange for access to the [Student Voices Website](#) for use in student research.
- (If Internet access is not available): Print out copies of candidates' issue statements or other relevant materials from their websites for students to use in their research.
- (Optional for assignment) Make copies of [Grading the Candidates' Websites](#) handout OR the [Campaign Website Analytical Form](#) for a more in-depth analysis.

#### ★ Project Idea

- Have students design their own website, for a real or for fictional candidates, with an eye to attracting young voters.



### Lesson Plan

1. Explain to students that one of the ways to prepare to vote on Election Day is to find out where the candidates in the election stand on the issues that are most important to them. Ask students to brainstorm and come up with a list of ways they can find out where the candidates stand on their issues. Call on students to discuss what they came up with and write them on the board.
2. Point out to the students that some of the ways they will learn about candidates and issues is through listening to (or reading) messages presented directly from the candidates in ***their own words*** (on their websites, in public appearances and debates, in a classroom, in letters, or in their ads).
3. Another way to learn about the candidates is to find out what others have said about their positions and qualifications, most notably through ***the role of the news media and non-partisan and interest groups***, which will be discussed in the next lesson.
4. Explain that today your students will begin to see what the candidates have said in their own words on their campaign websites.

NOTE: You may want to discuss with the class whether they would like to research their top issue or several of their issues, or make this decision yourself.

5. Divide the students into Issue Research Teams with three to five students per team.
6. If the class is going to research several issues, each team should be assigned one of the issues. If the class is going to focus on one issue, each team can focus in depth on a single candidate's approach to the issue.
7. Hand out **Candidates' Issue Position Chart**. As a class, fill in the blocks on the chart as described below.
  - ✓ If the class is examining several issues from their agenda, have students fill in the cells of the left-hand column with those issues.
  - ✓ If the whole class is researching a single issue, have them think about the four or five most important aspects of the issue and list them in the cells of the left-hand column.
  - ✓ Have students fill in the top row of the **Candidates' Issue Position Chart** with the names of candidates in the election you have chosen to study. (They may need to use additional sheets if there are more than three candidates.) Choose one race to look at OR look at several races with the class—use one sheet for each.



8. Have students use the candidates' websites to research the candidates' positions on their issue.
  - If Internet access is available: Have students look for the candidates' positions on issues by going to the [Student Voices Website](#) and linking to candidates' websites.
  - If Internet access is not available: Distribute copies of candidates' websites you made before class. Instruct students to use the materials to complete their charts.
9. Based on their research, have students consider how the office that the candidates are seeking can affect their issue. They should record their thoughts in the third column of their [Election Research Worksheet](#).
10. Ask students to read [Using the 'Net](#) and in their Issue Research Teams write down one reason why candidates would use the Internet to reach potential voters. Share as a class.

### Assignment Suggestions

- Ask students to analyze two candidates' websites, using the [Grading the Candidates' Websites](#) worksheet. Share the grades and reviews in the next class.
- Have students analyze one or more candidates' websites using [Website Analysis](#) form and share analysis in the next class.
- Have students use the chart completed during the class activity as a guide to write an op-ed on which candidate they believe would be the best choice based on the information gathered thus far. Students can revise this initial essay as they proceed through the succeeding lessons and gather more information on each candidate. Students should revisit these revisions at the conclusion of the unit to write a final draft.  
**Prompt:** *If the election were held today, I would cast my vote for...*



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Discuss the role of candidate advertising in a campaign
- Evaluate candidate advertising as a source of information about candidates' positions
- Research candidates' advertising to determine their positions on the students' Youth Issues Agendas

#### Preparation before Option 2

- Remind students to bring their **Election Research Worksheet** (from Unit 1) to the next class.
- Have available **Candidates' Issue Position Chart**.
- (If you want to use "The Living Room Candidate" website to show political ads): Arrange for Internet access.
- Make copies of **Campaign Advertising—Selling the Candidates** reading.
- (Optional for in-class activity or assignment) Make copies of **Campaign Advertising Worksheet** and, if using in-class activity, arrange to play a video of a TV political advertisement or bring in a newspaper ad or direct mail ad.
- (Optional) Make copies of **Are "Negative" Campaign Ads Bad?**

#### ★ Project Ideas

- Have students conduct an Adwatch of one or more of the candidates' campaign ads, using **How to Do An Adwatch** reading and the **Adwatch Activity Sheet**. **NOTE:** Students may want to look at Factcheck.org's website to see how candidates' ads can be examined for their accuracy at <http://www.factcheck.org>.
- The class can work on a series of candidate campaign ads that they think will be both accurate and effective. The ads can focus on leadership qualities of a candidate or on positions on issues. Students should think about how they will get their message across, and whether the ad should be TV, radio, print, or by telephone. If students want to target young people with their ad, what techniques would they use?



### Lesson Plan

1. Have students read **Campaign Advertising—Selling the Candidates** and, working with a partner, come up with two reasons why candidates use political advertising to communicate with voters—and why ads may be considered more effective than making public appearances. Share with class.
2. Ask students why some candidates are able to advertise more on television than others, touching on the cost of making the ad itself and buying time on television. Discuss with students the other avenues for “advertising” candidates have besides television, such as radio, direct mail, yard signs, or bumper stickers. Ask students to point to one advantage and one disadvantage of each form, compared to television.
3. If you are analyzing an ad in class: as a warm-up activity ask students to think of campaign commercials they have seen. What thoughts do they have on them? How are they different from other TV commercials?
4. Hand out copies of **Campaign Advertising Worksheet** and ask students to look over the questions they will be expected to answer after they watch the ad.
5. Show a TV ad by one of the local candidates OR use a presidential campaign ad from the Living Room Candidates website (<http://www.ammi.org/livingroomcandidate>). You may need to show the ad more than once. Have the students fill out their worksheets and then discuss the central message of the ad, as well as the visuals and music used.
6. If the ad contains negative information about a candidate’s opponent, ask students what they think of that strategy. Do such negative ads help inform voters? (Optional: Have students read **Are “Negative” Campaign Ads Bad?**)
7. If you are able to examine local candidates’ ads (TV or print) in class, ask students what information they can take from the ad(s) to fill in cells of their **Candidates’ Issue Position Chart**.
8. If you are able to examine local candidates’ ads (TV or print) in class, ask students what information they learned from the ad(s) to fill in the 3<sup>rd</sup> column of their **Election Research Worksheet**.
9. For more information on claims made in campaign ads, visit the Annenberg Public Policy Center’s adwatch website Factcheck.org at <http://www.factcheck.org>.

### Assignment Suggestions

- Ask students to write a 1-page essay evaluating the usefulness of candidates’ political advertising as a source of information about their positions.



- Have students keep a campaign logbook, writing down when they see a campaign ad, the location of the ad, and its central message. Ask them to use the information from their logbook to continue filling out their **Candidates' Issue Position Chart**.
- Have students take one candidate's position on an issue from their **Candidates' Issue Position Chart** and make an ad from it—in the form of one billboard (poster size), or the script of one 30-second radio spot or one 60-second TV spot.
- Have students write a 1-page essay, choosing one of the following two topics:
  - “The Ad Candidate X Should Make to Get Elected”
  - “Why I Think Candidate Y's Ad Hits the Mark...or is Way Off Base”
- Have students use the chart completed during the class activity as a guide to write an op-ed on which candidate they believe would be the best choice based on the information gathered thus far OR have students revise the initial essay they began in Option 1. If students are revising, remind them to keep track of their revisions so they can write a final draft at the conclusion of the unit.

**Prompt:** *If the election were held today, I would cast my vote for...*





### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Discuss the role of candidates' debates and forums in a campaign
- Evaluate debates and forums as a source of information about candidates' positions
- Observe a debate or forum to determine the candidates' positions on the students' Youth Issues Agendas

#### Preparation before Option 3

- Remind students to bring their [Election Research Worksheet](#) (from Unit 1) to the next class.
- Have available [Candidates' Issue Position Chart](#).
- Have available a videotape of a candidates' forum or debate to show in class OR assign students to watch a forum or debate before this class.
- Make copies of [What Can We Learn from Candidates' Words?](#)

#### ★ Project Ideas

- Hold a mock debate in class or in the school with students acting as candidates, moderators, and questioners. Other students in the audience may pose questions.
- Have students deliver their speeches on behalf of candidates at a school forum before the election.
- Host a Candidates' Forum for your school and/or community, in local elections.
- Host a Candidates' Debate viewing at your school, inviting school and community members to attend and engage in a discussion of the debate after its conclusion.



### Lesson Plan

1. Have students read **What Can We Learn from Candidates' Words?** and write down whether they agree or disagree with the statements about why candidate forums and debates help citizens decide who to vote for. Ask them to choose what they think is the most important reason why citizens should pay attention to debates and forums.
2. Provide time for students to watch a debate or part of a debate or forum. As the students watch the video have them take notes on the candidates' main points and the way they support those points.
3. After watching the debate, ask students if the candidates addressed the issues on the class's Youth Issues Agendas. What positions did they take? Ask students to use this information to continue filling in their **Candidates' Issue Position Chart**. Students should also fill in the third column of their **Election Research Worksheet** using information they learned from the debate.
4. Ask the students to write down the strongest argument each candidate made for why he or she should be elected. Ask students to then think of whether any candidate made a strong argument for why another candidate should NOT be elected. Which statements did the students agree with?
5. After watching a debate, return to the question of what function debates and forums play for citizens and ask students to summarize what they have found.

### Assignment Suggestions

- Ask students to write a 1-page essay evaluating candidate ads as a source of information about candidates' positions on the issues.
- Have students write a paragraph about what the effect would be if candidates decided not to participate in campaign debates or forums. If a candidate won't debate, what can media or citizens do to increase the likelihood that he/she will change his/her mind? How would their decision affect voters?
- Have students use their Candidate Position Chart to choose one candidate and one issue and write a speech for a public appearance that the candidate would make, detailing the candidate's position on the issue in question. Students should decide on the setting/location of the public appearance and the audience for the speech and tailor it accordingly.
- Have students use the chart completed during the class activity as a guide to write an op-ed on which candidate they believe would be the best choice based on the information gathered thus far OR have students revise the initial essay they began in Options 1 and 2. If students are revising, remind them to keep track of their revisions so they can write a final draft at the conclusion of the unit.

**Prompt:** *If the election were held today, I would cast my vote for...*



## Overview

### Lesson Objectives

Students will:

- Develop questions for a candidate for elected office, based on the class's Youth Issues Agenda
- Discuss the role of face-to-face meetings with candidates in a campaign

### Preparation before Option 4, Day 1

- Remind students to bring their [Candidates' Issue Position Chart](#) and [Election Research Worksheet](#) (from Unit 1) to the next class.
- Invite one or more of the candidates in an upcoming election to class. Refer to the [Inviting Candidates to Class](#) template for suggested format.



