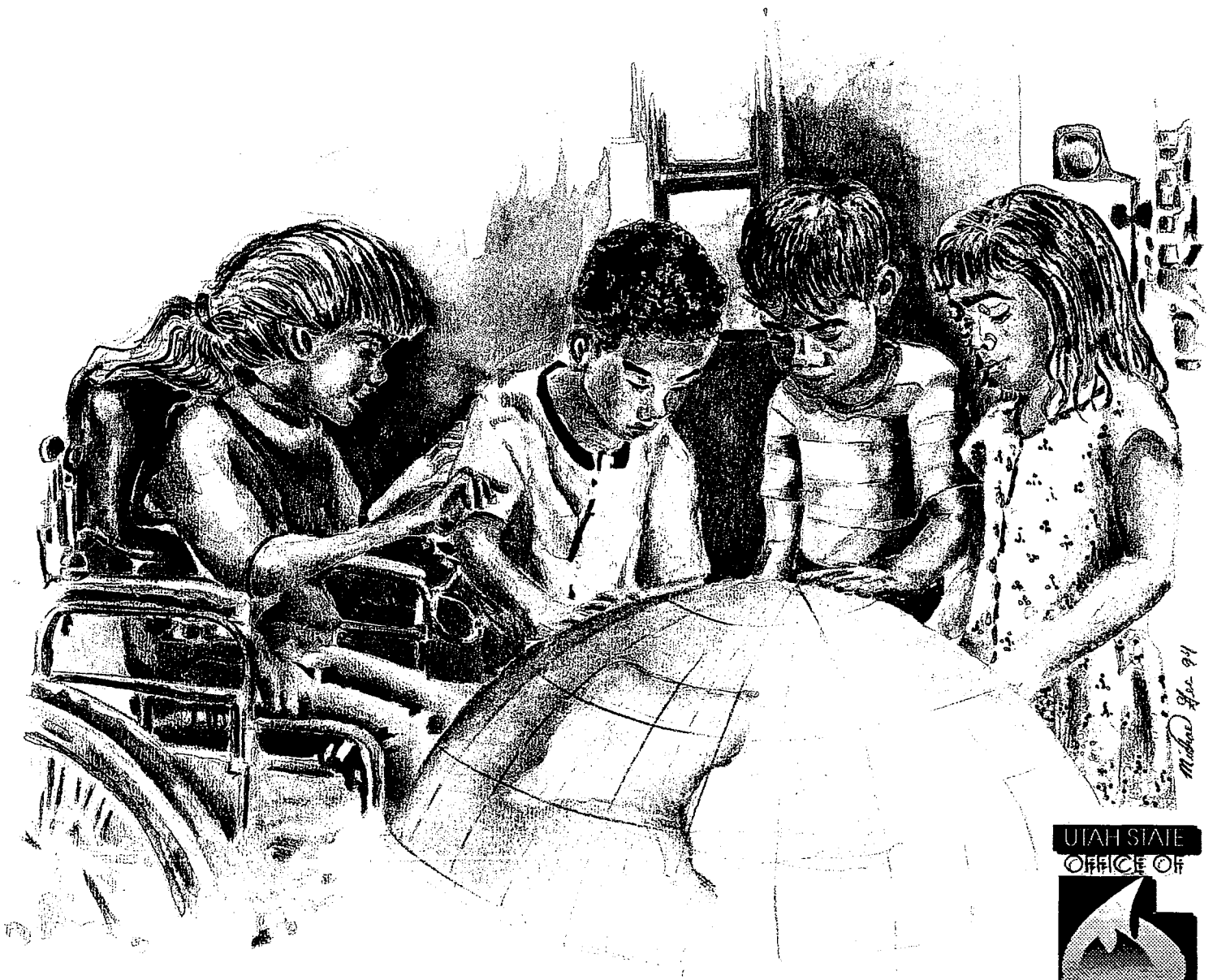
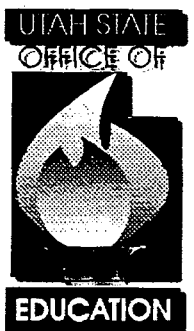


# Fostering Inclusive Schools & Communities:

## A Public Relations Guide



**Think**  
ABILITY



## Table of Contents

<b>Capítulo 1.....</b>	<b>4</b>
<b>Promoviendo una imagen.....</b>	<b>4</b>
La importancia de relaciones públicas.....	4
Pasos en un Programa de Relaciones Públicas .....	7
<b>Capítulo 2.....</b>	<b>8</b>
Lenguaje, actitudes, e impedimentos.....	8
La importancia de la terminología.....	8
¿Por qué no usamos los términos “Handicapped” o “Disabled” (términos ingleses)? ...	8
Una nota de precaución.....	9
¿Qué es la terminología de persona-primerio? .....	9
Cuando hablar sobre el impedimento .....	10
Las personas con impedimentos no son víctimas .....	10
Otras cortesías .....	10
Las actitudes también son componentes claves.....	11
¿Por qué promover la inclusión?.....	12
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>13</b>
<b>La publicidad.....</b>	<b>13</b>
Programas efectivos de publicidad .....	13
Boletines de prensa .....	13
Pasos para escribir/enviar boletines de prensa.....	14
Formato de boletines de prensa.....	14
Distribución de boletines de prensa .....	17
Equipo de prensa.....	17
Conferencias de noticias .....	18
Anuncios de servicio público por radio .....	18
Anuncios de servicio público de television .....	19
Publicando eventos de la comunidad local .....	19
Letters to the Editor .....	19
Programas de discurso .....	20
Carteles y exhibiciones .....	20
Boletines de noticia y otras publicaciones.....	21
Oratoria pública .....	21
Videos .....	21
La evaluación.....	22
Generando ideas y actividades.....	22
<b>Capítulo 4.....</b>	<b>25</b>
<b>Involvimiento de los Padres .....</b>	<b>25</b>
Los padres: Un componente importante de su campaña.....	25
Solicitando a voluntarios nuevos .....	26
Formatos para solicitar voluntarios por medio de anuncios o folletos .....	27
OFRECIENDO VOLUNTARIAMENTE.....	27
<u>En la Sala de Clase.....</u>	<u>27</u>
<u>Contribuciones indirectas .....</u>	<u>27</u>
<u>Ofreciéndose para la Campaña de Relaciones Públicas .....</u>	<u>28</u>
<u>En la Escuela.....</u>	<u>28</u>
<b>Capítulo 5.....</b>	<b>29</b>

<b>Organizaciones de la comunidad</b> .....	29
Relaciones públicas de la comunidad .....	29
Programas basados en la comunidad .....	29
Educando a líderes de la comunidad y a los negocios .....	30
Escuelas post secundaria.....	30
Solicitando a voluntarias de la comunidad .....	32
Actividades que son patrocinadas por la escuela.....	32
<b>Capítulo 6</b> .....	34
Participación de patrones / negocios.....	34
Enfoque en los patrones.....	34
Promoveedores de negocios.....	34
Los negocios como empleadores .....	35
Las ventajas de emplear a estudiantes con impedimentos .....	35
Sugerencias .....	35
Organizaciones del estado.....	36
Centros de vivienda independiente .....	37
<b>Capítulo 7</b> .....	39
La participación del personal de la escuela .....	39
Las relaciones públicas incluyen todo el personal.....	39
Oficina central del personal/Consejo de Educación .....	39
La administración local de la escuela .....	39
Actividades posibles .....	39
Maestros.....	40
Secretarias de la escuela.....	40
El personal de mantenimiento.....	41
El personal de transporte.....	42
Actividades posibles .....	42
<b>Capítulo 8</b> .....	43
<b>Folletos y boletines de noticias</b> .....	43
Vehículos útiles de comunicación .....	43
Folletos.....	43
Temas posibles para folletos.....	43
Boletines de noticia y periódicos .....	44
Temas para boletines de noticias .....	44
Ayudas para escribir .....	45
Ayudas para tener un esquema atractivo y efectivo.....	46
Séptimo, use cotizaciones de tirón para ayudar al lector y para hacer los cuentos más interesantes. Cotizaciones de tirón Son pequeños partes de una historia que son quitadas .....	46
Conclusión .....	47
<b>Capítulo 9</b> .....	48
<b>Agencia de Oradores</b> .....	48
Comunicaciones y promociones eficientes.....	48
Algunas sugerencias para temas .....	48
Ayudas para oradores.....	51
<b>Capítulo 10</b> .....	52
Ventajas de estimular estudiantes en comunidades rurales .....	52
Barreras y métodos en como vencer las barreras.....	52

Maximice recursos en una comunidad rural .....	53
Algunas otras sugerencias:.....	54
<b>Utah Media Guide</b> .....	55
COMMERCIAL TELEVISION STATIONS.....	55



# **Capítulo 1**

## **Promoviendo una imagen**

### **La importancia de relaciones públicas**

Las propagandas de relaciones públicas son usadas frecuentemente por negocios y políticos para intensificar su imagen pública. Para los negocios, una imagen pública positiva se traduce en un incremento crédito, y para los políticos una imagen pública positiva traduce a apoyo incrementado del elector. En el sistema escolar, las propagandas de relaciones públicas a menudo son usadas para fortalecer el apoyo de la comunidad para equipos atletas o para ayudar a pasar imposiciones de presupuestos o elecciones obligatorias.

Los programas de relaciones públicas también pueden ser útiles para mejorar la aceptación y la integración de los estudiantes con impedimentos. Las creencias negativas que tienen muchas personas acerca de personas con impedimentos pueden a menudo ser basadas en miedo, malas interpretaciones, y falta de conocimiento. Las relaciones públicas pueden mejorar actitudes hacia los estudiantes con impedimentos dando una oportunidad a la comunidad de aprender acerca de asuntos de impedimentos en maneras informales y estructurales.

La exposición de materiales informativos en las ventajas de inclusión de la sociedad, tanto como los beneficios de dar trabajos a los estudiantes con impedimentos, puede mejorar las relaciones entre los programas de transición escolar y comunidades. Pero la educación solo es el comienzo. Para alcanzar a una variedad de personas, múltiples métodos de publicidad deben ser usadas. Estos incluyen:

- ✓ Historias de intereses humanos en revistas y periódicos.
- ✓ Boletines de prensa.
- ✓ Oradores que pueden proveer entrenamiento educacional acerca de impedimentos.
- ✓ Campañas de publicidad enfocadas en buscar gente que puede dar trabajo a estudiantes con impedimentos.
- ✓ Campañas de publicidad diseñadas a promover actitudes positivas dentro de la comunidad.
- ✓ Anuncios de servicio público de radio, periódicos, y televisión.
- ✓ Presentaciones de discursos
- ✓ Conferencias de prensa.
- ✓ Boletines de noticias y otras publicaciones.

- ✓ Anuncios de eventos de la comunidad en periódicos y en el radio.
- ✓ Demostraciones.

En el ambiente escolar, todos deben ser concientes de la importancia de una imagen positiva relacionada con los impedimentos de los alumnos. Cuando los visitantes entran en las puertas de la escuela, deben poder discernir el grado en que la inclusión e integración ocurren. Las actitudes de todo el personal de la escuela pueden influir muchísimo en la aceptación y la buena voluntad de solicitar y aceptar a estudiantes con impedimentos dentro de todos los aspectos de la vida de la comunidad.

Los miembros del consejo de la escuela deben tener un rol muy importante en la aceptación de la comunidad de estudiantes con impedimentos. Los miembros del consejo de la escuela pueden facilitar la campaña creando un consejo político de relaciones públicas, ofreciendo el apoyo de programas, incluyendo información sobre preocupaciones de presupuestos relacionadas a los estudiantes con impedimentos en reuniones de consejos, y apoyando los fondos financieros para las campañas de relaciones públicas. También pueden ayudar ofreciendo apoyo a los comités consultivos en caso de transición de educación especial de los estudiantes y familias.

El personal del distrito escolar puede ayudar llevando a cabo en la escuela los proyectos propuestos por los miembros. El personal también puede ayudar a organizar un programa de relaciones públicas en la escuela dirigido a los estudiantes y maestros de la educación regular. Otra manera que ellos pueden ayudar es solicitar voluntarios de la comunidad y proveyendo apoyo adecuado y entrenamiento para esos voluntarios.

### **¿Pero quién tiene el dinero, el tiempo?**

Campañas de relaciones públicas a menudo son negadas por los distritos escolares por varias razones. Primero, los distritos escolares ven que los programas de relaciones públicas cuestan dinero, la mercadería es escasa.

Dirigiendo las necesidades de la comunidad en una manera preactiva, el distrito en realidad arregla los problemas desde el principio, antes de que ellos surjan, en vez de tener la necesidad de dirigir los problemas más tarde.

También los programas de relaciones públicas pueden ser hechos con un presupuesto muy limitado. Los reporteros a menudo publican gratis sobre los eventos escolares y actividades interesantes. Las estaciones de radio generalmente leen anuncios públicos gratis por el aire. Exhibiciones y folletos pueden ser distribuidos en la comunidad. La televisión y discursos de radio son otros recursos de publicidad que no cuestan dinero.

Otra razón por que los programas de relaciones públicas son a menudo negados es porque parecen tomar mucho tiempo. Es verdad, que ellos toman tiempo adicional, pero a la larga toman menos tiempo. Una biblioteca de fotografías, artículos y anuncios de servicios públicos deben ser acomodados gradualmente, liberando más tiempo para promover a otros trabajos necesarios. Un grupo de personas, negocios, y organizaciones pueden ser establecidos para ayudar con proyectos escolares. Además, la escuela recibe

beneficios adicionales por medio de apoyar a la comunidad entera para participar, lo cual también promueve una imagen positiva.

### **¿Cuáles son algunos componentes claves de un plan bueno de relaciones públicos?**

Primero, un programa de relaciones públicas debe tener una persona asignada para estar a cargo. Esta persona debe tener el apoyo entero del consejo escolar y el personal del distrito escolar. La persona puede ser el superintendente o un director en el distrito. También puede ser un maestro dedicado, un voluntario de la comunidad, o un miembro del PTA (Asociación de los padres y maestros).

Segundo, el programa debe tener objetivos de corto y largo plazo. Este debe ser un programa que primero se establece y luego mantiene el apoyo de la comunidad.

Tercero, varias formas de métodos publicitarios deben ser usadas para dirigir a su audiencia. Formas diferentes de media como la televisión, el radio, el periódico, exhibiciones, e información mandada por el correo llega a audiencias diferentes. Cuanto más diverso es su proximidad, mejor será la oportunidad de llegar a una audiencia propuesta.

Finalmente, debe de haber algún método para evaluar la eficacia del programa. El distrito debe saber cuán exitoso es el programa para hacer los cambios si son necesarios. Así como un estudiante es evaluado para ver si él o ella están cumpliendo los objetivos educativos, también debe ser evaluado un programa de relaciones públicas para ver si esta cumpliendo las metas.

### **¿Cómo puede ayudar esta guía?**

Esta guía proporciona instrucciones paso a paso sobre como poner en práctica un programa eficaz de relaciones públicas, de un presupuesto bajo. Muchas actividades de relaciones de la comunidad son gratis o pueden requerir inversiones económicas de bajo costo. Este manual incluye la información sobre como generar la publicidad gratis para los medios de comunicación. Esto también incluye ideas para mejorar la relación entre las escuelas y la comunidad. Esta guía puede ayudarle a formar una agencia de oradores, involucrar a padres y voluntarios de la comunidad, reclutar a más empleados para trabajar con estudiantes con impedimentos, mejorar su boletín de noticias y otras publicaciones, y animar a todo el personal de la escuela para ser eficaz en relaciones públicas. También, un capítulo separado está incluido específico para comunidades rurales porque a menudo las comunidades pequeñas tienen preocupaciones diferentes y coacciones de presupuestos.

El gráfico abajo ilustra a un equipo ideal y maneras de utilizar a los voluntarios. No deje que su gráfico le El El diagrama de abajo muestra un grupo ideal y la mejor manera de utilizar a voluntarios. No deje que este trazo lo intimide si su escuela es pequeña. El programa de relaciones públicas puede ser hecho por una persona, si es necesario.



## **Pasos en un Programa de Relaciones Públicas**

- ☐ Obtenga el apoyo de los administradores de la escuela y el consejo de la escuela, etc.
- ☐ Escoja a una persona encargada del Programa de Relaciones Públicas.
- ☐ Escoja a un administrador responsable de aprobar todos los materiales de relaciones públicas (boletines de prensa, folletos, etc.)
- ☐ Determine su presupuesto -- anual, mensual, etc.
- ☐ Identifique cuales de los empleados pagados por la escuela estarán involucrados en la organización del plan de relaciones públicas (secretarias, el personal, administradores, etc.).
- ☐ Determine cuantos voluntarios principales u horas de voluntario serán necesarios.
- ☐ Desarrolle un equipo inicial de relaciones públicas.
- ☐ Alistar a voluntarios.
- ☐ Comience con proyectos pequeños de relaciones públicas que pueden ser logrados dentro de un mes.
- ☐ Ponga un objetivo de largo plazo al principio (un carnaval de primavera, un drama, etc.)
- ☐ Identifique las actividades de relaciones públicas que ayudarán a completar su objetivo.
- ☐ Déle tareas al personal y a voluntarios para lograr las actividades de relaciones públicas.
- ☐ Desarrolle un plan de evaluación de relaciones públicas.
- ☐ Evalúe la eficacia de cada tarea.
- ☐ Escriba resúmenes cortos comentando cuán exitosa fue cada actividad para así usarla en planificaciones futuras.
- ☐ ¡Haga objetivos nuevos cuando cada objetivo es logrado!

## **Capítulo 2**

### **Lenguaje, actitudes, e impedimentos**

#### **La importancia de la terminología**

El primer paso en un programa efectivo de relaciones públicas es de educarse a si mismo en como comunicar efectivamente sobre un tema. El lenguaje juega un rol importante en como los estudiantes con impedimentos son percibidos en la comunidad. Los programas efectivos de relaciones públicas promueven una imagen positiva en los asuntos que la mayoría de las personas sienten que son importantes.

Hay tres razones principales para usar la terminología apropiada cuando se esta escribiendo o hablando acerca de asuntos sobre personas con impedimentos.

Primero, es importante mostrar que usted está informado en asuntos corrientes con relación al uso del lenguaje. La terminología y la manera que hablamos refleja nuestros valores, creencias y conocimiento - o falta de conocimiento. Usando el lenguaje correcto muestra que usted respeta los cambios que han sido hechos en la terminología, y la probabilidad de que usted puede ofender a alguien.

Segundo, usar lenguaje apropiado es un modelo de conducta apropiado para otros. Así como los niños aprenden de los ejemplos positivos de sus padres, también la comunidad aprende de los ejemplos positivos que usted muestra.

Tercero, y de más importancia, las palabras que usted escoge pueden hacer la diferencia entre representando personas con impedimentos como dependientes y excluyéndolos de los beneficios de la sociedad, o independientes e incluidos en la sociedad.

El lenguaje sobre impedimentos ha cambiado en los últimos diez años y probablemente cambiará en el futuro. Las reglas del lenguaje contenidos en este capítulo cumplen tres objetivos para comunicar efectivamente sobre personas con impedimentos. Primero, un impedimento es solo un aspecto de la vida de la persona y no abarca toda su existencia.

Todos se esfuerzan por ser independientes. Es la responsabilidad de la escuela, la familia, y la comunidad de asegurar que cada persona vive lo más independientemente posible. Segundo, las personas con impedimentos no son victimas inútiles. Las personas son victimas de crímenes de violencia, no enfermedades. Y tercero, el término impedimento no describe a la persona entera, incluyendo sus fortalezas y debilidades. El impedimento es a menudo definido por las oportunidades, obstáculos y de lo que espera la comunidad.

#### **¿Por qué no usamos los términos “Handicapped” o “Disabled” (términos ingleses)?**

Muchas personas se molestan por los cambios constantes del lenguaje Inglés en relación a varios grupos de interés y el movimiento para corrección política. Por ejemplo, la palabra “fireman” que en español significa bombero, ha sido cambiada a la palabra “firefighter” que en español significa combatidor de fuegos, para reflejar un incremento

del número de mujeres que entran a trabajar en esa línea de trabajo. Al igual, stewardess” que en español significa aeromoza ha sido cambiado por “flight attendant” que en español significa asistente de vuelos para reflejar el incremento de hombres que entran a ese campo.

El término “handicapped” ha sido usado por muchos años y ahora ha sido cambiado a “personas con impedimentos.” “Handicapped” es ofensivo a algunas personas porque en años pasados ha sido un sinónimo con el término “mendigo” o “con la gorra en la mano.”

El lenguaje debe ser inclusivo y debe crear un ambiente positivo. El lenguaje no debe dar énfasis a las diferencias. Las personas no deben de ser clasificados en categorías como “el ciego” o “el retardado.” Los términos “nosotros” contra “ellos” debe de ser negado lo más posible porque sugiere que hay dos clases de personas: “normales” y los demás. Actualmente, todos somos personas y todos tenemos intereses y capacidades diferentes.

### **Una nota de precaución**

Algunas personas sienten que el lenguaje no afecta la manera en que vemos a la sociedad, y que es artificial de intentar de cambiar el lenguaje. Si acepta esta posición o no, es importante reconocer que un programa de relaciones públicas *efectivo* trata de hacer todo posible de promover las imágenes positivas. Esto significa que las campañas deben constar de lenguaje que será menos ofensivo para la mayoría de las personas. En relación a impedimentos la mayoría de la gente no se sentirá ofendida si usa el término “disabled” en vez de “handicapped. Pero muchas personas, especialmente abogados especializados en impedimentos, pueden pensar que usted es insensitivo o ignorante si usa el término “handicapped” en vez de “una persona con un impedimento.” Trate de ser proactivo lo más posible que pueda para llevar al máximo la efectividad de su programa.

### **¿Qué es la terminología de persona-primero?**

Cuando hablamos de personas con impedimentos, una manera fácil de mantenerse al corriente con la terminología es de pensar en la persona primero antes de pensar en el impedimento de la persona. Esto es lo que significa cuando se usa la terminología persona-primero. La terminología de persona-primero es diseñada para poner en lugar el énfasis de que estamos comunicando sobre la persona y no el impedimento. Usando la terminología persona-primero es simple, una vez que usted se acostumbra.

Los siguientes son ejemplos de la terminología de persona-primero:

#### Terminología

- \* Loco/ lunático
- \* Parapléjico
- \* Hombre ciego
- \* Lisiado
- \* Espástico
- \* El menoválido

### Terminología en primera persona

- \* Persona con enfermedad mental
- \* Individuo con paraplejía
- \* Persona que es ciega
- \* Persona con espina bifida
- \* Persona con parálisis cerebral
- \* Persona con impedimentos

### **Cuando hablar sobre el impedimento**

Muchos reporteros incluyen el impedimento de la persona en historias cuando no es información necesaria y no es pertinente al contenido de la historia. Si una persona es un testigo de un robo de un banco, ¿necesitamos saber que ellos pertenecen a un grupo particular étnico? ¿Necesitamos saber que el testigo usa una silla de ruedas? Una regla útil para saber cuando incluir información sobre un impedimento de una persona es preguntarse si el impedimento es necesario o pertinente a la historia. No incluya información del impedimento de la persona a menos que la información es parte de la historia.