### Lesson Plan

1. As a group, discuss why citizens might want to meet with a candidate for office face-to-face. How does this method of gathering information about candidates' positions compare with the other forms (websites, ads, debates or forums, etc)? Write a list of students' expectations about the visit on the board.
2. Ask students to refer to their **Candidates' Issue Position Chart** to determine whether they still need to find information about where the candidates stand. Have students brainstorm a list of questions for the candidate related to their Youth Issues Agendas.
3. Ask students to think of other questions they might want to ask the candidate. For example:
  - ✓ How did the candidate become interested in running for office?
  - ✓ What in the candidate's background has prepared him or her for this office?
  - ✓ What leadership qualities does he or she have to qualify for office?
4. Discuss with students whether they have any hypothetical questions for candidates. For example:
  - ✓ What is the first thing you would do if there was a major accident or natural disaster?
5. Hand out index cards and ask students to write down the questions they would most like to ask on the cards, one question to a card, with their names on each card. Collect the cards. You may want to select which questions the students ask and in what order, and hand out the cards at the beginning of the class when the candidate visits. OR you may want to ask the students to decide the order of the questions, giving them the following guidelines:
  - ✓ Ask routinely factual questions first
  - ✓ Move on to questions about the person's background and experience
  - ✓ Proceed to questions about positions on issues
  - ✓ Ask thought-provoking questions when the speaker is warmed up
6. Have one or two students prepare an introduction to the speaker, by referring to his or her website. Identify the student to ask the first question and on the day of the visit, hand back index cards to students with the questions they will ask.
7. Ask students to introduce themselves before asking their questions.
8. Follow up with a thank-you note from the class.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Meet with a candidate for elected office to determine his or her position on issues of concern to youth.
- Evaluate face-to-face meetings with candidates as a source of information about candidates' positions.

#### Preparation before Option 4, Day 2

- Remind students to bring their [Candidates' Issue Position Chart](#) and [Election Research Worksheet](#) (from Unit 1) to the next class.
- Confirm candidate visit.
- Invite local media to cover candidate visit. (Refer to the Press Kit section of the curriculum for more information on how to invite media.)



### Lesson Plan

1. Distribute students' 3x5 cards and identify one or two students to ask the first questions.
2. Remind students to take notes on the candidate's answers to their questions so that they can fill out their **Candidates' Issue Position Chart** and their **Election Research Worksheet** after class.
3. Ask the students who prepared an introduction for the speaker in the last class to introduce the speaker.
4. Ask the candidate to give a few opening remarks about his/her background, reason for seeking office, or some other biographical information.
5. Open the floor to questions. Remind students to introduce themselves before asking their questions.

### Assignment Suggestions

- Ask students to use the candidate's visit to continue to fill in their **Candidates' Issue Position Chart** and **Election Research Worksheet**.
- Ask students to write a 1-page essay evaluating face-to-face meetings as a way to gather information about a candidate. Did their experience match the expectations they brainstormed in Day 1 of this lesson?
- Have students write a paragraph summarizing what the candidate said about one of the issues on the class's Youth Issues Agenda.

### Overview



### Lesson Objectives

Students will:

- Discuss the usefulness of contacting a candidate or campaign office directly to obtain information
- Compose letters to candidates summarizing the class's objectives and requesting information about specific issues.
- Use the candidates' responses to determine their positions on issues.
- Evaluate writing to candidates as a source of information about their positions on the students' issues.

### Preparation before Option 5

- Remind students to bring their [Election Research Worksheet](#) to the next class.
- Remind students to bring their [Candidates' Issue Position Chart](#) to class.
- Make one copy of the [Inviting Candidates to Class](#) template for each student.



### Project Ideas

- **Voters' Guide:** Have students write to each of the candidates to find their positions on the students' Youth Issues Agenda and compile a Voters' Guide, based on the results, that can be distributed within the school or in the community.
- **Local Political Race Website:** Have students create a website on local office elections in cases where elections get virtually no coverage and where the candidates themselves do not have websites. Students would contact each candidate for the necessary information to complete the website. On the final website, for each political race, students would display:
  - ✓ Profiles of all candidates on the ballot
  - ✓ Pictures of each candidate
  - ✓ Stances on important issues

Once students create the website, they could try to get some public attention for it by creating a Public Service Announcement on local radio or TV or on local public access channels or by letting the local newspaper know about it.

## Lesson Plan



1. Explain to students that in elections where candidates do not have websites or advertising and where there are no formal debates or forums, OR where the candidates have not made any statements about issues of concern to young people, students can go directly to candidate and campaign offices to request information.
2. Ask students to examine their **Candidates' Issue Position Chart** and **Election Research Worksheet** to see if there are places where they still do not have information in a candidate's own words.
3. Hand out copies of the **Inviting Candidates to Class** template and ask students to use it to begin to draft letters to the candidates asking them or their campaign staff to supply information on where they stand on the issues. If there are several candidates, you may want to break students into teams to draft letters to each candidate.
4. Have students locate addresses for the letters, either by going to the candidates' websites or by contacting your county election board.

### Assignment Suggestions

- Have students complete their letters to the candidates.
- Have students write a 1-page essay comparing the pros and cons of writing to a candidate with other ways of gathering information about a candidate's positions on the issues.





## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**Actividad:** En el cuadro a continuación, escribe los asuntos que son mencionados por los candidatos / en debates, en sus paginas Web, en visitas a las clases y en las noticias. Recuerda listar donde encontraste la información. Ver ejemplo bajo categoría 1. Escribe los asuntos en la parte izquierda del cuadro, a lo largo de la primera columna. Luego al mirar un debate u otro tipo de interacción entre candidatos, intenta llenar tantas celdas como puedas, listando que dijo el candidato que haría acerca del problema o el asunto. Escribe los nombres de los candidatos primero:

Candidato 1: \_\_\_\_\_ Candidato 2: \_\_\_\_\_ Candidato 3: \_\_\_\_\_

**Categorías de Asuntos y**

**Posición del Candidato 1**

**Posición del Candidato 2**

**Posición del Candidato 3**

**Ejemplos**

Asunto 1: <b>ECONOMIA</b> Mas trabajos; atraer empresas; bajar los impuestos			
2.			
3.			
4.			

**NOTA A LOS ESTUDIANTES:** Al observar las campañas de los candidatos en las próximas semanas, asegúrate de mantener este cuadro al día, anotando todos los cambios en las posiciones de los candidatos, agregando asuntos (y las posiciones de los candidatos) que creas que so importantes, y anota cualquier pregunta que te gustaría hacerle a los candidatos. Considera, también, como responderías la pregunta a continuación: Cual respuesta fue, en tu opinión, la mejor que hayas escuchado de los candidatos al responder sobre algún asunto, y por que crees que esa respuesta fue la mejor?





# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

Esta es tu oportunidad de poner una nota a los candidatos, de acuerdo a sus paginas Web, las cuales han sido creadas para comunicar a los votantes acerca de sus campañas. Su biografía vale A o C? Brindaron la información que necesitabas para decidir si serian buenos para la ciudad? Tú eres el juez.

**Nombre del Candidato:** \_\_\_\_\_ **Pagina Web:** \_\_\_\_\_

**Que tan bien la pagina Web refleja cada una de estas áreas? GRADE**

- Te informa sobre la historia personal (como la educación, familia o trabajos pasados del candidato) \_\_\_\_\_
- Te informa sobre la posición del candidato sobre distintos asuntos? \_\_\_\_\_
- Te informa sobre lo que el o ella hicieron en posiciones pasadas? \_\_\_\_\_
- Te brinda documentación para apoyar demandas efectivas \_\_\_\_\_

Comentarios:

**Que tan buen trabajo realiza la pagina Web en cada una de estas áreas? GRADE**

- Brindando información financiera de la campaña \_\_\_\_\_
- Ofreciendo oportunidades para interacción directa en el sitio \_\_\_\_\_
- Promoviendo la registracion de votantes e información para jóvenes \_\_\_\_\_

Comentarios:

**La pagina Web te brindo información útil acerca de oponentes?**

- Comparación de las posiciones sobre asuntos con la de los oponentes \_\_\_\_\_
- Documentación para refutar las demandas de los oponentes \_\_\_\_\_

Comentarios:

**Fue fácil o difícil encontrar la información que creías sobre los candidatos en el sitio Web?**

**En resumen, que nota le darías al sitio Web?** \_\_\_\_\_

**Comentarios Abarcadores: Había información que querías y que no estaba disponible en el sitio? Que te gusto mas y que te desagrado mas del sitio?**

---



---



---



---





## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Imagina que tú eres un candidato postulándote para una oficina. Crees que tienes unas ideas y planes buenos para como hacer que el gobierno funcione mejor. Pero como vas a convencer a las personas de que voten por ti? Como vas a comunicarles tus buenas cualidades y las cosas que harías?

Si pudieras, te gustaría sentarte con todos los votantes y convencerlos de por que eres la mejor persona para el trabajo. Pero con miles y miles de personas en tu ciudad o pueblo, eso no es posible. Podrías dar un discurso, visitar tiendas u hogares de jubilados, realizar publicidades en TV, radio o en el diario, colgar carteles y posters, mandar cartas o llamar a la casa de las personas. Pero mientras mas y mas personas han comenzado a usar Internet, mas candidatos están usando los sitios Web para informar a los votantes.

### **Cuando comenzaron los candidatos a oficina publica a usar Internet para comunicarse con los votantes?**

En 1996, el candidato a presidente republicano Bob Dole se convirtió en el primer candidato presidencial en mencionar un sitio Web en un debate presidencial (con Bill Clinton) anunciando la dirección de su “pagina de Internet” y animando a los votantes a que la visitaran. En realidad, la campaña de Clinton-Gore en 1992 fue la primera con mayor uso de pagina Web por parte de los candidatos, incluyendo textos enteros de discursos, publicidades, y textos de posición, así como bibliografías de los candidatos, pero como pocas personas estaban conectadas a Internet en 1992, el sitio recibió poca atención publica. Para 2004, cuando el 61% de los votantes Americanos declararon ser usuarios regulares de Internet y 29% dijeron que obtuvieron información sobre la campaña de Internet, muchos candidatos políticos estaban montando las páginas. \*

### **Que puede hacer un sitio Web para una campaña?**

Los candidatos pueden usar sitios Web para: informarte acerca de ellos mismos, compararse con otros oponentes, reclutar voluntarios y recolectar dinero para sus campañas.

### **Por que un candidato usaría Internet en vez de realizar publicidades?**

- ✓ **Costo:** El costo de una pagina Web es relativamente pequeño, comparado a comprar tiempo en TV o radio, o mandar folletos por correo. Para algunos candidatos, el costo es nulo, ya que voluntarios se ofrecen a realizarles el sitio Web.
- ✓ **Decir Todo Que Desees:** El tiempo de publicidad cuesta dinero –mucho dinero. Campañas usan sitios Web para proveer abundante información a los votantes en un rango de asuntos.
- ✓ **Subir Nueva Información Todo El Tiempo:** Los candidatos pueden proveer información constantemente actualizada en sus paginas Web, como su calendario de apariciones o noticias de un endoso político.