### **Las personas con impedimentos no son víctimas**

Las personas con impedimentos no son víctimas y no son indefensas. Especialmente en este día cuando la tecnología avanza rápidamente, las personas con impedimentos mantienen vidas independientes y llenas, a pesar de los esfuerzos de los medios de comunicación en presentarlos como personas indefensas. Una persona es víctima de crímenes de violencia, pero no una víctima de polio. Los siguientes son ejemplos de como algunos términos han cambiado:

#### Términos inaceptables:

- Susana está confinada a una silla de ruedas.
- Juan tuvo polio.
- Maria es víctima de cancer.
- Marco sufre de distrofia muscular.

#### Cámbielos por:

- Susana usa silla de ruedas
- Juan fue diagnosticado con polio.
- Maria tiene cancer.
- Marco tiene distrofia muscular

### **Otras cortesías**

Lo más probable es que nadie sea hostil porque usted comete el error de usar términos que son anticuados. Tratando de esforzarse en usar la terminología que está al corriente muestra que usted se preocupa y esta interesado. Sin embargo, es más fácil olvidar de usar el término correcto cuando se está hablando en una conversación que en un discurso o mensajes escritos. Practique discursos formales y revise las materias imprimidas para

evitar equivocaciones. Abajo hay algunas cortesías relacionadas con las personas con impedimentos.

- Pregunte antes de dar ayuda a alguien, “¿Necesita ayuda?”
- Hable con la persona con el impedimento, no a otra persona como el acompañante o el intérprete.
- Comunique instrucciones verbales y específicas a personas con impedimentos visuales. “La fuente de agua está como a 30 pies de aquí.”
- Sea conciente con personas que pueden tener impedimentos escondidos como cancer, enfermedad del corazón, o múltiple esclerosis.
- Cuando está hablando a alguien con un impedimento intelectual, no use una voz infantil.
- Si no entiende a alguien, cortésmente pídale que repita lo dicho.
- De suficiente tiempo para que la persona pueda responder.
- Para hablar con alguien que está en una silla de ruedas, siéntese al mismo nivel de la persona.
- No se incline sobre la silla de ruedas de la persona.
- Mantenga contacto con los ojos cuando está hablando.
- No se preocupe por usar expresiones comunes como, “Tengo que ir,” “Nos vemos,” o “Entiende lo que estoy diciendo.”

### **Las actitudes también son componentes claves**

Otro componente clave de comunicación es la actitud que tenemos sobre un tema específico. Nuestra actitud es reflejada en la manera en que respondemos a asuntos de impedimentos. Debemos de modelar el comportamiento apropiado para promover efectivamente una imagen positiva sobre impedimentos.

¿Usted y su escuela reflejan una imagen positiva hacia asuntos o situaciones que afectan a individuos con impedimentos? Cuando nieva, ¿Las rampas de las salas de clase son limpiadas primeras o últimas? ¿Se incluyen a las personas con impedimentos para ayudar en la cocina? ¿Se incluyen las personas con impedimentos en actividades patrocinadas por la escuela? ¿Los maestros de educación especial están localizados en la misma área que los maestros de educación regular? ¿Cuándo un padre pregunta sobre la inclusión en un Programa de Educación Individualizado (IEP), su primer pensamiento es, “Vamos a ver como podemos hacer esto?” ¿Entiende la Ley de Americanos con Impedimentos y el impacto para toda la gente?

Actitudes que actúan como barreras a inclusión e integración:

Ellos pertenecen a su propia clase.

Ellos tienen el ausentismo muy alto y no concuerdan con mi clase.

Ellos ahuyentarán a los clientes.

Ellos raras veces pueden sostener empleos.

¡Deje de usar la palabra "Ellos"!

Actitudes positivas que aumentan la inclusión:

Estudiantes con o sin impedimentos aprovechan de la interacción y de educación inclusiva.

Cada persona tiene valor y es significativa.

La diversidad es vista como normal.

Una vida significativa es posible para cada individuo.

**¿Por qué promover la inclusión?**

- Las clases inclusivas incrementan las oportunidades para que se puedan desarrollar relaciones entre todos los estudiantes.
- Los compañeros de clases aprenden a respetar y desarrollar la responsabilidad.
- Los compañeros llegan a aceptar la diversidad.
- Las clases inclusivas promueven actitudes positivas y aceptación social.
- A la larga, el construir escuelas y comunidades de inclusión beneficia a toda la sociedad.
- Los estudiantes con impedimentos son expuestos y aprenden habilidades sociales apropiadas.
- Los estudiantes con impedimentos aprenden más en un ambiente inclusivo que este apoyado apropiadamente.



## Capítulo 3

### La publicidad

#### Programas efectivos de publicidad

La publicidad puede crear una imagen negativa o positiva de la escuela. La publicidad positiva puede establecer una imagen precisa de una educación de buena calidad para cada estudiante proporcionado por maestros interesados y adecuados. Además, la publicidad le dice al público que la escuela tiene administradores eficaces, los fondos públicos son gastados con cuidado, y la escuela se comunica con las necesidades de la comunidad. El apoyo, compromiso, y la participación de la comunidad a menudo son confiados a la publicidad. La publicidad positiva puede educar a padres, empleados, y otros miembros de la comunidad sobre los beneficios de inclusión para estudiantes con impedimentos y sus contribuciones a la sociedad.

El mejor programa de publicidad es planeado bien y es continuado usando todas las formas de recursos de medios de comunicación disponibles. Es generalmente mejor si hay una persona específica encargada de la publicidad. Voluntarios de padres y de la comunidad pueden ayudar a planear la publicidad continua y llevar a cabo tareas, pero aún así una persona debe de estar a cargo.

Un calendario mensual es una manera fácil de diseñar actividades de publicidad continuas. Planee de antemano al escribir periódicamente sobre eventos, envíe boletines de prensa a imprimir, a las estaciones de radio y de televisión y a servicios de anuncios públicos; envíe anuncios y folletos por correo, utilice programas de radio y televisión y desarrolle exhibiciones para actividades para el conocimiento público y forme una agencia de oradores (vea Capítulo 9). Después de algunos meses, usted tendrá un grupo de oradores, tanto como fotografías y materiales escritos lo cual le ayudará a mantener sus actividades continuas de relaciones públicas.

Este capítulo le dará algunas sugerencias para ideas para temas de boletines de prensa y anuncios de servicio público, pistas para escribir, formatos y técnica de distribución. Ejemplos de boletines de prensa y anuncios de servicio público son encontrados al final de este capítulo con ideas de equipos de imprenta, programas de radio y televisión, conferencias de noticias, videos, folletos, y exhibiciones. Un recurso excelente para obtener más información es Handbook for Public Relations Writing por Thomas Bivins (vea la bibliografía). Otro libro excelente en la bibliografía es The School & Community Relations por Leslie Kindred, Don Bagin, y Donald Gallagher.

#### Boletines de prensa

Boletines de Prensa y anuncios de servicios públicos son una manera buena de generar publicidad gratis. Los boletines de prensa generalmente son enviados a periódicos o revistas, pero también pueden ser enviados a estaciones de radio, cable, o televisión. Asegurese de que su permiso de publicación incluye la siguiente información: quién o qué, por qué, cuándo, y dónde. Los boletines de prensa deben de ser escritos en un estilo de pirámide invertida poniendo y la información más importante al principio y la



información de menos importancia a lo último. El principio es diseñado para atraer la atención del lector u oyente. Más importante, sus primeras cláusulas pueden determinar si el redactor va a incluir su información para publicar. La información de menos importancia debe estar al final porque a veces el editorial no tiene suficiente espacio, lo cual significa que el último o últimos dos párrafos de su mensaje pueden ser cortados.

Escríballo lo más claro, simple, y descriptivamente posible. Puede ayudar el perfilar lo que usted quiere decir primero. Intente escribir y organizar la información para que sea interesante al lector. Las cotizaciones pueden ayudar a hacer la publicación más interesante. Evite el uso de la jerga educativa o siglas.

Después de que usted escriba la información que quiere publicar, espere unos días si es posible, y luego léalo otra vez. Escríbalo otra vez hasta que las ideas fluyan lógicamente y coherentemente de un punto al otro. Pida por lo menos a otra persona que lea su información revisando el entendimiento, la organización, y la ortografía. Un libro bueno con reglas para preparar boletines de prensa es A Guide to Preparing Cost-Effective Press Releases por Robert Loeffler (listado en la bibliografía).

### **Pasos para escribir/enviar boletines de prensa**

1. Asegúrese de la hora de cierre para enviar información para que llegue a tiempo.
2. Escriba en el estilo de pirámide invertida (ponga en una lista la información más importante primero).
3. Escriba lógicamente, clara, y correctamente.
4. Tenga un redactor de relaciones públicas, un maestro de inglés, o una persona encargada de leer su texto.
5. Haga contacto personal si es posible.
6. Mande la publicación con el nombre apropiado en el sobre.
7. Mande una nota de gracias cuando lo impriman.

### **Formato de boletines de prensa**

- Use papel de 8 ½ por 11
- Empiece el cuerpo de la noticia de prensa como un cuarto o un tercio para abajo en la página.
- Escriba la noticia en doble espacio en papel blanco o papel ligero para legibilidad.
- “PARA PUBLICAR INMEDIATAMENTE” debe estar escrito en la cabeza de la página al lado izquierdo.

- La fecha debe de estar directamente abajo de “PARA PUBLICAR INMEDIATAMENTE.”
- En la cabeza de la página al lado derecha debe de decir: “Para más información póngase en contacto con:” y ponga el nombre y número de telefono de la persona de contacto.
- Provea fotografías de calidad buena si es posible con texto por separado o atrás de las fotografías, pegadas con cinta. No escriba atrás de las fotos.
- Envíe gráficos o arte en blanco y negro. No mande los originales.
- Imprima solo en un lado del papel.
- Al final del texto use”###”, or -FINAL- en el medio de la página.
- Dirija la información al redactor o reportero encargado de la educación.

Si no tiene el tiempo de preparar su texto adecuadamente, todavía puede mandar la información al reportero. Envíe un resumen de la idea y una lista de personas de contacto con las direcciones y números de teléfonos. Asegúrese de que avisa a todos en su lista antes de distribuir los nombres para publicar. No identifique a alguien por nombre en cualquier publicidad sin el permiso de ellos.

#### Ideas para temas

- Inclusión exitosa en la comunidad o aula.
- Nombre de negocios donde estudiantes están trabajando o siendo voluntarios.
- Sitios de la comunidad, tiendas de abarrotes, bancos, etc. donde los estudiantes aprenden habilidades funcionales.
- Maestros que tienen éxito en incluir a personas con impedimentos.
- Estudiantes que son tutores.
- Estudiantes involucrados en servicios en la comunidad.
- Patrones que solicitan y emplean a estudiantes con impedimentos.
- Restaurantes, teatros, boliche, etc. que son accesibles.
- Cómo la inclusión ha sido beneficiosa para estudiantes con o sin impedimentos.
- Estudiantes con impedimentos que se han graduado.
- Una historia sobre inclusión en la escuela.

- Cómo los maestros han adaptado el plan de estudios y actividades para estudiantes con impedimentos.
- Ceremonias para otorgar premios.
- Reconocimiento de escuelas, maestros, o de estudiantes.
- Citas o promociones nuevas de maestros o administradores.
- Decisiones del directorio de la escuela.
- Prácticas no usuales de la clase, actividades de estudiantes, o eventos.
- Eventos locales puestos en correlación con eventos corrientes nacionales.
- Evaluaciones exitosas de la escuela o visitas a la escuela.
- Progreso del estudiante.
- Participación de los padres.
- Conferencias de Padres-Maestros.
- Compromisos de discursos.
- Dias para que los padres y la comunidad visiten la escuela.
- Exhibiciones.
- Ideas nuevas para el aula
- Eventos corrientes
- Clases interesantes y originales.
- Proyectos de servicio de la comunidad.
- Actividades con la comunidad y la escuela.
- Eventos de PTA (Asociación de Padres y Maestros).
- Estudiantes en listas de honor.
- Actividades organizadas para obtener fondos financieras para la escuela.
- Competencias de la escuela o la comunidad para escribir el mejor cuento o boletín de prensa.

## **Distribución de boletines de prensa**

Revise las fechas de cierre para asegurarse de que su boletín de prensa llegara a tiempo para ser publicado. Es mejor si se pone en contacto con el periódico antes de que mande su boletín de prensa. Averigüe quien está a cargo de los eventos educacionales, si es un reportero específico de un periodico grande, o si es un redactor de uno pequeño, y hable con esa persona sobre el boletín de prensa que va a mandar. Es más seguro que el boletín sea imprimido si usted hace un contacto personal.

También es una buena idea de establecer una relación con el reportero o el redactor. Es más probable que su boletín será publicado y tambien es más probable que el o ella se pondrán en contacto con usted si hay un evento de controversia o un cuento negativo de su escuela. Usted probablemente tendrá la oportunidad de corregir informes falsos y ayudar a su escuela a evitar la publicidad negativa. Asegurese de incluir el nombre correcto de la persona en el sobre. Cuando el boletín de prensa haya sido imprimido, envíe una nota personal de gracia. Esto no solo hará que la persona se sienta apreciada, sino que ayudará a establecer una buena relación de trabajo, y probablemente incrementará la posibilidad de que su próximo boletín de prensa será publicado.

Para conseguir la mayor parte de distancia recorrida en millas para sus esfuerzos y el empleo más eficaz de publicidad, piense en publicar dos boletines de prensa para cada acontecimiento. También invite a la prensa a cubrir los acontecimientos más interesantes. El primer boletín de prensa podría ser publicado dos semanas antes del acontecimiento con los detalles principales, la información específica, y posiblemente una cotización y fotografías. La segunda publicación podría ser imprimida en el calendario de la comunidad o la sección de acontecimientos una semana antes del acontecimiento.

Los boletines de prensa también pueden ser enviados a estaciones de radio, televisión, y de cable. La persona que recibe el boletín de prensa puede llamar a la persona de contacto para más información. Consulte la lista de recursos de medios de comunicación al final de este libro para direcciones y números de teléfonos de periódicos, radio, y estaciones de television en su area. Revise las páginas amarillas para encontrar los números de teléfonos y direcciones de estaciones de cable. La Asociación de los Emisoras de Utah con la Asociación de Impresores de Utah publican guías con medios de comunicación que pueden ser compradas.

## **Equipo de prensa**

Un equipo de prensa es una carpeta que contiene folletos, fotos, y la información sobre la escuela y el acontecimiento que usted intenta promover. Los folletos deberán contener la información biográfica sobre oradores, la terminología de impedimentos apropiados, un folleto o una hoja de información sobre el acontecimiento, datos sobre su escuela, y cualquier otra información relevante que pueda ser útil para un reportero. Una carta de cubierta poniendo en una lista el contenido del equipo, incluyendo donde los artículos estan localizados en la carpeta, es también una idea buena.

Los equipos de prensa deberán ser enviados por lo menos dos semanas antes de un acontecimiento o una conferencia de prensa donde la prensa esta invitada y estar presente

en el evento también. Fotografías de alta calidad son apreciadas y ayudan a aumentar la probabilidad de que su información será imprimida.

### **Conferencias de noticias**

Las conferencias de noticias son una manera eficaz de promover visitantes conocidos, planear acontecimientos interesantes relacionados con la comunidad, y discutir asuntos controversiales. Es provechoso si su acontecimiento es visualmente interesante y se pueden sacar fotos. Usted siempre debería estar seguro de que su conferencia de noticia es de interés periodístico. Recordando las fechas de cierre para los medios de comunicación, planee la conferencia de prensa a tiempo para permitir que un reportero puede regresar a la oficina y archivar la historia.

Dos o tres semanas antes del evento, prepare y distribuya equipo de prensa a todas las organizaciones de medios de comunicación. Las fotografías deben de ser incluidas cuando sea posible para crear interés. Llame a estaciones de televisión, periódicos y radio una semana antes de la conferencia para discutir el evento. El día antes del evento, mande por fax un boletín de prensa condensada que este al corriente. Llame otra vez el día del evento para ver si la información fue recibida, recuérdelos de la importancia de su evento y averigüe quien va a estar a cargo de la historia. Recuerde de pasar a los presentes el equipo de prensa durante el evento. Use oradores con la información más importante primero. Los oradores deben de estar preparados y ser capaces de hacer preguntas positivas y negativas. Mantenga su conferencia de noticias corto. Mande notas de gracias a las personas que se encargaron del evento.

### **Anuncios de servicio público por radio**

Los anuncios de Servicio Público por Radio son generalmente escritos en diferentes duraciones y leídos en el aire por un anunciador. Los siguientes son las duraciones que usan: 10, 15, 30, o 60 segundos. Un anuncio de 30 segundos viene siendo más o menos 65 a 75 palabras. Llame a su estación local de radio para ver cual duración ellos prefieren.

La mayoría de las estaciones leerán su anuncio manuscrito de servicio público en el aire. Ocasionalmente, una estación querrá que usted u otra persona graben el anuncio en la estación. También hay veces que las estaciones pueden preferir mensajes ya grabadas en cassettes o rollos. Consulte su estación local de radio.

Asegúrese de que escribe su mensaje con oraciones cortas, claras, y fáciles de entender. Como los oyentes escuchan anuncios en el radio y en televisión solo una vez, necesitan comprender el mensaje rápidamente.

La manera mejor de obtener que su mensaje sea puesto en el aire es de llamar y hablar primero con el director de relaciones públicas o director de asuntos de la comunidad de la estación. También puede ser necesario mandar una carta de cubierta con su anuncio de servicio público, explicando quien es usted, cual es su propósito, y de que se trata el anuncio de servicio público. Si quiere saber cuando y en cual estación van a pasar su

anuncio, envíe un sobre con su dirección ya puesto, con una tarjeta o papel para enumerar las fechas y horario en que va a ser pasado el anuncio.

### **Anuncios de servicio público de television**

Si está interesado en producir anuncios de televisión de servicio público, pregunte a las universidades locales o compañías de producción cuales son de costos más bajos. Pida por ejemplo de su trabajo para que usted pueda juzgar la calidad de su producción. Llame a la estación de radio o televisión donde quiere que se pase su anuncio para preguntar que formato prefieren ellos—generalmente Beta, ¾ pulgada o 1 pulgada. Ocasionalmente una estación puede considerar la producción de un lugar para usted, o pueden requerir que usted traiga el producto ya terminado.

Usted puede querer pensar en pedir a una agencia de publicidad si ellos producirían un Anuncio de Servicio Público (PSA) de televisión para usted gratuitamente. Usted tendrá que convencerlos del mérito de su campaña. Las agencias grandes de publicidad a menudo tomarán un proyecto de servicio público por año.

### **Publicando eventos de la comunidad local**

Periódicos, estaciones de radio, y de cable, imprimen, anuncian, o emiten eventos de la comunidad como un servicio público. Eventos de la comunidad que pueden ser ubicados generalmente incluyen oradores, ceremonias de premios, competencias de atletas, obras teatrales, eventos para juntar fondos financieros para la escuela, y otros eventos escolares. Revise con su compañía local de cable para ver cuales opciones estan disponibles. Llame a la estación local de radio para ver si anuncian eventos locales. La mayoría de los periódicos tienen una sección con los próximos eventos de la comunidad. Pregunte si ellos proporcionen este servicio y a quien deben mandar la información.

Un párrafo corto explicando lo que está pasando, por que está pasando y donde y cuando está sucediendo y quien va a participar generalmente será suficiente. Asegúrese de mandar la información con un mínimo de diez días a dos semanas antes del evento.

### **Letters to the Editor**

Cartas al redactor son otra recurso de publicidad gratis que son leídas a menudo por el público. Individuos pueden escribir cartas, o maestros pueden asignar escribir cartas como una actividad del aula. Sugerencias para componer una carta al redactor son dadas por lo siguiente:

- Cartas de agradecimiento deben de ser más que cartas de critica.
- Cartas de critica siempre deben de incluir una solución.
- Mantenga las cartas cortas de 350-400 palabras al máximo.
- No intente ser satírico, inteligente, o cómico - esto por lo general puede ser contraproducente por escrito.
- Declare su opinión clara y específicamente.

- No exagere o llegue a demasiadas conclusiones generales, etc.

Corte cartas que fueron imprimidas e inclúyalas en sus actividades de evaluación.

## **Programas de discurso**

Pueden haber discursos de radio local, de televisión, y de cable en su area. La Asociación de Emisoras de Radio de Utah tiene una lista de programas de discursos que usted puede comprar, o usted puede saber de programas de discursos locales. Los programas a menudo son programados de antemano de uno a dos meses. Las historias de interés humanas están por lo general, en demanda.

Llame y averigüe quien es el productor del programa de discurso que se está enfocando. Póngase en contacto con esa persona por teléfono o por escrito y prepárese para discutir las razones por la cual su tema será de interés. Considere sugerir un programa de inclusión en su escuela. Identifique a los estudiantes con impedimentos, estudiantes sin impedimentos, padres, maestros y administradores que están dispuestos a ser entrevistados. Padres pueden ser entrevistados sobre los cambios positivos de su hijo o hija mientras han estado en un ambiente de una escuela inclusivo. Otras temas relacionados pueden incluir los beneficios de tener tutores, estudiantes que están empleados exitosamente dentro de una comunidad, y facilidades recreacionales que son accesibles. Para más ideas para temas, consulte la lista en el principio de este capítulo o júntese con otras personas para considerar el tema. También puede sugerir la posibilidad de producir programas de noticias relacionadas con la escuela semanalmente o mensualmente por el radio o cable las cuales incluirán estudiantes con impedimentos.

## **Carteles y exhibiciones**

Usted puede desarrollar y diseminar carteles juntos con maestros de arte, o voluntarios de padres. Usted puede ponerse en contacto con plazas, supermercados, tiendas, bibliotecas, iglesias, edificios de gobierno, ferias, hospitales, clínicas, restaurantes, y La Industria de Deseret para colocar sus carteles. Folletos de una página también pueden ser colgados para publicar los eventos próximos. Copicentros a menudo tienen presupuestos para imprimir servicios de la comunidad. Hable con ellos para ver si pueden ser sus patrocinadores. Asegúrese de dar a ese negocio trabajos pagados en el futuro.

Anime a su biblioteca local de exhibir información sobre individuos con impedimentos. La terminología correcto y representación positiva son importantes en todos los materiales escritos y gráficos. Una exhibición pequeña puede enfocar libros o videos particulares de la biblioteca, mientras que una exhibición grande puede incluir carteles, material impreso, libros, videos, marca páginas, y fotografías.

Además de pasar folletos en la escuela y en la comunidad, los materiales pueden ser distribuidos a todos los estudiantes y personal de la escuela. Folletos, boletines de noticia, y otros materiales pueden ser enviados al público incluyendo padres, organizaciones de comunidades, legisladores, empleados y el personal de la escuela. Las escuelas pueden solicitar permisos para mandar correo en grandes cantidades y así reducir el costo. Las escuelas a menudo usan un permiso del distrito.

## Boletines de noticia y otras publicaciones

Un boletín de noticia mensual ayuda a mantener a los padres informados sobre eventos corrientes. Un boletín de noticias es una buena manera de promover actividades inovados del aula, discutir la inclusión, y alabar a maestros eficaces y estudiantes con y sin impedimentos. Los boletines de noticias también pueden ser enviados a reporteros (vea capítulo 8 para más información).

Boletines de noticias de PTA (Asociación de Padres y Maestros) y otras publicaciones también deben ser considerados. Hay reportes anuales de distritos escolares, libros anuales, y publicaciones de estudiantes. Publicaciones educacionales como *How to Understand the IEP*, *How to Effectively Parent Children With Disabilities*, or *Identifying Children At Risk*, también pueden ser desarrollados y diseminados.