### **En el futuro, los candidatos usaran solo Internet para comunicarse con los votantes?**

No es probable. El problema de usar una página Web para alcanzar a los votantes es que es difícil lograr que la gente entre al sitio y lea la información voluntariamente. Los candidatos deben ser muy cautos acerca de llegar a los votantes sin invitación, ya que sus e-mails podrían ser vistos como “Spam”.



### **Que persona es más común que usen Internet para información sobre campañas?**

Una encuesta reciente hecha por el Pew Research Center for People and Press mostró que casi 30 por ciento de las personas que votaron en la elección presidencial del 2000 recibieron noticias acerca de la misma desde Internet. La encuesta mostró que las personas mas jóvenes son las que mas comúnmente consumen noticias electorales online. Es doblemente más probable que personas entre 18-29 años busquen información sobre la elección en línea que las mayores de 50 años. Aparte, los votantes mas jóvenes encuentran la información online ser particularmente influyente. Consumidores menores a 30 años dijeron que sus decisiones de votación fueron afectadas por la mitad de la información que encontraron online.

\*Pew Internet & American Life Project, Pew Research Center for the People & the Press



# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

*Nombre del Candidato:* \_\_\_\_\_ *dirección de la pagina Web:* \_\_\_\_\_

<u>Apariencia Estética</u>	<u>Acceso a la información</u>	<u>Personalidad del Candidato</u>	<u>Asuntos de la Campaña</u>
Color, Esquema y Atracción General	Tamaños de Documentos y Tiempo de Descarga	Educación y Experiencia Relevante	Hay declaraciones sobre asuntos o hipervínculos?
Disposición	Menues (facilidad)	Experiencia Laboral	Asuntos – están definidos claramente?
Fotos	Texto ALT (por si los gráficos o las fotos no se descargan)	Participación en la Comunidad	Asuntos – hay algún plan de acción indicado?





# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Gráficos	Idioma	Información Personal	El plan de acción esta respaldado con la información?
----------	--------	----------------------	---





## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

<b><u>Solicitud de Ayuda</u></b>	<b><u>Endoso</u></b>	<b><u>Comunicación</u></b>	<b><u>Atracción General</u></b>
Oportunidades para Voluntarios	Aprobación del sitio Web por el candidato	dirección, Teléfono e Información de Contacto	Audiencia dirigida
Ayuda Financiera	Celebridad o otro tipo de Endoso	Hipervínculo con la dirección de e-mail del Candidato	Uso de Multimedia
Ayuda en el día de Registracion de Votantes y día de la elección	Apoyo organizacional o Endoso	Blog u otro tipo de tablero de discusión	Facilidad de Navegación

Cual fue tu impresión general del sitio Web del candidato? Describe a continuación.



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Al mirar televisión en las semanas previas a una elección, veras al lado de publicidades para autos, remedios y comida rápida que también hay publicidades para candidatos políticos. Algunas de estas publicidades te dicen por que deberías votar por un candidato, mientras otras te dicen por que no deberías votar por otro candidato. Algunas publicidades pueden ser de tu agrado, mientras otras pueden desincentivarte.

Pero por que los candidatos políticos necesitan gastar dinero en publicidad televisiva? Que se incluye en una publicidad? Como eligen los candidatos que decir, mostrar y hasta que música elegir? Como deciden donde pasar la publicidad –que estaciones y que periodos de tiempo? Y de que otras formas pueden los candidatos publicitar aparte de la televisión?

### Por que realizar publicidades?

Uno de los primeros candidatos en usar la publicidad televisiva fue Dwight Eisenhower en su campaña presidencial de 1952. En ese momento, un candidato debía ser convencido de la sabiduría de publicidad televisiva para llegar a los votantes. Hoy, publicidad televisiva es considerada ser uno de los medios más eficaces para alcanzar al número más grande de votantes con un mensaje acerca del candidato.

La mayor parte de los candidatos contratan a un "consultor de imagen" para planear, investigar y hacer las publicidades. Esos consultores de media generalmente comienzan introduciendo encuestas de opinión publica o juntando a grupos pequeños de personas en "focus groups" (grupos foco) para ver cuales son los asuntos que están en la mente de los votantes. Con esta información en mano, piensan en como las fortalezas y acercamientos de los candidatos pueden mostrares para tratar esos asunto – o que información acerca de su oponente puede disturbar a los votantes. Luego diseñan la publicidad.

### Que elementos se incluyen al hacer una publicidad?

Todo elemento que se incluye en una publicidad politica – las palabras, las imágenes, la musica – envia un mensaje sobre ese candidato o su oponente

1. **El Guion.** La mayor parte de las publicidades televisivas tienen una longitud menor a los 30 segundos y entonces deben comprimir mucha información en relativamente pocas palabras. Los consultores de imagen comienzan por escribir el guion que use relativamente pocas palabras para lograr transmitir un fuerte mensaje. El guion puede
  - **Transmitirte algo positivo sobre los candidatos.** La publicidad puede focalizarse en algo que el candidato propone realizar si es electo:  
*“Las personas no tendrían que esperar en trafico por horas. Si soy elegido, terminare las construcciones en calles transitadas en horas pico”*  
Puede comunicarte acerca de lo que el candidato ha hecho en posiciones previas:  
*“Xavier Becerra: Una fuerte voz en el Congreso para fortalecer la educacion.”*  
Puede decirte sobre las fortalezas personales de los candidatos:  
*“Se como manejar dinero. Y resolvere los problemas fiscales de Filadelfia.”*  
O puede decirte que organizaciones tienen opiniones tan elevadas de los candidatos que públicamente los aprueban: *“Aprobado por The New York Times”*





## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

- **Comunicarte algo negativo sobre un oponente.** Algunas publicidades se enfocan en comunicarle a votantes acerca de cualidades negativas de los oponentes. Puede focalizarse en una posición del oponente (“Posiciones Riesgosas en Seguridad Social y Atención Médica...”), características personales, o falta de experiencia.
  - **Contrastar al candidato con un oponente.** Aun hoy otras publicidades compran al candidato patrocinando la publicidad de su oponente "George Brown quiere aumentar los impuestos a las propiedades, pero Gloria Mendez promete bajar los impuestos a tus propiedades."
2. **Las Imágenes.** Una publicidad televisiva no solo debe comunicar con palabras, sino también con imágenes.
- **Como debería aparecer el candidato?** Un candidato masculino debería aparecer en un traje para aparentar importante, o en camisa de mangas cortas para mostrar que es una persona común? Un candidato femenino debería ser mostrada dando un discurso para mostrar sus habilidades profesionales, o rodeada de niños, para mostrar su lado materno? En general una publicidad contra un oponente utilizará la foto o video más negativo -- a veces en blanco y negro – mientras que una publicidad positiva sobre un candidato será en color.
  - **Qué ubicación debe elegirse para la publicidad?** La ubicación de la publicidad puede enviar un mensaje acerca de los asuntos el candidato se focalizará si es elegido. Las publicidades pueden mostrar a candidatos en lugares de construcción con trabajadores – para mostrar que serían buenos para la economía y crearían trabajos o en una clase o con estudiantes para sugerir que mejorarían la educación.
3. **La Música.** La música determina humor para la publicidad. Si la atracción es positiva, la música será rápida. Si la publicidad crítica a un oponente, la música será lenta.

### Dónde pasar publicidades?

Los consultores de imagen necesitan elegir donde comprar tiempo de aire para alcanzar a los votantes que esperan persuadir, y tienen muchas opciones en aire y televisión por cable y/o en radio. Eligiendo un canal particular o una red de cable particular, la campaña puede traer de “alcanzar” a una audiencia en “particular”.

Por ejemplo, si un candidato presidencial piensa que tiene buenas posibilidades de alcanzar a hombres entre las edades de 18-49 años, puede elegir un fragmento de tiempo durante un partido de fútbol en NFL, mientras un candidato a alcalde que intenta alcanzar a mujeres de entre 18 y 40 años de edad puede elegir el cable local de la ciudad durante un programa de Lifetime que atraigan a mujeres. (Las tasas de publicidad por cable para áreas locales son relativamente poco costosas.) Muchos candidatos locales publicitan durante programas locales de noticias.



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

### **Publicidad Impresa: Diario Local, Correo Directo, Posters/Folletos**

Candidatos, especialmente en elecciones locales, usan publicidades impresas, porque es menos costoso que la televisión o porque puede ser direccionado más precisamente a cada audiencia particular con su mensaje. Por ejemplo, un candidato intentando alcanzar a la población Latina de la ciudad puede pasar la publicidad en un diario de lengua española. O un candidato puede decidir imprimir un folleto que sea enviado por correo a posibles votantes en una sección de la ciudad. Otros candidatos imprimen posters y sus ayudantes se encargan de ponerlos a lo largo de calles transitadas frente a las casas de los votantes que lo apoyan.

### **No Olviden el Telefono!**

En elecciones recientes, los candidatos han “publicitado” mediante llamadas telefónicas programadas a votantes pidiendo apoyo. Puedes levantar el telefono antes de una elección y escuchar al Presidente de los Estados Unidos en el otro extremo—en un mensaje grabado apoyando a uno de tus candidatos locales.



# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_

Luego de ver una publicidad política, llena el cuestionario a continuación.

**Candidato Apoyado en la Publicidad** \_\_\_\_\_

**Nombre de la Publicidad**  
\_\_\_\_\_

**1. Cuál es el mensaje o demanda central?**

\_\_\_\_\_

**2. Qué información dio la publicidad a los votantes?**

Información positiva sobre el candidato: \_\_\_\_\_

Información negativa sobre un oponente \_\_\_\_\_

Comparación de el candidato con un oponente \_\_\_\_\_

**3. Qué imágenes son usadas para apoyar las demandas de la publicidad?**

**Cómo aparece en la publicidad el candidato apoyado en la publicidad?**

**Cómo aparece el oponente en la publicidad?**

**Utilizan los lugares u objetos para apoyar la demanda de la publicidad?**

**4. Se utiliza alguna música para apoyar la demanda? Descríbela. A quién debería atraer?**

**5. Qué información de la publicidad es útil para tí? Qué quiere saber que la publicidad no te dice?**

**6. Qué harías para aumentar la cantidad de información útil en la publicidad?**

**7. Cómo piensas que jóvenes votantes responderán a la publicidad?**



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Como un “sound bite”, una publicidad negativa—o una publicidad de “ataque”, como es usualmente llamada—se supone que es perjudicial para la democracia. Las publicidades de ataque pueden ser fuentes de información importantes y confiables en una elección. Estudios realizados acerca de publicidades realizadas por candidatos presidenciales puestran que, en general, las publicidades de ataque son mas exactas que las publicidades que muestran las virtudes y el expediente del candidato (llamadas “publicidades de defensa”). Las publicidades de ataque, de hecho, se focalizan en políticas propuestas o pasadas de aquellos candidatos postulandose para una oficina más frecuentemente que las publicidades de defensa.