## Oratoria pública

La oratoria pública es importante porque puede influir actitudes sobre su escuela y estudiantes con impedimentos. Las presentaciones son una manera excelente de educar a padres y al público sobre estudiantes con impedimentos e inclusión en su escuela. El personal escolar debe aprovechar oportunidades de hablar en organizaciones de la comunidad y en los eventos locales. Una manera que ellos pueden participar regularmente es sirviendo como voluntario para oradores de la escuela (vea Capítulo 9).

## Videos

Los videos también pueden ser usados para promover actitudes positivas. Ellos pueden ser usados como parte de presentaciones orales, pueden ser emitidos en cable local y canales de televisión, o pueden ser aireados en un sistema escolar de emitir si hay uno disponible. Sin embargo, los videos son caros para producir. Los servicios de videos de colegios y de universidades generalmente cobran menos. Los videos también pueden ser hechos en su escuela, pero a menos que usted tenga el equipo correcto y la experiencia, usted no producirá un producto de la misma calidad como si fuera emitido.

Averigue si hay videos que se dirigen a asuntos de impedimentos con la especialista de los medios de comunicación de su biblioteca local, con educadores especiales de la escuela, y con el Centro de Recursos de Aprendizaje de Utah. El Centro de Utah de Tecnología de Asistencia también tiene varios videos que pueden ser prestados. Estos videos incluyen The Sky's the Limit (El cielo es el límite) (sobre actividades recreativas para estudiantes con impedimentos), Americans with Disabilities Act: A New Era (El Acta de Americanos con impedimentos: Una nueva era (sobre la legislación)), Peer Power (El poder de amigos) (sobre tutores para estudiantes con impedimentos), Expanding ccess, Expanding Horizons, (Extendiendo el acceso, extendiendo el horizonte) (sobre computadoras), Toys for All Children (Juguetes para todos los niños) (sobre juguetes ), and The Power of Independence (El poder de la independencia) (sobre la tecnología de asistencia). El número telefónico gratuito es: 1-800-333-8824.



## **La evaluación**

La evaluación es importante para determinar si ha cumplido sus metas, y si ha alcanzado a su audiencia específica, y si ha alcanzado la cantidad de impacto que hicieron sus esfuerzos de publicidad.

El cambio de actitud puede ser un concepto difícil para medir, pero hay indicadores que puede usar. Por ejemplo, ¿han habido incrementos en empleadores que solicitan a estudiantes con impedimentos o les deja usar su lugar o sitio para el entrenamiento? ¿Ha incrementado la participación de la comunidad? ¿Están participando más padres en actividades de la escuela y en proyectos? ¿Los líderes de la comunidad están tomando pasos hacia la accesibilidad? Encuesta con preguntas incluidas en boletines de noticia escolares son otro método que usted puede usar.

En adición de considerar el uso amplio de medidas, usted debe evaluar cada formulario de publicidad que usa para ser eficaz. Esto le ayudará a planear un programa continuo con más seguridad de éxito.

## **Generando ideas y actividades**

La publicidad puede ser una actividad divertida. Adquiriendo a estudiantes para ser participantes puede ser una recompensa para la escuela entera. Ellos también tienen buenas ideas también. Proyectos de la escuela pueden incluir competencias para el mejor boletín de prensa, anuncios de servicio público, e historias sobre la inclusión. Usted también puede tener una competencia para un cartel o una exhibición para ser puesta en la comunidad.

Padres y voluntarios de la comunidad son un recurso bueno para obtener más ideas y también pueden proveer trabajo gratis (vea Capítulo 4 para como encontrar voluntarios de la comunidad). Juntarse con otras personas es otra buena manera para generar ideas de publicidad y actividades. Sobre todo, sea creativo y use su imaginación.

Los siguientes son ejemplos de anuncios de radio de 30 segundos de servicio público desarrollados por La Oficina de Educación del Estado de Utah:

“Soy Mike Leavitt. Sabemos que la educación es la llave al futuro de nuestros niños, pero la calidad de educación debe ir al más allá de las aulas formales. Muchos estudiantes pueden obtener beneficios por medio de la participación en ambientes de trabajos actuales mientras están en la escuela. Como dueño, usted puede ayudar abriendo sus puertas a los que aprenden mejor con práctica. Para información de como usted puede apoyar programas de estudio de trabajo, llame al 1-800-333-8824. Otra vez es 1-800-333-8824.”

“Soy el gobernador Mike Leavitt con un mensaje para todos los empleadores de Utah. Solicitantes con impedimentos con buenas calificaciones son empleados excelentes. Un trabajo con diversidad es bueno para el negocio. Sea proactivo. Solicite a individuos impedimentos calificados. No pase por alto lo que las personas con impedimentos pueden

contribuir a su negocio. Llame al 1-800-333-8824 para más información. Otra vez ... es: 1-800-333-8824.”

Esto es un anuncio de radio de servicio público de 30 segundos que fue desarrollado por el Comité del Presidente sobre Trabajos para personas con impedimentos:

“Desde el tiempo de nuestra fundación nacional, los trabajadores americanos han estado orgullosos de sus artesanías y de su productividad. Todo lo que ellos piden es tener una posibilidad para competir en condiciones de igualdad. Esto es todo lo que quieren los 43 millones de personas con impedimentos en nuestro país. No quieren compasión. No quieren tratamiento especial. Solamente una oportunidad para competir. Para animar el empleo de personas con impedimentos, el Presidente Clinton ha proclamado Octubre como el mes nacional de recordar dar empleo a personas con impedimentos. ¡Vamos a terminar la discriminación de trabajo y en los lugares de trabajo!”

Ejemplo de boletín de prensa por el Comité del Presidente sobre el empleo de personas con impedimentos:

PARA IMPRIMIR INMEDIATAMENTE:  
(Fecha)

EL MES DE RECORDAR DE DAR EMPLEO A PERSONAS CON IMPEDIMENTOS  
SERA OBSERVADO EN (ESTADO, CONDADO, CIUDAD)

DETALLES: (llene en la dirección y la fecha) – (gobernador, alcalde, ejecutivo) hoy fue declarado a Octubre para ser el mes de Recordar de dar Empleo a Personas con Impedimentos en el (estado, condado, la ciudad) de ( ).

Las actividades para animar oportunidades de empleo para los 43 millones de personas con impedimentos nacionalmente serán conducidas en (el estado, el condado, la ciudad) como parte de la observancia del mes de Recordar de dar Empleo a Personas con Impedimentos. Eventos y actividades educacionales para aumentar el conocimiento serán llevados a cabo en (el estado, el condado, la ciudad) e incluyen (llene con la información sobre los eventos y identificaciones de los patrocinadores).

Aproximadamente dos tercios de los Americanos con impedimentos que son eligibles para trabajar están en este momento sin trabajos. Es estimado que el costo de la nación de descuidar de utilizar los talentos de personas con impedimentos llega a la cantidad de \$200 billiones en beneficios, salarios e impuestos perdidos. (Si esta disponible, inserte una cita como el ejemplo dado debajo del gobernador, el alcalde, el ejecutivo):

“Mejorando oportunidades de empleo para este segmento del público que está creciendo de nuestra población,” dijo (inserta el nombre del oficial) “reducirá el costo de mantener a las personas independientes, aumentará la dignidad y productividad de apuellos con impedimentos, y contribuirán significativamente al crecimiento de nuestra economía.”

Basado en la población, es estimado que el (el estado, el condado, la ciudad) de ( ) tiene aproximadamente (entra la figura igual a 1/7 de la población del area) de ciudadanos con impedimentos. Muchos de ellos estan preparados para trabajar pero no

han podido encontrar trabajos debido a información falsa sobre sus capacidades de funcionar como miembros productivos de la mano de obra.

(Nombre) dijo que esto representa un gran fondo de talento que debe ser usado. El impulsó a los líderes de negocios en el (estado, el condado, la ciudad) a abrir las puertas de negocios proporcionando a personas con impedimentos la oportunidad de competir en trabajos basados en sus calificaciones.

(Si esta disponible, inserta una cita así como el ejemplo abajo):

“Bajo el Acta de Americanos con Impedimentos convertido en ley por el Congreso en 1990,” ella (el) dijo, “es ahora contra la ley que patrones discriminen contra las personas con impedimentos. Proporcionando oportunidad igual para todos los que son elegibles y competentes para trabajar es bueno para los negocios y bueno para America.”

## **Capítulo 4**

### **Involvimiento de los Padres**

#### **Los padres: Un componente importante de su campaña**

Los padres y otros miembros de la familia pueden hacer una contribución positiva a cualquier campaña escolar de relaciones públicas. La participación de los padres no solo promueve la participación de familias individuales sino que también puede ayudar a proveer servicios que quizás no van a ser ofrecidos dentro del presupuesto de la escuela. Incluidos en este capítulo hay sugerencias para involucrar a padres y otros miembros de la familia en todos los aspectos de las relaciones públicas. Estas estrategias pueden ser usadas para cualquier programa de relaciones públicas, incluyendo algunos que se enfocan en los estudiantes con impedimentos.

Las oportunidades para involucrar a los padres son muchas, ofreciendo la posibilidad para muchos miembros de la comunidad de participar en el sistema escolar. A menudo el concepto de la participación de los padres es definido en un alcance estrecho, lo cual puede eliminar a participantes potenciales. La participación de los padres cuando está definida ampliamente permite a individuos a ser voluntarios en una capacidad en la cual ellos se sienten más cómodos.

Cuando se piensa en voluntarios que son padres, se piensa a menudo que los padres participan directamente con niños en el aula. Siendo voluntarios en la clase proporciona una manera útil de ayudar a los maestros, y modelar interacciones positivas de adultos con estudiantes. Sin embargo, la participación de padres puede ser fomentada en cualquier nivel del programa de relaciones públicas. Los padres pueden ser miembros de la agencia de oradores; ellos pueden participar haciendo y distribuyendo noticias y folletos; pueden ayudar a crear y distribuir exhibiciones, boletines de prensa, y anuncios de servicio públicos; y pueden ser involucrados en el aula, trabajando directamente con los estudiantes.

Una de las inquietudes más grandes que las personas tienen sobre voluntarios es como encontrarlos. Puede tomar mucha coordinación publicitaria para encontrar a voluntarios que sean padres, y luego puede tomar aun más energía para mantenerlos ocupados. A veces parece que seria más fácil de hacer el trabajo por si mismo en vez de tener que mantener a los voluntarios ocupados. Sin embargo, esto no necesita ser el caso. Organizando un programa de voluntarios con un plan eficaz dirigido a cumplir objetivos específicos y metas puede ayudar a delegar responsabilidades. Les damos aquí algunas sugerencias simples las cuales pueden hacer la coordinación de voluntarios más fácil y ahorrarles tiempo:

Primero, los voluntarios hacen trabajos más eficazmente y con más entusiasmo cuando ellos están haciendo algo que les encanta. Una sugerencia para trabajar con padres voluntarios es permitirles que elijan diferentes posiciones. Dándoles selecciones, los padres emparejan sus intereses y habilidades con los trabajos que necesitan ser cumplidos. Teniendo una variedad de posiciones también enseña a los padres que usted es sensitivo a las necesidades de ellos.

Segundo, el apoyo y aliento adecuados son necesarios para mantener la participación de voluntarios. Una gran cantidad de cambios puede causar dificultades en el sistema de voluntarios, haciéndolo difícil para otros el cumplir sus trabajos. Notas simples dando gracias, y reconocimiento verbal en eventos donde los voluntarios pueden participar puede ir muy lejos en preservar la participación individual. Una clave para mantener a los voluntarios es de darles a conocer cuanto son necesitados y apreciados. También las inquietudes y necesidades de los voluntarios deben ser tomadas en cuenta durante su participación en el programa.

Tercero, si los fondos financieros crean una barrera a un programa o actividad que los voluntarios querían tener en la escuela, ayúdelos a pensar en maneras creativas para juntar fondos financieros. Los voluntarios pueden contribuir muchísimo en actividades para ganar fondos, tales como vendiendo panes, ventas de garajes, carnavales, música y teatros, etc

Cuarto, los voluntarios hacen su trabajo más eficazmente si se les proporciona un entrenamiento adecuado. El personal de la escuela puede necesitar ofrecer tiempo extra en el comienzo, especialmente en relación a entrenamiento, para que el programa de voluntarios sea eficaz. Una vez que el sistema está en su lugar, los voluntarios pueden ser responsables del entrenamiento de voluntarios nuevos.

Quinto, la comunicación adecuada de lo que se espera de los voluntarios debe ocurrir en el principio y debe ser continuada cuando haya necesidad. Explicando claramente lo que se espera en el principio puede evitar malentendidos en el futuro. También, a los voluntarios deben de recordársele a quién representan. Los padres que son voluntarios para programas especiales escolares son representantes de la escuela. Ellos deben de entender que son parte de un sistema que involucra el consejo escolar, la administración, tanto como maestros, paraprofesionales, y estudiantes. En este sentido, el director de la escuela, quien trabaja directamente con los maestros en su edificio, llega a ser el director de proyectos de relaciones públicas. Administradores y miembros del consejo escolar pueden aliviar muchos de los problemas de comunicación asociados con un sistema que depende en participantes múltiples comunicándose regularmente con los voluntarios.

La comunicación y el entrenamiento pueden ser ofrecidos en la forma de un manual el cual enumera todos los trabajos y responsabilidades de un voluntario. El manual también puede incluir nombres y números de teléfono de personas claves en el programa de voluntarios.

### **Solicitando a voluntarios nuevos**

Hay varias estrategias para solicitar solivoluntarios nuevos. Primero, pueden pon ponerse en contacto con los padres porpor medio de boletines o por periódicos de la escuela o de la comunidad. Anuncios puestos en los periódicos o en boletines pueden llegar a muchos voluntarios potenciales. Esta estrategia es útil especialmente si se enfoca en una variedad de personas con múltiples talentos lo cual es necesario para proyectos grandes y más complicados.

Boletines con mensajes puestos en corredores por donde pasa mucha gente puede proveer una oportunidad excelente para solicitar voluntarios. El boletín de mensajes puede mostrar letreros solicitando ayuda que se leen como un anuncio en un periódico. Los letreros pueden proveer información específica sobre los quehaceres requeridos en las varias posiciones de voluntarios que son disponibles en el programa de relaciones públicas. Por ejemplo, un anuncio puede leer:

#### **SE SOLICITA AYUDA**

Mecanógrafa para escribir boletines para los padres, y para ayudar con actividades de la escuela.

Anuncios también pueden ser hechos en reuniones de PTA (Asociación de Padres y Maestros) y en grupos de la comunidad. Muchos padres prefieren ofrecerse voluntariamente en el aula de su hijo o hija o en una capacidad que directamente afectará a su hijo. Una estrategia para solicitar a padres para aulas específicos es de mandar notas pequeñas a la casa con los estudiantes cuando existe la necesidad de conseguir voluntarios.

#### **Formatos para solicitar voluntarios por medio de anuncios o folletos**

Anuncios para voluntarios pueden ser hechos en dos maneras. Primero, un método formal puede ser usado tal como los anuncios mencionados arriba con el anuncio *se necesita ayuda*. Toda la información que describe el trabajo puede ser enumerada, incluyendo cuanto tiempo se necesitará al voluntario. El segundo método es por medio de una invitación informal. La invitación informal pregunta a los padres si ellos pueden estar dispuestos a ofrecerse voluntariamente y de completar requisitos para los trabajos deseados. Los requisitos son mantenidos en archivos, y cuando se necesita voluntarios los nombres del archivo son activados.

La clave de ganar la participación de voluntarios es reconocer que todos los padres pueden contribuir de alguna manera. Las actividades pueden incluir cualquier cosa incluyendo coordinación del programa de relaciones públicas o hablar a una clase en el día de carreras o solamente proporcionando recursos o materiales. La siguiente página ofrece algunas sugerencias para voluntarios.

#### **OFRECIENDOSE VOLUNTARIAMENTE**

##### En la Sala de Clase

- ◆ Sea tutor en la sala de clase (Ej. Matemáticas, Lectura, etc.).
- ◆ Hable a la clase en el día de carreras.
- ◆ Cambie las decoraciones del boletín de anuncios...
- ◆ Sea asistente en una clase.

##### Contribuciones indirectas

- ◆ Ofrezca donar libros para niños (de su casa) a la biblioteca.
- ◆ Proporcione el servicio de buscar compras baratas para encontrar equipos, uniformes,

provisiones, etc.

- ◆ Proporcione materiales que pueden ser usados en varias aulas (Ej Aulas de arte, economía de casa, taller, etc.)
- ◆ Proporcione otros recursos específicos.

#### Ofreciéndose para la Campaña de Relaciones Públicas

- ◆ Sea un miembro orador o coordinador de horarios.
- ◆ Escriba artículos o tome fotos para el boletín de anuncios.
- ◆ Haga el planeamiento del boletín de anuncios, o folletos.
- ◆ Coordine con otros voluntarios o publicistas
- ◆ Póngase en contacto con organizaciones de medios de comunicación.
- ◆ Disemine carteles, folletos, o anuncios de servicio público.
- ◆ Ponga al corriente las listas de correo.
- ◆ Ayude a planear la campaña.
- ◆ Encuentre patrocinadores de negocios.
- ◆ Sea un coordinador de la comunidad.  
(Vea página 4 para más ideas.)

#### En la Escuela

- ◆ Participe en carnavales, bailes, asambleas, y otros eventos de la escuela.
- ◆ Haga trajes para el departamento de drama de la escuela.
- ◆ Sea voluntario para un día de campo.
- ◆ Conduzca actividades para juntar fondos financieros - como ventas de pasteles, o de garaje.
- ◆ Done servicios especializados como la enseñanza de música o de arte.

## **Capítulo 5**

### **Organizaciones de la comunidad**

#### **Relaciones públicas de la comunidad**

El apoyo público a la escuela de los individuos y organizaciones dentro de la comunidad es importante. El desarrollar relaciones públicas eficaces en la comunidad incluye trabajar con los medios de comunicación, organizaciones locales, líderes de la comunidad, y otras personas claves regionales. La inclusión de estudiantes con impedimentos se extiende más allá de la escuela a todo los aspectos de la vida de la comunidad.

Membresía en las organizaciones de la comunidad por el personal de la escuela debe de ser estimulado. La participación de grupos proporciona la oportunidad de discutir las reglas y procedimientos de la escuela con muchos individuos no relacionados directamente con la escuela. El conjunto de socios ayuda a la escuela a saber lo que espera y piensa la comunidad sobre la escuela. Siendo socio pueden influir positivamente las actitudes sobre la escuela y los estudiantes con impedimentos. La cámara de comercio local por lo general tiene una lista de organizaciones de la comunidad incluyendo organizaciones cívicas, culturales, económicas, gubernamentales, patrióticas, políticas, profesionales, religiosas, juveniles, de ancianos, etc. (Kindred, Bagin, & Gallagher, 1990).

Las organizaciones de la comunidad pueden ayudar a alentar prácticas inclusivas para cooperar y trabajar con la escuela para cambiar actitudes, quitar barreras, y alcanzar metas comunes. La meta de la agenda de Utah es “permitir a cada estudiante llegar a ser un ciudadano que es apreciado, es adecuado, contribuye a una sociedad diversa, integrada, y cambiante.” Los estudiantes tienen una posibilidad mayor para tener éxito y llegar a ser competentes si tienen la oportunidad de experimentar el trabajar, vivir diariamente, y participar de las actividades recreativas dentro de la comunidad.

#### **Programas basados en la comunidad**

Los estudiantes con impedimentos son a menudo muy exitosos en programas basados en la comunidad. El aprendizaje para estudiantes con impedimentos, y para todos los estudiantes, aumenta mucho más en ambientes reales, en vez de ambientes simulados.

Las relaciones públicas y actitudes positivas aumentan cuando los estudiantes con impedimentos trabajan y participan en la comunidad en ambientes visuales. Los patrones aprenden lo que pueden hacer los estudiantes con impedimentos, y las percepciones públicas también pueden ser influidas. Sin embargo, los estudiantes con impedimentos a menudo no tienen la oportunidad de participar activamente dentro de la comunidad. Es la responsabilidad de la escuela, la familia, y la comunidad de promover la inclusión de estudiantes con impedimentos en todas las actividades.

Completa inclusión en la comunidad incluye actividades recreativas y pasatiempos. Las actividades recreativas y pasatiempos hacen la vida más provechosa, con desafíos, y



saludable para todas las personas. El enseñar a los estudiantes las maneras apropiadas de pasar tiempo libre promueve la integración exitosa dentro de la comunidad y aumenta su independencia. Las actividades recreacionales son también importantes para la interacción social y la aceptación entre estudiantes con habilidades diferentes. La escuela puede tener una influencia eficaz en los líderes de la comunidad para asegurar que los centros de actividades recreacionales, los estadios, parques, y patios de recreo son accesibles para individuos con impedimentos.

### **Educando a líderes de la comunidad y a los negocios**

Los oficiales elegidos serán más cooperativos si ellos son informados de la necesidades de los estudiantes con impedimentos, si son necesidades educativos, profesionales, residenciales, o recreacionales. Esto puede ser arreglado por medio de un almuerzo informal con administradores, maestros, y padres. Los oficiales también pueden ser invitados a recorrer la escuela y conocer a administradores, maestros, y estudiantes con habilidades diferentes. Los líderes de la comunidad pueden ser alentados a trabajar con la escuela identificando y quitando barreras arquitectónicas y barreras relacionadas con la actitud.

Muchos dueños de negocios locales necesitan ser educados en emplear a estudiantes con impedimentos en situaciones pagadas y no pagadas (vea Capítulo 6 para más información específica sobre trabajo con patrones). Pregunte a la cámara de comercio local sobre como hacer presentaciones en sus reuniones sobre las ventajas de emplear a estudiantes con impedimentos, tanto como la importancia de la accesibilidad y la inclusión de la comunidad. Puede ponerse en contacto con otros grupos relacionados con negocios tales como el club de Kiwanis, el club de Leones, y el club de Elks para presentaciones. La cámara de comercio a menudo tiene un registro de organizaciones de la comunidad.