Es mas, un tipo específico de publicidad de ataque – el que compara una cualidad negativa o posición de un oponente con una característica positiva del candidato realizando la publicidad, llamada “publicidad de contraste”—en realidad lleva a los votantes a las encuestas. Esto es porque ese tipo de publicidades negativas hace que para los votantes sea posible contrastar los expedientes y propuestas de los candidatos. Cuando las campañas mencionan las vulnerabilidades de sus oponentes, en realidad hacen distinciones que ayudan a los votantes a realizar decisiones informadas.

Al despedir todas las campañas de ataque y al criticar a esos candidatos que las utilizan, penalizamos a los candidatos por proveer información que generalmente es más útil y confiable.

Hay una forma hiriente de publicidad que perjudica las campañas que usa publicidades que no son exactas, son engañosas o sucias. Publicidades inexactas o engañosas, cuando no son corregidas por otras fuentes, pueden llevar a votantes a asumir cosas incorrectas acerca de los candidatos. En los años recientes, algunas organizaciones han llevado acabo “control de publicidades” mediante los cuales periodistas investigaban las demandas realizadas en las publicidades para determinar si eran exactas o no. Los mismos proveen una fuente de información útil para votantes que pueden no tener el tiempo o los recursos necesarios para investigar las demandas por su cuenta.

Publicidades inexactas, sucias o injustas realizan un deservicio al proceso político no solo porque fomentan información falsa sino porque sugieren al público que los políticos están motivados solo por intereses individuales y no por un conjunto de creencias acerca de política.

El punto importante para tener en mente al evaluar una publicidad es si la misma es justa, exacta y relevante a la campaña. Para más información acerca de publicidades, visita Factcheck.org en <http://www.factcheck.org>.

Fuente: Jamieson, K.H. (2000). *Everything You Think You Know About Politics...and Why You're Wrong*. New York: Basic Books.



## Qué es un “adwatch?”

Un “adwatch” es un análisis de una publicidad política. Cuando los políticos están postulándose para elecciones o un grupo de intereses especiales quiere influenciar al público acerca de un asunto, producen publicidades que les indican a los ciudadanos por qué deberían o no deberían votar por un candidato. Generalmente dicen la verdad acerca de ellos mismos y de sus oponentes en las publicidades, pero a veces no lo hacen.

Las publicidades pueden proveer información a los votantes para ayudarlos a determinar si los políticos están diciendo la verdad, pero a veces no lo hacen. Algunas publicidades políticas no incluyen información importante que ayudaría a los votantes a realizar mejores decisiones acerca de qué candidato prefieren o qué posición acerca de un asunto desean. Otros proveen información confusa que engaña a los votantes. El trabajo de un buen controlador de publicidades es encontrar publicidades que son engañosas o no brindan información y corregir cualquier tipo de información falsa que los candidatos u otros grupos de intereses especiales están intentando extender. De esta forma, los controles de publicidades, ayudan a los ciudadanos a realizar decisiones acerca de la votación basadas en hechos reales.

## Como puedo realizar un control de publicidad?

El primer paso al analizar publicidades políticas es determinar qué tipo de publicidad estás viendo. Esto te ayudará a identificar qué demandas los candidatos o grupos están realizando y cómo puedes investigarlas. Hay tres tipos principales de publicidades políticas.

**1) Publicidad de defensa:** Este tipo de publicidad es solamente acerca del candidato que está realizando la publicidad. Puede discutir la posición del candidato en uno o más asuntos, sus características personales o su experiencia en el gobierno. Publicidades de defensa sobre asuntos se focalizan solo en la posición que el grupo en la publicidad desea. En las publicidades de defensa, no se menciona al oponente.

**2) Publicidades de ataque:** Este tipo de publicidad es solamente acerca del oponente al candidato realizando la publicidad. Puede criticar a las posiciones acerca de asuntos del oponente, características personales o falta de experiencia en el gobierno. En publicidades de ataque, hay poca o no hay discusión alguna acerca del candidato que realiza la publicidad. Una publicidad de ataque acerca de un asunto se focaliza en consecuencias negativas de adoptar la posición del oponente o muestra que las posiciones del oponente están mal fundamentadas. (Ver la nota más adelante)

**3) Publicidad de contraste:** Este tipo de publicidad compara el candidato realizando la publicidad con su oponente. Puede comparar sus posiciones en asuntos específicos, sus características personales, o su nivel de experiencia gubernamental. Este tipo de publicidad generalmente es el más informativo ya que brinda razones para votar por el candidato y explica por qué no deberías votar por el oponente.

**Nota:** Las personas generalmente piensan que una publicidad es mala o “sucias” simplemente porque es una publicidad de ataque. Este no es necesariamente el caso. Es importante para los candidatos o grupos criticar a sus oponentes mientras las críticas sean sobre las posiciones de los oponentes acerca de asuntos. De otra forma, los votantes no podrían aprender información positiva y negativa de los candidatos o podrían no aprender buenas razones para decidir una posición particular sobre un asunto. Para ser una publicidad de ataque justa, es importante que las críticas sean exactas.



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

### Qué es una Demanda?

Luego de haber identificado qué tipo de publicidad estás analizando, el siguiente paso es identificar qué demandas el candidato o el autor de asuntos están realizando en las publicidades.

Una demanda es una declaración que un candidato o un portavoz realizan que expresa algo que el o ella creen. Ellos esperan que estés de acuerdo con esa demanda.

Todos nosotros hacemos demandas todos los días. Puedes decirle a un amigo que tu maestra está dando demasiada tarea para terminar en una noche. Cuando le dices a tu amigo, “mi maestra nos da más tarea de la que podemos terminar en una noche”, esa es tu demanda. Tu crees que es una declaración verdadera. Tu maestra puede estar en desacuerdo, pero tu probablemente mantengas tu opinión ya que, basándote en tu experiencia, es tu firme creencia de que es verdad. Los candidatos y autores de asuntos hacen lo mismo en sus publicidades. Por ejemplo, una de las publicidades de Bill Clinton de su campaña presidencial en 1996 dicen, “El Presidente Clinton expandió los programas anti drogas”. Al poner esta oración en una de sus publicidades políticas, Clinton está demandando haber expandido el programa anti-drogas durante su primer período en la oficina. Un experto controlador de publicidades se fijará que esta demanda sea cierta.

### Y la evidencia?

La evidencia es una razon o una forma de respaldar un argumento que te brinda una mejor idea acerca de si la demanda es exacta.

Es más fácil encontrar su na demanda e exacta si la publicidad misma provee evidencia para respaldar la demanda.

Puedes pensar acerca de cómo la evidencia ayuda a los candidatos o al portavoz hacer el argumento más poderoso respecto a el ejemplo de tarea que hay previamente. Tal vez tu amigo no cree que tu tienes tanta tarea como dices tener. En respuesta, puedes dar evidencia para demostrar que tu demanda es exacta. Imaginemos que tú solo tienes una maestra para todos tus cursos. Puedes decir que generalmente tienes dos horas de tarea de matemática por noche, una hora de Estudios Sociales, y dos horas de tarea de Ingles. Luego explicas que con la práctica de futbol, cenando y el hecho de que la escuela no termina hasta las 4:00, no tienes suficiente tiempo para realizar tu tarea. Piensa que tán más potente tu argumento es con esto hechos adicionales.

La evidencia también nos ayuda a identificar si el candidato o portavoz por un asunto está realizando una demanda confiable. Recuerda que Clinton demandaba haber expandido el programa anti-droga en escuelas. Evidencia posible para la demanda de Clinton sería una descripción más detallada de los programas anti-droga. Tal vez la publicidad pueda decirnos donde podemos encontrar una noticia que discuta esos programas que Clinton demanda haber expandido. Podrían haber testimonios de maestras que usaron esos programas o una descripción de legislación que haya sido pasada habiendo permitido que los programas recibieran fondos. Un investigador podría dar información acerca de las diferencias positivas que los programas anti-droga lograron en tratar el uso de drogas. Desafortunadamente, las publicidades no proveen estas cosas. Por lo tanto, depende de que un controlador de publicidades investigue las demandas.



### **Dónde encontraría evidencia que respalde (o contradiga) la demanda?**

Diarios y noticias on-line son buenos recursos para empezar. Primero, el sitio web de Student Voices tendrá un montón de información acerca de candidatos y asuntos. Fíjate si hay historias en el sitio web que se refieren a el asunto en la publicidad. También puedes ir a la librería y mirar en copias de tu diario local. Si tienes archivos de tu diario local u otros diarios, puedes buscar ahí información acerca del candidato y el asunto en el que estás interesado. También es posible que una llamada telefónica a la oficina de la campaña te de buenas pistas. Aparte, mucho de lo que ingresa al Gobierno está grabado en documentos como el Congressional Record. Fíjate qué tipos de archivos son guardados por tu gobierno local. Puedes usar estos documentos para encontrar que acciones fueron tomadas los políticos con respecto a un asunto específico.

### **Y las imágenes?**

Debido a que la mayoría de los avisos políticos son vistos en la televisión, la parte visual de los avisos también juega un papel fundamental. Un controlador de publicidades bien realizado debe incluir una descripción de las partes visuales del aviso y un profundo análisis sobre qué transmiten al público. Por ejemplo, muchos avisos muestran imágenes en blanco y negro de la competencia. Esto hace ver al oponente como alguien peligroso y aterrador. Los avisos muy a menudo presentan imágenes negativas del oponente. Por otro lado, el candidato o los grupos realizando la publicidad podrán ser mostrados en una luz tenue y cálida. Esto contrasta el candidato o alguien a favor de un asunto con su oponente y dice que, al contrario de su oponente, le traerá a los votantes lo que es mejor.

En otras clases de demandas visuales, los avisos mostrarán candidatos o autores de asuntos rodeados de un cierto tipo de personas. Una publicidad puede representar a un candidato entre un grupo de policías. Esto hace que la demanda del candidato sea a favor de aplicación rígida de leyes. Otro ejemplo de esta técnica es cuando una publicidad muestra a un candidato en una fábrica, encontrándose con hombres y mujeres trabajadores. Este tipo de imagen usualmente argumenta que el candidato está a favor de uniones de trabajadores. A veces, una publicidad muestra a un grupo de personas incluso cuando el candidato no está presente. Ciudadanos ancianos son frecuentemente incluidos en publicidades políticas. Esto generalmente implica que el candidato está a favor de mantener las seguridades sociales o cuidados de salud para las personas retiradas. Una publicidad de asuntos acerca de la necesidad de aumentar los fondos para escuelas puede mostrar a la persona realizando el aviso en una clase llena de estudiantes o al lado de un edificio que necesita reparación. Es importante mirar de cerca a las imágenes en los avisos y pensar acerca de los mensajes que están enviando y si esas demandas son soportadas o no con evidencia.

También es importante prestar atención a la música que se escucha durante la publicidad. Iguales que las imágenes en blanco y negro, música tenebrosa se utiliza durante la discusión con el oponente y puede enviar el mensaje de que el oponente es peligroso. Música alegre, al contrario, envía una sensación positiva acerca del candidato realizando la publicidad. Escucha la música y considera cómo te hace sentir. Es una buena pista de lo que el productor del aviso quiere que la audiencia sienta al ver la publicidad.



## Resumen

El propósito de un controlador de publicidades es ayudar a los votantes darse cuenta qué dicen los candidatos en sus publicidades y asegurarse que lo que digan no sea engañoso. Para esto, se necesita:

- Entender el tipo de publicidad al que nos enfrentamos
- identificar las demands que el candidato o el autor de asuntos están haciendo en el aviso
- Buscar evidencias en la publicidad de las demands que son hechas
- Buscar evidencias externas de las demands en el aviso
- Verificar que la evidencia presentada en el aviso es verdadera
- Corregir las frases engañosas
- Encontrar, si hay, argumentos visuales
- Identificar el **sponsor**

Si analizamos cuidadosamente la campaña y las publicidades sobre asuntos podemos ayudarnos a nosotros mismos y a los ciudadanos a convertirnos en votantes informados que hacen buenas decisiones en la votación.





# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

NOMBRE: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

Analiza una de las publicidades de campaña o asuntos, utilizando el siguiente formulario

**Texto de la publicidad:**

---

---

---

---

---

---

---

**1) Qué candidato o grupo realiza la publicidad?**

---

**2) Qué tipo de publicidad es?** (haz un círculo alrededor de la elegida) De Defensa De Ataque De Contraste

**3) Cuáles son las demandas hechas en esta publicidad?**

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_
- 4. \_\_\_\_\_
- 5. \_\_\_\_\_
- 6. \_\_\_\_\_
- 7. \_\_\_\_\_
- 8. \_\_\_\_\_
- 9. \_\_\_\_\_
- 10. \_\_\_\_\_
- 11. \_\_\_\_\_
- 12. \_\_\_\_\_





# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

**4) Hay alguna evidencia de estas demandas?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**5) Si hay, cual es la evidencia?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**6) Hay algo inexacto o engañoso acerca de las demandas?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





# Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

**7) Hay algo inexacto acerca de la evidencia?**

---

---

---

---

---

---

---

**8) Qué evidencia tienes para decir que esas partes de la publicidad son inexactas?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**9) Hay partes donde la publicidad no diga la verdad completa (e.j. No incluye información que podría cambiar el significado de la demanda o facilitar su entendimiento)?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**10) Cómo son las partes visuales de la publicidad?**

---

---

---

---

---

---





11) Las partes visuales realizan argumentos? Si lo hacen, cuáles son?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Mientras que los votantes pueden obtener mucha información acerca de los candidatos de páginas web y publicidad, hay otra forma de aprender acerca de los postulados a oficina: escuchando a los candidatos hablar en sus propias palabras – en persona o por televisión o radio.

Los foros o debates de candidatos le dan a los votantes una oportunidad de escuchar a los candidatos responder preguntas acerca de sus posiciones o asuntos, de sus experiencias pasadas o de sus expedientes en oficina. Estas preguntas pueden ser realizadas por un moderador, periodistas y en casos ciudadanos- incluyendo a estudiantes de secundario que participan de Student Voices.

Qué pueden aprender los ciudadanos al mirar debates o participar de los foros de candidatos? De qué forma los debates y foros ayudan a los ciudadanos a determinar por quién votar y qué tipo de políticas respaldar en su comunidad?

### ✓ **La Persona Detrás de las Palabras**

Muchos votantes quieren ver cómo son físicamente sus candidatos y escucharlos en persona o por TV antes de decidir por quién votar. Quieren ver cómo los candidatos, sin guión, reponen a las preguntas y asuntos para juzgar cómo manejarían occurriencias inesperadas e incluso crisis en oficina. Quieren ver cómo los candidatos respaldan sus posiciones acerca de asuntos on evidencias o argumentos.

### ✓ **Respondiendo a las Preocupaciones de los Ciudadanos**

Los ciudadanos tienen control absoluto acerca de la información y los mensajes que postulan en los sitios web y en las publicidades. Pero en los debates y en los foros, existe la oportunidad para las personas fuera de las campañas de preguntarles acerca de asuntos o preocupaciones que tienen y escuchar como los candidatos tratarán con ellos, una vez en oficina. Cuando lo estudiantes tienen la oportunidad de postular preguntas a los candidatos, pueden incluir asuntos que generalmente no son incluidos por los candidatos en campañas: asuntos de preocupación particular para la juventud.

### ✓ **Compromisos de los Candidatos en el Expediente**

Las declaraciones que los candidatos realizan durante debates y foros le dan a los ciudadanos la oportunidad de aprender lo que los candidatos harían si fueran elegidos y juzgar el accionar de los oficiales que entran a oficina. Mientras muchos Americanos creen que “los políticos dirán cualquier cosa para ser elegidos”, los investigadores han encontrado que la mayoría de los políticos intentan cumplir con las promesas hechas durante la campaña. En conclusión, los votantes pueden tener una idea bastante exacta de qué harán los candidatos en la oficina al escuchar a sus promesas durante la campaña. Las declaraciones realizadas durante campaña proveen un mapa de lo que los candidatos probablemente harán una vez en oficina.



## Cuadro de Posición con respecto a Asuntos de los Candidatos

Fecha

Nombre del Candidato  
Nombre de la Calle  
Ciudad, Estado, Código Postal

Estimado (*nombre del candidato*),

Me dirijo a usted muy atentamente para invitarlo a hablar en una de mis (*grado y area del curso*) clases a (*nombre de la escuela*) este otoño como parte del proyecto de Student Voices. Los estudiantes estarían preparados para realizar preguntas sobre asuntos acerca de su comunidad. (*Fechas*) no son buenas debido a exámenes o vacaciones.

El proyecto Student Voices es una iniciativa para la educación cívica del Annenberg Public Policy Center de la Universidad de Pennsylvania cuya actividad principal es enseñar a estudiantes de secundario acerca del gobierno y la importancia en la participación del proceso político.

Una de las partes centrales del proyecto es realizar encuentros cara a cara entre candidatos y oficiales de gobiernos con los estudiantes, para que los estudiantes sientan que sus voces son escuchadas en los asuntos que les preocupan. Estas visitas también demuestran a los estudiantes que los oficiales públicos están trabajando para proteger sus intereses.

Me comunicaré con su oficina en los próximos días ver si este tipo de visita es posible, o usted puede comunicarse conmigo por teléfono (*número telefónico*) o via e-mail al (*dirección de e-mail*). En el entretiempo, si le gustaría conocer más acerca de Student Voices, por favor visite su página de internet en <http://student-voices.org>.

Atentamente,

Tu Nombre  
Tu Escuela



## Unit 4

### Learning About Candidates: The Role of the Media

## Unit Overview

### Introduction

Students consider the role of a free press and the First Amendment in campaigns and the need for citizens to obtain information about candidates and issues from the news. Students learn about both traditional and newly emerging media forms and how they function to provide citizens with campaign information. They use media coverage to continue to collect information about the candidates and the issues they are studying in an upcoming election.

### Lesson 1: The Importance of a Free Press in Democratic Elections

Students consider the role of a free press in a campaign. They examine the First Amendment's influence on media coverage of campaigns and consider what campaigns and elections might look like in a society without the freedoms guaranteed by the First Amendment.

### Lesson 2: The News Media, Candidates, and Issues

Students examine various forms of media and determine each form's strengths and weaknesses as a source of information about campaigns, using their research to fill out the "Candidates' Issues Position Chart."



## Overview

### Objectives of the Lesson

Students will:

- Examine citizens' information needs in a campaign
- Identify the role the media play in a campaign
- Understand the role of the First Amendment in ensuring access to information about campaigns

### Preparation before Lesson 1

- Remind students to bring their **Candidates' Issue Position Chart** to class.
- Make one copy of **What If There Was No Freedom of the Press?** chart for each student.
- Make one copy of **Media Coverage of Campaigns** handout.
- Have available copies of a news story about a campaign issue.

### ★ Project Idea

- Students compare the news media's coverage of candidates' issue positions with the way that candidates describe their positions on issues in their campaign advertisements or on their websites.
- Invite a journalist (editor, reporter, editorial page editor, columnist, cartoonist) from your local newspaper to come to class to talk about how the newspaper covers a campaign.





### Lesson Plan

1. Explain to students that today they will begin looking at how citizens can learn about candidates from the news media and the importance of the First Amendment for the media to provide independent information about candidates and issues in an election.
2. Remind students of the text of the First Amendment to the U.S. Constitution:

“Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances.”

Note that the only business mentioned is “the press” and the only institutions mentioned are “the press” and “religion.” Media provide a check on the government. The media are often a critical way for citizens to become informed about candidates. In today’s exercise, students will think about the various roles the media play and what would be lost if journalists were not able to play those roles. Discuss how and why the media are controlled in societies that are not free.

3. Hand out copies of **What If There Was No Freedom of the Press?** chart. Have students work in pairs or in small groups to fill out the chart, thinking about what kind of information each of the media forms provides in a campaign and what would be lost if they were not able to fulfill that role.
4. When students have finished, have them share their conclusions.
5. Hand out copies of the campaign news story and ask students to answer: How would this story be different if the First Amendment did not exist?
  - What is one piece of information about the issue that they have learned from the story?
  - What else would they like to know about the issue that the story did not answer?
6. Using the two exercises as a basis, brainstorm a list of roles that the media play in a campaign to provide citizens with the information they need to make decisions on Election Day. Write responses on the board. Ask students which role they think is most important to a democracy.



### Assignment Suggestions

- Assign students different news media to examine before the next class. They may include:
  1. Local newspaper news pages (city, community, ethnic, special interest, or weekly; specify day)
  2. Local newspaper editorial pages (editorials/letters/op-eds/editorial cartoons)
  3. Local TV news (early morning, noon, early or late evening)
  4. Radio news
  5. Internet news source

Using the **Media Coverage of Campaign** handout, ask students to examine their news source on a specific date (or a specific time period) and gather data on the information that source provided about the campaign and the class's Youth Issues Agenda, and on the value of the source. Was the objective of their source to simply inform or to sway the readers' opinions in some way? Remind them to add any relevant information they find to their **Candidates' Issue Position Chart**.