### **Escuelas post secundaria**

Establezca contactos con colegios locales, universidades, y escuelas vocacionales para facilitar la transición de estudiantes con impedimentos que quieren asistir a esas instituciones. Muchos colegios y universidades tienen servicios para estudiantes con impedimentos. Los centros de recursos para estudiantes con impedimentos en colegios y universidades en Utah incluyen los siguientes:

Brigham Young University  
University Accessibility Center  
2170 W.S.C  
Provo, UT 84602  
(801) 422-2767 (V)  
(801) 422-0436 (TTY)  
Email: [uac@byu.edu](mailto:uac@byu.edu)  
Website: [www.byu.edu/stlife/campuslife/ssd/](http://www.byu.edu/stlife/campuslife/ssd/)

College of Eastern Utah  
Disability Resource Center  
Price, UT 84501  
(435) 613-5326  
(435) 613-5806 (TDD)

College for Eastern Utah, San Juan  
Services for Students with Disabilities  
639 West 100 South  
Blanding, UT 84511  
(435) 678-2201

Dixie State College of Utah  
Disability Resource Center  
225 South 700 East  
St. George, UT 84770  
(435) 652-7516 (V)  
(435) 656-4028 (TTY)  
Email: [sdial@dixie.edu](mailto:sdial@dixie.edu)  
Website: [www.dixie.edu/drc/](http://www.dixie.edu/drc/)

Salt Lake Community College  
Disability Resource Center  
4600 South Redwood Road  
Salt Lake City, UT 84123  
(801) 957-4659 (V)  
(801) 957 – 4646 (TTY)  
Website: [www.slcc.edu/student/drc/](http://www.slcc.edu/student/drc/)

Snow College  
Disability Resource Center  
Ephraim, UT 84627  
(435) 283-7244  
Website: [www.snow.edu/~ada/](http://www.snow.edu/~ada/)

Southern Utah University  
Disability Student Services  
351 West Center St.  
Cedar City, UT 84720  
(435) 865-8022  
Website: [www.suu.edu/ss/support/disability](http://www.suu.edu/ss/support/disability)

University of Utah  
Center for Disability Resources  
200 South Central Campus Drive, Rm. 162  
Salt Lake City, UT 84412-9107  
(801) 581-5020 (V/TTY)  
Website: [disability.utah.edu](http://disability.utah.edu)

Utah State University  
Disability Resource Center  
Logan, UT 84322-0101  
(435) 797-2444 (V/TTY)  
(435) 797-0740  
Website: [www.usu.edu/drc/](http://www.usu.edu/drc/)

Utah Valley State College  
Accessibility Services Department  
P.O. Box 84603  
Provo, UT 84603  
(801) 863-8029  
Website: [www.uvsc.edu/asd/](http://www.uvsc.edu/asd/)

Weber State University  
Services for Students with Disabilities  
1129 University Circle  
Ogden, UT 84408-1129  
(801) 626-6413 (V)  
(801) 626-7283 (TTY)  
Website: [old.weber.edu/ssd/](http://old.weber.edu/ssd/)

Westminster College  
Services for Students with Disabilities  
1840 South 1300 East  
Salt Lake City, UT 84105  
(801) 832-2280 (V)  
(801) 832-2286 (TTY)  
Website: [www.westminstercollege.edu/start\\_center/](http://www.westminstercollege.edu/start_center/)

### **Solicitando a voluntarias de la comunidad**

Alistando a voluntarios de la comunidad aumenta la probabilidad de tener éxito con una campaña de relaciones públicas. Los voluntarios pueden ayudarle a planear su campaña; producir boletines de noticias mensuales; diseminar carteles o folletos; pueden ponerse en contacto con estaciones de radio, periódicos, televisión, y cable; poner al corriente listas de direcciones; y participar en agencia de oradores. Los voluntarios pueden ser reclutados por medio de una variedad de recursos incluyendo reuniones de PTA (Asociación de Padres y Maestros), organizaciones de la comunidad, folletos puestos en locales prominentes, notas mandadas a la casa con los padres, o de anuncios en el periódico local, boletines de noticias de la escuela, o emisoras de radio (vea el capítulo 4 para más información).

### **Actividades que son patrocinadas por la escuela**

Las actividades que son patrocinadas por la escuela proporcionan una oportunidad para crear relaciones buenas con la comunidad y alentar la interacción con estudiantes con impedimentos. Hay muchas actividades diferentes que la escuela podría patrocinar

incluyendo clases de la comunidad y talleres de noche en las escuelas, celebraciones étnicas, y competencias agradables. La escuela puede patrocinar actividades diarias después de las clases, para niños que no tienen padres en la casa hasta después de las 5 p.m. Un centro de información para padres es otra idea buena donde los padres pueden aprender sobre grupos de apoyo, actividades de pasatiempos, y otros recursos dentro de la comunidad.

Otra idea buena es de patrocinar un video o película mensual por la noche en la escuela. Esto puede ser una actividad social que se puede hacer con la familia para estudiantes de secundaria y preparatoria. Asegúrese de que todas las actividades incluyen estudiantes con impedimentos. Las películas pueden ser seleccionadas de bibliotecas, de una tienda de videos, o de organizaciones comerciales. Incluya películas que muestran historias de individuos con impedimentos.



## **Capítulo 6**

### **Participación de patrones / negocios**

#### **Enfoque en los patrones**

Otro componente de la inclusión de individuos con impedimentos es la habilidad de obtener y sostener empleo. Los individuos con impedimentos desean ser miembros que trabajan y contribuyen a la sociedad, así que los patrones necesitan ser incluidos, y *ser* enfocados en una campaña de relaciones públicas que sea exitosa para individuos con impedimentos. Los negocios son incluidos en las campañas de relaciones públicas como, (1) promovedores de programas para personas con impedimentos, y (2) como empleadores de personas con impedimentos.

#### **Promoveedores de negocios**

Los negocios gastan dinero en la publicidad en artículos que recordarán al público de los servicios y productos que ofrecen o que incrementarán positivamente la imagen del negocio en la comunidad. Recordando en que cosas gastan el dinero los anunciadores puede ayudar a atraer el apoyo de negocios a su campaña local de relaciones públicas. Si los negocios y empleadores lo ven como parte de su esfuerzo de publicidad, ellos están generalmente dispuestos a apoyar actividades específicamente para personas con impedimentos. Algunas sugerencias que han sido exitosas para otros programas de relaciones públicas incluyen:

- Tenga un negocio que pueda patrocinar un programa para estudiantes, incluyendo los estudiantes con impedimentos como “el estudiante del mes.” Los negocios a menudo proveen productos y/o premios para tales programas.
- Los negocios a menudo apoyan y patrocinan eventos de atletas u otras actividades de la escuela. Ellos también pueden estar dispuestos de patrocinar las Olimpiadas Inclusivas, eventos atléticos de sillas de ruedas, un grupo de teatro para sordos, actores Con impedimentos, etc. Recuerde que a cambio de su apoyo, ellos necesitan ser recompensados de alguna manera, como ser poniendo su nombre en el programa o escribiendo un artículo o una nota de agradecimiento público en el periódico local.
- Los negocios pueden ser parte de su campaña de relaciones públicas proveyendo el local para oportunidades de entrenamiento especial. Estudiantes con impedimentos pueden ir a un establecimiento local de comida rápida para aprender habilidades apropiadas, tanto sociales como de comer. Los estudiantes también pueden ir a un taller de mecánica para aprender habilidades mecánicas y aprender sobre vehículos. Esto apoya a sus esfuerzos de relaciones públicas permitiendo a los negocios el tener experiencias positivas con estudiantes con impedimentos. Tales actividades también pueden proveer experiencias de inclusiones de valor para los estudiantes.
- Si su campaña de relaciones públicas contiene materiales de medios de comunicación, los negocios pueden proveer apoyo financiero a cambio de identificación de material de los medios de comunicación. Por ejemplo, boletines de noticias pueden ser

proveídos o ser pagados por un negocio patrocinador en cambio de espacio para publicar.

### **Los negocios como empleadores**

Una campaña de relaciones públicas que enfoca en la inclusión de estudiantes con impedimentos debe incluir un énfasis en el empleo de personas con impedimentos. Un énfasis principal de la reautorización más reciente del Acta Educacional de Individuos con Impedimentos (IDEA) es la transición de estudiantes a ambientes después de terminar la preparatoria. Un resultado de transición principal es el empleo. Las escuelas tienen la responsabilidad de preparar eficaz y apropiadamente a los estudiantes con impedimentos para emplearse.

### **Las ventajas de emplear a estudiantes con impedimentos**

El conocimiento y entrenamiento como parte del esfuerzo de relaciones públicas aumenta la oportunidad para una transición exitosa. Un esfuerzo de relaciones públicas con esta meta debe incluir dar a conocer a empleadores los beneficios y ventajas de emplear a individuos con impedimentos. Una encuesta reciente de más de 900 compañías diferentes hecho por Louis Harris y Asociados encontraron lo siguiente:

- ✓ Una gran mayoría de gerentes dan a empleados con impedimentos evaluaciones de bueno o excelente en la manera en que hacen sus trabajos.
- ✓ Casi todos los empleados con impedimentos hacen sus trabajos iguales o mejor que otros empleados en las mismas tareas.
- ✓ Ocho de cada diez gerentes creen que los empleados con impedimentos no son más difíciles de dirigir que los empleados sin impedimentos.
- ✓ Setenta y cinco por ciento de los gerentes dicen que el promedio del costo de emplear a una persona con impedimento es casi el mismo que el de emplear una persona sin impedimentos.
- ✓ Una gran mayoría de gerentes dicen que hacer acomodaciones para empleados con impedimentos no es caro.

Los individuos con impedimentos desean ser empleados por la contribución que ellos pueden dar, no simplemente porque tengan un impedimento. Las campañas de relaciones públicas deben enfocarse en las contribuciones que empleados con impedimentos puedan hacer, y los resultados positivos de emplear a personas con impedimentos (vea el ejemplo PSA's y el boletín de prensa al final del capítulo 3).

### **Sugerencias**

Algunas sugerencias que pueden ayudar a incrementar las oportunidades para emplear a estudiantes con impedimentos y asegurar una inclusión exitosa en la sociedad incluye:

- Ponga a los estudiantes en situaciones donde ellos puedan tener éxito. Si ellos necesitan apoyo adicional, provéalo. Si ellos pueden solamente trabajar por periodos cortos o en actividades limitadas, haga acomodaciones.
- Los estudiantes necesitan tener habilidades y entrenamiento antes de ser puestos en un trabajo.
- Sean selectivos sobre donde van a poner a los estudiantes. Algunos empleadores y algunas situaciones de trabajo son más apropiados para ciertos estudiantes con impedimentos que otros. A menudo, el Servicio de Trabajos local o la Oficina de Rehabilitación puede recomendar empleadores. La mayoría de las oficinas de servicios tienen una persona designada para trabajar con individuos con impedimentos establecidos. Las organizaciones, grupos de consulta, y agencias que ponen impedimentos como una prioridad (incluyendo los enumerados en la caja abajo) pueden ser un buen recurso para identificar empleados potenciales.
- Provea refuerzos positivos para empleadores de estudiantes con impedimentos. Esto puede incluir reconocimientos en un boletín de noticias, una historia en el periódico local, o una placa en el establecimiento de negocio.

### **Organizaciones del estado**

The Arc of Utah  
 455 East 400 South, Suite 202  
 Salt Lake City, Utah 84111  
 (801) 364-5060  
 800-371-5060  
 Email: [info@thearc.org](mailto:info@thearc.org)  
 Website: [www.arcutah.org](http://www.arcutah.org)

Easter Seals  
 638 East Wilmington Ave.  
 Salt Lake City, Utah 84106  
 (801) 486-3778 (V/TTY)  
 800-388-1991  
 Email: [rstarley@uw.org](mailto:rstarley@uw.org)  
 Website: [www.ut.easter-seals.org](http://www.ut.easter-seals.org)

Utah Governor's Committee on  
 Employment of People with Disabilities  
 1595 West 500 South  
 Salt Lake City, Utah 84104  
 866-454-8397 (V)  
 (801) 887-9500 (TTY)  
 Website: [www.usor.state.ut.us/htmls/governor.htm](http://www.usor.state.ut.us/htmls/governor.htm)



Utah Supported Employment Project  
660 South 200 East, Suite 440  
Salt Lake City, Utah 84111

Division of Services for People with Disabilities  
120 North 200 West, #411  
Salt Lake City, Utah 84103  
(801) 538-4200 (V)  
(801) 538-4192 (TTY)  
Website: [www.hsdspd.state.ut.us](http://www.hsdspd.state.ut.us)

DSPD, Northern Region  
P.O. Box 825  
Clearfield, Utah 84015  
(801) 626-3776  
Website: [www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/north.htm](http://www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/north.htm)

DSPD, Central Region  
150 East Center  
Provo, Utah 84606  
(801) 374-3776  
Website: [www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/central.htm](http://www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/central.htm)

DSPD, Salt Lake Region  
120 North 200 West  
Salt Lake City, Utah 84103  
(801) 538-4257  
Website: [www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/SL%20buildings.htm](http://www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/SL%20buildings.htm)

DSPD, Southern Region  
201 East 500 North  
Richfield, Utah 84701  
Website: [www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/south.htm](http://www.dhs.innerweb.utah.gov/oas/south.htm)

### **Centros de vivienda independiente**

Active ReEntry  
451 So. Carbon Ave., P.O. Box 931  
Price, Utah 84501  
(435) 637-4950 (V/TTY)  
Website: [www.arecil.org](http://www.arecil.org)

OPTIONS for Independence  
1095 North Main  
Logan, Utah 84321  
(435) 753-5353 (V/TTY)  
Website: [www.optionsind.org](http://www.optionsind.org)

Red Rock Center for Independence  
515 West 300 North, Suite A  
St. George, Utah 84770  
(435) 673-7501 (V/TTY)  
Website: [www.rrci.org](http://www.rrci.org)

Utah Independent Living Center  
3445 South Main Street  
Salt Lake City, Utah 84115-4453  
(801) 466-5565 (TTY)  
(801) 355-2195  
Website: [www.xmission.com/~uilc](http://www.xmission.com/~uilc)



## **Capítulo 7**

### **La participación del personal de la escuela**

#### **Las relaciones públicas incluyen todo el personal**

Una campaña eficaz y positiva de relaciones públicas maximiza cada uno de sus recursos disponibles. Todo el personal puede tener un papel crítico promoviendo la inclusión de los estudiantes con impedimentos tal como la imagen positiva de la escuela. Este capítulo enumera ideas para involucrar el personal de la escuela en una campaña de relaciones públicas.