- Ask students to select one of the roles media play and write a paragraph about why they think that role is important to democratic society and what would be lost if there were no freedom of the press.
- Ask students to write an op-ed piece or a persuasive essay based on the following prompt:  
*A free and vibrant press is the cornerstone of a democratic society.*



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Evaluate the strengths and weaknesses of each form of media in providing citizens with the information they need to make decisions in democratic elections
- Research media coverage of the candidates' positions on their chosen issue
- Determine which roles the local media have played in covering their chosen issue
- Compare media coverage of the candidates to the ways in which candidates represent their positions in their advertising, on their websites, in debates and forums or at in-person meetings

#### Preparation before Lesson 2

- Remind students to bring their [Candidates' Issue Position Chart](#)
- Remind students to bring their [Media Coverage of Campaigns](#) handout with the results of their monitoring one media source for campaign information
- (Optional): Make one copy of [What are Sound Bites...and are they bad?](#) for each student.

### ★ Project Ideas

- Develop Voter's Guides on Candidates' Backgrounds and Positions on Issues and display in a brochure or on a website. (See [How to Create a Voter's Guide](#) handout for tips.) Think about translating the Guide into other languages, if such a guide would be helpful to residents of your community.
- Write letters-to-the-editor or op-eds for the local newspaper about the candidates and their positions on the issues. (See [How to Write a Letter-to-the-Editor, Tips for Writing an Op-Ed](#), and [Sample Op-Ed](#) for tips.)
- Create editorial cartoons about the candidates and the campaign and send them to your school or local newspaper.



- Hold a mock editorial board meeting, in which some of the students portray the board while others portray the candidates and their advisors. After listening to each “candidate” present his or her case for election, the editorial board members choose which candidate to endorse and write an editorial. (See [How to Hold an Editorial Board Meeting](#) handout for tips.)
- Write Web Logs or “Blogs” in which students make observations about the campaign, the candidates, and the issues.
- Make a video about the candidates and their positions on the issues and show it in your school or on your local public access channel.



### Lesson Plan

1. Ask students to report on their findings from monitoring different media sources. Each report should begin with a description of what the students expected to find, followed by a description of what information the students were able to find about the campaign or about their issues. Students should also share whether the information they gathered helped them add to their **Candidates' Issue Position Chart**. Ask students what they think the value of the source was for information on the campaign, the candidates, or the issues. Write on the board the name of the media source and its pros and cons as a source of information.

*Example: Newspaper story about Candidate's Plan to Lower Taxes—Presents plan and analysis of plan*

*Example: TV News story showing Candidate's Endorsement by Police Union—Gives important information in short amount of time; lets voters hear candidate speak in his/her own words in acceptance*

*Example: Editorial cartoon—uses visuals and humor to get an important point across about a candidate*

2. Ask students to compare the information they found in their media source to what they learned about the candidates and the issues from the candidates' own words—on their websites, in their advertising, in debates and forums, or in in-person meetings. Discuss the importance of having *independent* sources of information about the candidates.
3. Discuss with students the information they did NOT find in their media source that they would have found useful about the candidates and the issues.

*Example: Information on where the candidates stand on issues*

*Example: Coverage of minor candidates on the ballot*

4. What are some of the reasons why the media source may NOT have provided that information?
  - Limited number of reporters, limited time to research and find information
  - Limited space for coverage
  - TV needs visual stories
  - Radio needs sound
  - Media need to attract audiences and only want to devote a certain amount of time and space to political news
5. (Optional discussion extension): Hand out one copy of **What are Sound Bites...and are they bad?** to each student. Discuss the reading as a class.
6. Ask students how they think citizens might work with the media to bring to light information about candidates and issues NOT found in the media.
  - Writing letters-to-the-editor and op-eds about issues and candidates



- Creating Web Logs (Blogs) about the candidates, the campaign and the issues
- Creating Voter's Guides
- Working with public access television to disseminate information

### Assignment Suggestions

- Using the [How to Write a Letter to the Editor](#) handout, have students write a letter to their local newspaper or to the media source they monitored, either in response to something they read in the newspaper or saw in the source, or to recommend that the media source change its coverage, or to offer information not available in the newspaper.
- Write an essay explaining the reasons for any differences between the media's coverage of candidates and how the candidates represent themselves in their own words. Refer to research from Unit 3 to develop your comparison.
- Write a 1-page essay analyzing the strengths and weaknesses of one of the forms of media you monitored in providing citizens with the information they need to make decisions in democratic elections.
- Compare media coverage of the candidates to the ways in which candidates represent their positions in their advertising, on their websites, in debates and forums or at in-person meetings.



# ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

Imagina una situación sin libertad de prensa. Aparte de afectar cómo distribuimos el tiempo de entretenimiento, ¿cómo puede influir en nuestra habilidad de estar informados, pensar y actuar como ciudadanos? ¿Cómo puede afectar nuestra habilidad para investigar, interpretar, y evaluar asuntos y las posiciones de los candidatos o calificaciones para oficina?

<b>¿Qué pasaría si no hubiera...</b>	<b>Posibles Efectos:</b> (positivos y negativos)
Cobertura del periódico acerca de las posiciones de los candidatos en diferentes asuntos y sus perfiles?	
Cobertura por televisión acerca de noticias de candidatos (apariciones, entrevistas, endosos políticos)?	
Cobertura de las encuestas?	
Cobertura de los endosos políticos por grupos de interés (Ej.: profesores, oficiales de policía, <u>NAACP</u> )?	
“Chequeo Rápido” de las demandas de un candidato?	
Web blogs sobre los candidatos y las campañas?	
Noticias en los portales de Internet?	
Endosos de editoriales de diarios?	
Debates políticos televisados?	
Cartas a Editores o Op-Eds?	





# ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Fuente de las noticias	Fecha y hora en la que controlaste la fuente	Información que aprendiste acerca de la campaña

**¿Por qué crees que las fuentes que monitoreaste decidieron cubrir la campaña o asuntos de tu Agenda de Asuntos de la Juventud? ¿Su intención era informarte o persuadirte? Describe tus pensamientos en el espacio a continuación.**

---



---



---



---



---



---



---



---

Cuando las personas dicen que un candidato “habla en sound bites,” se están refiriendo a las frases cortas o eslógans que los candidatos a veces incluyen en sus discursos. Estas frases resumen la posición de un candidato o identifican fortalezas que el candidato quiere mostrar. “¿Estás mejor hoy que cuatro años atrás?” sería un “sound bite” que un candidato podría usar para resaltar cuánto ella o él ha hecho en el primer término en oficina. (O un desafiante podría usarlo para demostrar que las cosas se han puesto peor debajo de su oponente. En contraste, “¿Está usted listo para un cambio?” es un sound bite un desafiante podría usar para sugerir que las políticas pasadas fueron negativas.

La razón por la cual los candidatos intentan usar frases cortas es porque saben que los medios – especialmente los programas de noticieros en televisión- no tienen más tiempo que un pequeño fragmento de lo que dijeron en un día dado para pasar. De hecho, durante los últimos 30 años, las







## ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

noticias televisivas tendieron a dedicar menos y menos tiempo a declaraciones directas de los candidatos en sus coberturas políticas. Por ejemplo, en 1968 el sound bite promedio de un candidato en televisión era 43 segundos. Ya para el 2000 se disminuyó a 7.8 segundos. Si los candidatos esperan hacerles llegar los puntos claves a su público por televisión, saben que tienen que encapsular su mensaje a un sound bite.

¿Pero eso significa que los sound bites son malos? No necesariamente. Los sound bites pueden ser superficiales o profundo. “Sound bites” substantivo – mensajes cortos que transforman un discurso largo y complejo a sus puntos esenciales – en realidad puede ser muy útil en ayudar a los votantes a entender las posiciones claves del candidato. De hecho, sound bites pueden ayudar a las personas a aprender en pocos minutos lo que de otra forma hubieran necesitado horas para conocer. Hay muchos “sound bites” que transportan mensajes importantes- como “Te amo” o “¿Te casarías conmigo?”. Y muchos sound bites que las figuras políticas han ofrecido durante los últimos años han sido vistos favorablemente en la historia, como “No preguntes lo que tu país puede hacer por ti, pregunta lo que tú puedes hacer por tu país” o “No tenemos nada que temer, salvo temor en sí mismo” No hay razón para creer que la brevedad de un mensaje significa superficialidad, o que no podemos aprender algo sobre el candidato a partir de un sound bite.

Fuente: Jamieson, K.H. (2000). *Everything You Think You Know About Politics...and Why You're Wrong*. New York: Basic Books.



## ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

Usando tu Cuadro de Posiciones de los Candidatos, puedes desarrollar una Guía para Votantes para ayudar a informar a los votantes quién se está postulando en la próxima elección, cuáles son sus calificaciones y qué experiencia tiene, y qué posiciones han tomado en asuntos de importancia para los jóvenes y la comunidad.

### Algunas ayudas:

- Incluye a todos los candidatos postulándose para oficina.
- Dependiendo del número de candidatos, selecciona a 3-6 asuntos para sobresaltar en la guía. Piensa en tu Agenda de Asuntos de la Juventud.
- Pregúntale a los candidatos sus posiciones en los asuntos por e-mail o por mail regular, por teléfono o si no puedes contactarte con el candidato, vía su sitio de Internet o artículos de diarios. Es importante ser objetivo. Usa un lenguaje que no muestre tu opinión sino que determina la posición del candidato justamente.
- Mantén el folleto corto y conectado con los puntos importantes (Es más probable que la personas lean algo que provee un resumen de las posiciones de los candidatos en los asuntos
- Incluye información en registración para votar.
- Incluye quién produjo el folleto (ej. Tu clase o tu grupo, pero no escribas nombres individuales). Considera establecer una dirección de e-mail para el proyecto e inclúyela en el folleto.
- Si es posible, traduce el folleto a todos los lenguajes apropiados para tu escuela o comunidad.



## ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

Las cartas dirigidas al Editor son generalmente respuestas a las noticias, artículos, notas de opinión, caricaturas y/o editoriales en el diario. La carta puede celebrar, cuestionar, o criticar algo leído o visto en el periódico.

Para escribir una carta al Editor que sea efectiva, trate lo siguiente:

1. Focalízate en un tema
2. Escriba en respuesta a algo que leyó o vio en el periódico. (Si el diario no cubre algo que usted piensa que debería cubrir, relacione su carta a algo que fue cubierto y explique por qué usted quiere que cubra algo más o mayor información)
3. Exprese en su carta el por qué de su apoyo, oposición o cuestionamiento a lo que leyó en el diario o a la perspectiva del mismo.
4. Relacione su experiencia al tema como estudiante de colegio secundario.
5. Manténgalo breve y preciso – dos párrafos generalmente son suficientes. Escriba en forma clara y precisa.
6. Incluya su nombre, dirección y número de teléfono. También puede incluir su dirección de mail.

### **Formato ejemplar:**

Querido/ Estimado Editor:

En (fecha), en el artículo/nota de opinión/editorial/caricatura (cita el título y la página), el autor (puede ser un editor, escritor de noticias, escritor invitado de una nota de opinión, o un caricaturista) (escribe un resumen de la idea principal que deseas tratar).

Indica por qué estás escribiendo: (te encuentras de acuerdo o en desacuerdo con la idea principal, deseas que la nota tenga mayor cobertura, o encuentras la nota demasiado subjetiva, etc.)

Tu idea o proposición (tipo de información que la nota debería cubrir, diversidad de opiniones, otras perspectiva, etc.)

Sinceramente / Atentamente

Tu nombre

Dirección

Número de teléfono

(dirección de email es opcional)



# ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

“Op-Eds” son ensayos de opinión que reciben su nombre de haber sido publicados en un diario “opuesto” a las editoriales, el cual declara la posición del diario en un asunto. Les dan a las personas que no pertenecen al periódico una oportunidad para decir lo que tengan que decir acerca de algo que les preocupe. Para escribir un Op-Ed efectivo, intenta:

- Realiza tu Op-Ed sólo acerca de un asunto.
- Resalta un punto que creas que otras personas pasaron por alto.
- Usa tu perspectiva de un estudiante de secundaria para marcar tu conclusión
- Hazlo actual- acerca de algo que esté sucediendo AHORA.
- Mantenlo entre 500 y 700 palabras.

Prueba usando el formato a continuación para escribir tu Op-Ed:

1. ENCABEZADO: Escribe un encabezado para tu Op-Ed usando SEIS a OCHO palabras

---

2. ATRAPA SU ATENCIÓN: Cuenta una historia acerca del asunto que te preocupa – algo que haya pasado o que algo de lo que hayas sido testigo RECIENTEMENTE.

---

---

3. PLANTEA TU POSICION (En una oración, plantea el asunto y cuál es tu posición.)

---

4. RESPALDA TU POSICIÓN (con estadísticas, citas de expertos, resultados de estudios)

---

5. TERMINA CON UNA FUERTE CONCLUSION\_(Brevemente, haz un resumen de tu posición):

---





## ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

Muchos periódicos eligen “endosar” o dar su apoyo a candidatos antes de una elección. Los periódicos deciden estos endosos en reuniones del directorio editorial. En elecciones locales, los directorios generalmente invitan a los candidatos a las oficinas del periódico y a hacer una presentación de por qué creen que son la mejor persona para el trabajo. Los editores del diario luego le harán preguntas para conocer más información acerca de sus calificaciones y posiciones en asuntos.

Aquí hay un ejemplo de cómo puedes conducir tu propio directorio y decidir a qué candidato endosar. En este ejercicio, algunos estudiantes actuarán como candidatos, y otros como miembros del directorio. Puedes decidir realizar tu reunión antes de una asamblea de escuela. Para que otros estudiantes puedan observar y aprender de los candidatos. Aquí están los pasos:

1. Cada estudiante debe seleccionar un candidato de la futura elección y un asunto que crea que es el más importante en la elección. (También puedes elegir apoyar a un candidato basándote en cómo sus calificaciones o historia en la oficina lo ayudarían a confrontar los asuntos.) Forma un par con otro estudiante que también haya elegido el mismo candidato y asunto.
2. Usando tu Cuadro de Posiciones de los Candidatos, escribe una breve declaración para apoyar al candidato y a su posición en el asunto o calificaciones respecto del asunto. Comparte tus respuestas con un compañero. Los estudiantes luego deberían reunirse con otros que apoyan al mismo candidato y formular una breve presentación grupal.
3. Los estudiantes deberían tomar turnos hablando a favor de los candidatos frente a la clase. Los estudiantes que no están en el grupo deberían realizar las preguntas, o pedir clarificaciones o postular alternativas. Para que los estudiantes que presentan deban defender al candidato.
4. Una vez que todos hayan hablado, se votará para decidir a qué candidato se endosará.
5. Aquellos que hayan votado la mayoría escribirán la editorial,
6. Los estudiantes del grupo que tengan talento artístico podrán crear una caricatura política original para acompañar la editorial.
7. Los estudiantes que hayan votado por un candidato distinto deberán escribir un **Op-Ed** (texto de opinión) detallando por qué están en desacuerdo con el endoso de la editorial periódica y por qué pensaron en el otro candidato para apoyar.
8. Los grupos pueden reunirse como una clase entera y compartir sus editoriales finales y Op-Eds y sus reacciones al proceso. La clase puede votar una editorial final y / o Op-Ed para publicar o cada grupo publicará el suyo.

### 1. ENCABEZADO

Los jóvenes están perdiendo opciones de recreación



## ¿Qué pasaría si no hubiera Libertad de Prensa?

### 2. ATRAPA SU ATENCIÓN

“¿Que quieres hacer?” Mis amigos y yo nos realizamos esa pregunta todo el verano. Mientras andábamos en nuestras bicicletas por el barrio los días que algunos de nosotros no teníamos que trabajar en la tienda intentábamos entenderlo. ¿Deberíamos ir a nadar? Oh, cierto, la ciudad cerro nuestra pileta de barrio y el centro de recreación adjunto. ¿Y la biblioteca? Nuestra rama local también fue cerrada y tendríamos que ir en bus o en auto a la más próxima. ¿Ir al centro o a la tienda? Claro, si queremos gastar dinero en comida rápida, video juegos, ropa o otras cosas que realmente no necesitamos. Es mucho más fácil encontrar algo que hacer durante clases ya que tenemos muchas actividades luego del horario de colegio o podemos parar en la biblioteca al volver a casa. ¿Pero que se supone que los adolescentes como yo y mis amigos hagamos durante el verano?

### 3. PLANTEA TU POSICIÓN

Con todo lo que se habla en las noticias acerca de los chicos y la obesidad o los chicos y las drogas, nuestros oficiales elegidos necesitan trabajar para abrir de vuelta la pileta, el centro de recreación y otras opciones recreativas que les han sido quitados a los jóvenes de la comunidad en los últimos años.

### 4. RESPALDA TU POSICIÓN

El año pasado, investigadores de San Diego State University encontraron que la falta de actividad física es el factor de riesgo mas significativo que contribuye a la obesidad entre los 11 y los 15 años de edad. Yo creo que si la pileta y el centro recreativo que teníamos en nuestro barrio aun estuvieran aquí, habrían muchos mas chicos nadando y siendo activos en mi comunidad. Pero no se queden con mi palabra. "Las actividades diarias como caminar a la escuela, clases de educación física, actividades luego de clases, tareas y juegos en general han sido reemplazados por una sedentaria forma de vida frente a la TV, computadora o video juegos," dijo Ken Germano, el presidente de American Council on Exercise. "Este estudio subraya la necesidad de programas de actividad física efectivos que apunten a los jóvenes. Es importante para nosotros enseñarles a nuestros chicos a llevar vidas sanas y activas, así pueden evitar serios problemas de salud en el futuro." Pero la obesidad no es el único asunto de salud que tendría que llevar a nuestros líderes locales a actuar. De acuerdo al National Center on Addiction and Substance Abuse at Columbia University, los adolescentes que se aburren en general son un 50 por ciento mas probables a fumar, tomar, emborracharse y usar drogas ilegales. Estas actividades ilegales no solo llevan a la adicción y a la mala salud, también son frecuentemente la causa de otros asuntos, como dejar la escuela o embarazos en adolescentes. De acuerdo al National Campaign to Prevent Teen Pregnancy, los adolescentes de 15 años y mas que utilizan drogas son 5 veces mas probables a tener sexo que aquellos adolescentes que no utilizan drogas.

### 5. TERMINA CON UNA FUERTE CONCLUSIÓN

Yo creo que los líderes elegidos de nuestra comunidad necesitan ver que el cortar programas y oportunidades recreativas para los jóvenes no es solo un tema de dinero. La falta de programas puede llevar a asuntos de salud y a problemas sociales también. Deberían darse cuenta que pueden hacer una diferencia en las vidas de muchos jóvenes y ayudar a la comunidad al mismo tiempo. Así que, “¿Qué quieres hacer?”



# Unit 5

## Making Your Voices Heard

### Unit Overview

#### Introduction

Students learn how they can make their voices heard both before Election Day, when they can disseminate information to the media and to their peers and community about the candidates and issues that matter to them, and on Election Day, by taking part in a Mock Election.

#### Lesson 1: Media and Community Outreach

Students disseminate the information they have learned about candidates and the campaign through a variety of channels, from writing letters to the editor for their local or school newspaper, to publishing brochures or mounting websites to serve as Voters' Guides, or holding an in-school Issues Expo to educate their school or community about the candidates' positions on issues of importance to them.

#### Lesson 2: Mock Election

On Election Day, students carry out a mock election in their class or among fellow students in the school. They distribute ballots and tabulate results. Students consider what it would be like to live in a nation where citizens were not given the right to vote.



## Overview

### Objectives of the Lesson

Students will:

- Share their research on the campaign, candidates, and issues with the community

### Preparation before Lesson 1

- Remind students to bring their [How to Write an Op-ed](#) and [Sample Op-ed](#) handouts to class.





### Lesson Plan

1. If the class has prepared an Issues Expo on the candidates and the issues, use this class to hold the expo, inviting members of the school (seniors who are likely voters, teachers, administrators, parents) or local community.
2. If the class has prepared print materials to inform voters about the candidates and issues, use this class to disseminate the materials to the community.

### Assignment Suggestion

- Have students use [How to Write an Op-ed](#) to write an op-ed about one of the issues on their Youth Issues Agenda and send it to their local or school newspaper.



### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Conduct a mock election
- Tally results to determine the mock election winners

#### Preparation before Lesson 2

- Make ballots for the mock election.

**NOTE:** To avoid the perception that your school or the Student Voices project favors one candidate over another, results from the mock election should not be shared or posted prior to the availability of actual election results.



### Lesson Plan

- Ask the students to distribute ballots to voters. (The voters may include the members of your class, other selected classes, the entire school, district, etc.)
  - As a class: Ask students to cast their votes in the Student Voices election.
  - As a school: Students may cast their votes at a central location or several central locations.
- Students should let voters know how they will be able to find results from the mock election on the [Student Voices website](#) once votes are tabulated.
- Students should tabulate and submit results of the mock election to the Student Voices Web Editor for posting on the [Student Voices website](#).

**NOTE:** If there is time in this session, discuss with students how voters locate their polling place on Election Day, if they are voting for the first time.

### Assignment Suggestions

- Ask students to find the results of the actual election and compare the results of the mock election with the results of the actual election.
- Ask students to calculate voter turnout results.



# Unit 6

## Analyze and Reflect

## Unit Overview

### Introduction

In this final unit of the Campaign curriculum, students analyze the election results as well as their own experiences over the past semester.

### Lesson 1: Analyzing the Vote

Students examine election results and voter turnout data from the election, discussing possible reasons for the outcome as well as ways to increase voter turnout, particularly among young people.

### Lesson 2: Writing to the Newly Elected Official

Students exercise their ability to make their voices heard by drafting a letter to one of the officials who won in the election. Letters can focus on issues from the Youth Issues Agenda or on ways to increase voting.

### Lesson 3: Reflection

In the final Student Voices lesson, students reflect on all their accomplishments over the course of the term by returning to the Civic Action Continuum and writing an essay about their experiences. The activity also challenges students to continue the work they began and stay active in the local community.



## Overview

### Objectives of the Lesson

Students will:

- Compare actual election results to their mock election results
- Discuss possible reasons for election results
- Discuss ways to increase voter turnout, particularly among 18- to 24-year-olds

### Preparation before Lesson 1

- Make one copy of [Why Don't We Vote? And What Can Be Done About It?](#) for each student.
- Make one copy of [Writing a Position Essay](#) for each student.



### Lesson Plan

1. **Option 1:** If turnout figures are available for the previous week's election, compare the actual voter turnout numbers to those from your class's mock election. Discuss reasons why voter turnout was the same or different for the nation.  
**Option 2:** If turnout figures are NOT available for the previous week's election, show students' turnout numbers from some other past election. As a class, brainstorm reasons why voter turnout was less than 100 percent in the past election.
2. Hand out **Why Don't We Vote? And What Can Be Done About It?** Have students individually fill in the first section.
3. As a class, brainstorm ways to overcome the obstacles to voting that the class has found.
  - Using the second section of the handout, have students individually fill in the solution they think would be most effective in getting more Americans to vote.
  - Ask students to provide three reasons why they believe their chosen solution will overcome the problem of low voter turnout in America.

### Assignment Suggestions

- Have students use the worksheet to develop an op-ed or 5-paragraph expository essay on their solution. (The template **Writing a Position Essay** may be helpful to your students.)
- Your students can send the op-eds to your local newspaper or for consideration for publication on the **Student Voices website**. They may want to send essays to local or state election officials for their consideration.



## Overview

### Lesson Objectives

Students will:

- Understand that citizens and elected officials need to communicate with each other even after Election Day
- Write a letter to the newly elected official on the students' chosen issue or ways to increase voter turnout

### Preparation before Lesson 2

- Remind students to bring their [Candidates' Issue Position Chart](#)
- Remind students to bring their [Media Coverage of Campaign](#) handout with the results of their monitoring one media source for campaign information

### ★ Project Idea

Contact your local newspaper about publishing students' letters to the newly elected officials.



### Lesson Plan

1. Discuss with students the need for citizens to continue to provide input to government officials once they are elected and to hold officials accountable for the promises they made during the campaign. Remind students that democracy is a two-way street, and it is the job of both elected officials and citizens to stay in contact with one another about issues of importance to the community.
2. Today, they will be drafting letters to one of the candidates who recently won the election. Explain that the purpose of the letter is to provide their suggestions on what course of action the official should pursue in office with regard to their issue.
3. Hand out the template **Writing to the Newly Elected Official** and have students begin writing a letter to the official about the issue they studied this semester during the campaign. (The template **Sample Op-Ed** from Unit 4 may also be helpful to your students.)

Students may also choose to use their ideas from **Why Don't We Vote?** to write to the official about how he or she may take actions to encourage more young people to get involved in government and to vote.

### Assignment Suggestions

- Complete letters and send to the newly elected official.
- Write a 1-page essay describing why it is important for citizens to stay in contact with candidates once they have been elected and why it is important for candidates to stay connected to voters after Election Day.





### Overview

#### Lesson Objectives

Students will:

- Reflect on their accomplishments over the course of the semester
- Understand that civic engagement is an ongoing responsibility for all citizens

#### Preparation before Lesson 2

- Make one copy of the [I-Search Reflection Essay](#) worksheet for each student.
- Make one copy of the [Civic Actions Continuum](#) worksheet for each student.
- Remind students to bring their Civic Actions Continuum worksheets they filled out in their first class of Student Voices.



### Lesson Plan

1. Distribute copies of the **Civic Actions Continuum** worksheet to each student. Have students fill out the worksheet and answer the questions at the bottom.

NOTE: Students should not refer to their **Civic Actions Continuum** worksheets from the first Student Voices class until AFTER they have filled out a new sheet.

2. Ask students to compare the worksheet they just filled out with the **Civic Actions Continuum** worksheet they filled out in the first Student Voices class.
3. In pairs or small groups, students should discuss how their attitudes have changed over the course of the semester. Discuss the small groups' findings as a class. Why do students think their attitudes changed? What role did experiencing some of the items on the list play in changing their ideas?
4. Distribute copies of the **I-Search Reflection Essay** worksheet to each student.
5. Remaining in their small groups, ask students to begin thinking about answers to each of the questions on the sheet. Ask them to share their answers to each question and discuss how they plan to write their essays. Remind students to take notes on their answers as they talk in their small groups, as these ideas may be helpful in structuring their essays.
6. Have students begin to write their essays.

### Assignment

- Complete I-Search essay.



# Por Qué No Votamos? Qué Podemos Hacer al Respecto?

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

Típicamente, los Estados Unidos tiene una baja presencia electoral de votantes en comparación a otras democracias en el mundo. De acuerdo al International Institute for Democracy and Assistance, la presencia electoral de votantes en Estados Unidos esta rankeada 114 entre 140 naciones que tuvieron democracia entre 1945 y 1998. La presencia en elecciones es generalmente mas alta en años donde elegimos un presidente, pero en los otros años, cuando elegimos a muchos de nuestros oficiales locales, la presencia electoral tiende a ser menor al 50 por ciento.

Las personas han encontrado muchas razones para explicar por qué Estados Unidos tiene tal bajo ratio de presencia electoral en comparación a otras democracias en el mundo. Por ejemplo, algunos investigadores han encontrado que los americanos votan menos que otros países porque tienen mas oficiales elegidos para votar por. Otros han encontrado que hay demasiadas barreras para votar, como el requerimiento que las personas se registren para votar un mes antes de la elección para poder participar. Tu discutiste otras razones al comienzo del semestre cuando estudiaste “¿Quién vota?” Ahora reconsideremos la pregunta.

**¿Por qué piensas que tenemos un índice de presencia electoral bajo en Estados Unidos?**

---

---

---

---

Hay muchas soluciones siendo ofrecidas actualmente para solucionar el problema de baja presencia electoral en Estados Unidos. Por ejemplo, seis estados han adoptado políticas de registración en el mismo día, lo que le permite a los votantes registrarse para votar el mismo día de la elección. Algunos grupos piensan que el día Electoral debería ser movido al Dia de Veteranos para que los votantes puedan tomarse el día.

**Basándote en la razón que escribiste previamente, ¿cual crees que es la mejor solución al problema de baja presencia electoral en Estados Unidos?**

---

---

---

---

**Da tres razones de por qué la solución que planteas puede solucionar el problema de baja presencia electoral en Estados Unidos.**

1) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_





# Por Qué No Votamos? Qué Podemos Hacer al Respecto?

3) \_\_\_\_\_

Utiliza este modelo guía para escribir una carta a tu futuro Presidente, Senador, Miembro del Congreso, u otro oficial local elegido – y ofrece tus ideas a la persona que te representara en el gobierno.

(Fecha)

Título - Nombre

Calle

Ciudad, Estado, Código Postal

Estimado/a \_\_\_\_\_,

Felicitaciones por tu triunfo en las elecciones. Soy estudiante en (tu colegio) ubicado en (tu ciudad y estado) y mi clase ha estado estudiando los temas y candidatos de las elecciones a través del proyecto de Student Voices. Ahora que usted ha sido elegido, me gustaría ofrecerle mis sugerencias acerca de (tu idea de cómo debe tratar con un problema que hayas estudiado o de como incrementar la votación).

El tema que hemos estado estudiando es (nombre del tema). Pensamos que el mismo es un problema porque (razón por las cuales el asunto es importante para tu comunidad). Vemos evidencia de este problema en nuestra comunidad (describir el problema en tu comunidad).

Durante su campaña, usted menciona que trataría con este asunto (describe la forma en la que el candidato tratará con el problema). Estoy/no estoy de acuerdo con esta solución ya que (describe por qué estas o no estas de acuerdo con la forma en la que el recién-elegido oficial tratará con el problema – también puedes describir tu solución para el tratamiento del problema).

Espero ansiosamente la continuación de su progreso en este asunto durante su tiempo en oficina. Gracias por considerar mis ideas.

Sinceramente,

(Tu Nombre)

(Tu calle)

(Ciudad, Estado, Código Postal)





## Instrucciones

Escribe un ensayo narrativo que refleje lo logrado durante el proyecto de Student Voices. El ensayo de investigación propia debe expresar no sólo la conclusión a la que llegaste, sino también el proceso por el pasaste para llegar a tu conclusión.

El ensayo de investigación propia debe contestar las siguientes preguntas:

- ¿Cual era el asunto de tu grupo? ¿Por qué lo eligieron?
- ¿Qué procesos utilizaste para la investigación? ¿Cuales funcionaron y cuales no al investigar tu asunto? Se especifico/a. ¿Realizaron una encuesta? ¿De que manera fue completada? ¿Fue su investigación principalmente por Internet? ¿Qué sitios utilizaron? ¿Cuál fue el rol de los oficiales elegidos en la consumación de su investigación?
- ¿Cual fue el plan o la política que desarrollaron para el Mock Local Government Session or Mock Budget Hearing? ¿De que forma cambiaron tu plan o políticas luego del Mock Local Government Session or Mock Budget Hearing?
- ¿Como fue creado el producto final?
- ¿Que cuando el producto era presentado a la clase o a los oficiales elegidos? ¿Cuales fueron sus reacciones y comentarios?
- Tras la experiencia vivida, ¿que puedes alcanzar? ¿Cómo puedes continuar el seguimiento de estos asuntos?

Puede ser necesario hablar con los miembros de tu grupo y consultar tu portafolio de materiales guías de Student Voices. Usa el espacio a continuación para escribir un breve resumen de tu ensayo.



# Ensayo de Posición

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**[Oración Introdutoria]** *Luego de discutir el asunto* \_\_\_\_\_

*Yo creo que la mayor causa de este problema es* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Yo creo que la mejor forma de solucionar este problema es* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Hay tres razones por las cuales sugiero esta idea. [Tres razones, con ejemplos]*  
*Primero,* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Una segunda razón es* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Finalmente,* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**[Oración concluyente]** *Luego de haber pensado acerca del asunto y haber evaluado aspectos positivos y negativos de varias soluciones acerca del problema de* \_\_\_\_\_, *yo creo* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