#### **Oficina central del personal/Consejo de Educación**

El papel del personal de la oficina central variará según el tamaño y el manejo filosófico del distrito. Como es recomendado en esta guía, se aconseja que se identifique un individuo que tenga la responsabilidad directa en relaciones públicas de la escuela/distrito. En distritos más grandes, puede haber una persona de relaciones públicas especialmente para estudiantes con impedimentos. Una campaña positiva de relaciones públicas también necesita el apoyo y el compromiso del consejo local de educación.

#### **Actividades posibles**

- Una nota del Consejo y administración apoyando a la campaña de relaciones públicas.
- Desarrollo y preparación de boletines de prensa.
- Producción de anuncios de servicios públicos
- Producción de guías y equipos de medios de comunicación.

#### **La administración local de la escuela**

Es esencial que los administradores de los edificios sean involucrados en las relaciones públicas. Las relaciones públicas son generalmente parte de las descripciones de trabajos administrativos. Los esfuerzos de publicidad generados en la escuela necesitan pasar por la administración para que el personal sepa lo que está ocurriendo. Los administradores de la escuela generalmente están ansiosos por tener una publicidad positiva. Avise a los administradores varias semanas antes de los acontecimientos positivos en la escuela para que los eventos puedan ser publicados.

#### **Actividades posibles**

- Tome la delantera en el desarrollo de una campaña de relaciones públicas.
- Asigne a una persona y / o un equipo para planear, coordinar, poner en práctica, y evaluar actividades de relaciones públicas.

- Conduzca entrenamiento sobre la inclusión de estudiantes con impedimentos y sobre el lenguaje apropiado para impedimentos.
- Sea activo en una asociación de oradores o funde una sociedad en la escuela.
- Asegure que la escuela es accesible para personas con impedimentos.

## **Maestros**

Si vamos a crear una mía, imagen activa esta bable será originado por maestros del aula. Los maestros que trabajan día a día con estudiantes con impedimentos tienen un conocimiento excelente de las necesidades y habilidades de los estudiantes. Ellos son fundamentales al éxito de la inclusión de estos estudiantes y la representación positiva en la escuela y en la comunidad. También es importante que los maestros generales del aula tomen una postura positiva y activa hacia estudiantes con impedimentos.

### **Actividades posibles**

- Escribir historias y boletines de prensas sobre sus estudiantes.
- Incluir estudiantes con impedimentos en todas las actividades de la clase.
- Preguntar “¿Como puedo yo ayudar a este estudiante a ser exitoso?”
- Ser un abogado por la causa.
- Aprender y usar el lenguaje apropiado para impedimentos (vea Capítulo 2).
- Compartir experiencias positivas sobre estudiantes con impedimentos.
- Promover participación de la comunidad incluyendo el empleo, la recreación, y actividades de la vida diaria.
- Ofrecerse para ser orador de la causa..

## **Secretarias de la escuela**

Las secretarias de la escuela y otro personal de la oficina son esenciales en cualquier campaña de relaciones públicas. Estos individuos son generalmente los primeros contactos que el público tiene con la escuela, y ellos pueden ayudar a establecer, y a menudo pueden influir enormemente, el ambiente de la escuela y la percepción pública de las escuelas. Modales apropiados de teléfono y procedimientos de saludos positivos y agradables son atributos fundamentales de un personal eficaz de la oficina.

El personal de secretarias también juega un papel importante en las relaciones públicas con estudiantes que tienen impedimentos. A menudo los estudiantes con impedimentos necesitan atención adicional del personal de la oficina. Si los estudiantes con

impedimentos van a ser incluidos totalmente en el programa de la escuela, el personal de la oficina debe de reconocer sus deberes. También, las secretarías deben ser sensitivas cuando están tratando a los padres de los estudiantes con impedimentos. Los padres pueden estar indecisos en ponerse en contacto con la escuela. El primer encuentro con el personal de la escuela, ya sea en persona o por teléfono, puede influir la buena voluntad del público en apoyar a la inclusión del niño en programas y actividades de la escuela.

#### Actividades posibles

- Aprender suficientemente sobre los estudiantes con impedimentos para ser sensible a sus necesidades.
- Crear un ambiente en la oficina de la escuela donde los estudiantes con impedimentos se sientan seguros y aceptados.
- Ser agradable y apoyar a los padres de los estudiantes con impedimentos.
- Apoyar a los entrenamientos de los estudiantes con impedimentos como ayudantes de la oficina. Esto puede ser un paso decisivo en la transición al mundo de trabajo.
- Proveer apoyo secretarial para actividades de otra clase de relaciones públicas.

#### El personal de mantenimiento

Cualquier esfuerzo de relaciones públicas debe de dirigirse también a la apariencia física de la escuela. Esto también es verdad en las relaciones públicas para estudiantes con impedimentos. El personal de mantenimiento puede mejorar la imagen de la escuela y su percepción, incluyendo la adaptación y la inclusión de los estudiantes con impedimentos. El acceso a los edificios y programas de la escuela, así como acomodaciones sensibles para actividades y eventos específicos, incluyen también el mejoramiento de la imagen de la escuela.

#### Actividades posibles

- Conducir una revisión de accesibilidad de los edificios que están a su cargo y hacer que los edificios sean accesibles donde necesitan ser. (Cada distrito tiene una persona de cumplimiento de (Acta de Americanos con Impedimentos) ADA.)
- Estar disponible para hacer acomodaciones simples para los estudiantes (ejem. Elevar un escritorio, hacer una rampa pequeña, ajustar la luz en un cuarto, etc.)
- Estar enterados diariamente de los asuntos de accesibilidad (por ej. Quitar la nieve de los estacionamientos para personas con impedimentos, estar seguro de que hay ciertos productos de baño disponibles en los baños accesibles.
- Apoyar a los estudiantes con impedimentos que son asignados a ser ayudantes del mantenimiento como parte de su IEP (Programa de Educación Individualizado). (El

servicio del mantenimiento es una oportunidad excelente para metas de transición en el IEP.) Esto puede ser un paso importante en su transición al empleo.

### **El personal de transporte**

El transporte es a menudo comentado en el Programa de Educación Individualizado. Es necesario que el personal de transporte sea informado de las reglas y regulaciones asociadas con los derechos de los estudiantes con impedimentos para una educación apropiada. El papel es a menudo fundamental en el esfuerzo de relaciones públicas porque sus servicios son proveídos fuera de la escuela y a la vista entera del público. El personal de transporte es a menudo el primero y el último contacto que tienen los estudiantes con la escuela en la vida diaria.

### **Actividades posibles**

- Estar seguro de que los autobuses son accesibles.
- Entender el papel de transporte proporcionando una educación apropiada a estudiantes con impedimentos.
- Hacer un esfuerzo para asegurarse que los estudiantes con impedimentos empiezan y terminan el día con una experiencia positiva.

## **Capítulo 8**

### **Folletos y boletines de noticias**

#### **Vehículos útiles de comunicación**

Los medios de comunicación de prensa probablemente son la manera más familiar para la mayor parte del personal de la escuela. Los folletos pueden proveer información sobre programas de la escuela, contestar preguntas y dudas de los padres, crear interés para ofrecerse como voluntarios u otros temas, y enlistar recursos adicionales. Los boletines de noticias pueden mantener informados a los padres y al público en general sobre eventos de la escuela, incluyendo actividades para estudiantes con impedimentos. Los periódicos de estudiantes también pueden incluir información sobre estudiantes con impedimentos. Este capítulo contiene algunas ayudas provechosas que pueden ayudar a hacer un folleto o boletín de noticias. También este capítulo contiene temas posibles para artículos que pueden ser incluidos en esos folletos o boletines.

#### **Folletos**

Un folleto es un medio de comunicación para transmitir pequeñas cantidades de información en una o dos páginas. Los folletos son grandes adiciones a su equipo de prensa y también pueden ser usados como un instrumento para negociar en otros lugares tal como un tablón de anuncios o el mostrador delantero en una escuela o en un negocio.

Sabiendo el propósito del folleto de antemano puede hacer el planeamiento más simple. Por ejemplo, ¿Será el folleto parte del equipo de prensa o será un folleto independiente para ser dado a los padres en reuniones? ¿Tendrá información sobre varios asuntos unidos pero diferentes?

Los folletos son a menudo doblados para la conveniencia y para mejor interés visual. Los folletos con uno o dos pliegues son la norma, pero mas pliegues pueden ser usados. Generalmente, los pliegues son hechos para que las secciones sean iguales, pero otros estilos quedan bien. Los pliegues son agradables de ver porque puede acentuar cierta información basada en el lugar donde está en el folleto. También, puede presentar información en un estilo basado en los pliegues y en la posición de la información.

Una vez que sabe el uso intentado y ha determinado el estilo básico del folleto, puede empezar a planear el contenido. Si sabe que va a usar un cierto tipo de papel, puede decidir cuanto texto va a necesitar basado en el espacio disponible. Use técnicas para que el esquema sea atractivo y legible, los cuales son incluidos en este capítulo.

#### **Temas posibles para folletos**

Vea debajo algunos temas para los folletos. Use esta lista para formar otras ideas y temas.

- ✓ El rol de los padres en el IEP (El Programa de Educación Individualizado).
- ✓ La inclusión para todos los niños.



- ✓ El rol de los voluntarios
- ✓ El apoyo a su niño en la escuela.
- ✓ Ideas para ayudar a los estudiantes con su tarea.
- ✓ ¿Debe estar su hijo en escuela PRE-escolar?
- ✓ La importancia de la participación de los padres.
- ✓ Aprendiendo sobre impedimentos.

### **Boletines de noticia y periódicos**

Al nivel de preparatoria, muchas escuelas tienen periódicos que son creados por los estudiantes. El periódico de la escuela es un medio eficaz para conocer a todos los estudiantes y estudiantes con impedimentos que están participando en la escuela y actividades de la comunidad. También puede ser un método para comunicarse con padres y todos los estudiantes, incluyendo estudiantes con impedimentos, en la escuela.

En los niveles de los primeros años, los periódicos a menudo no están disponibles para diseminar información. Los boletines de noticias también pueden proveer la oportunidad de comunicarse regularmente con la comunidad, especialmente con los padres. Los boletines de noticias pueden ser usados para informar a los padres sobre las actividades de la escuela. También pueden ser usados para promover la generalización de los estudiantes en habilidades escolares. La generalización puede ser promovida incluyendo artículos cortos sobre las actividades específicas en que están participando. Los estudiantes pueden escribir los artículos. Los boletines de noticia son diferentes de los folletos en que los primeros comunican regularmente sobre varios temas en vez de proveer información específica sobre un tema limitado.

Los boletines de noticia no necesitan ser elaborados. Si los artículos son cortos y breves será más probable que sean leídos. Además, los boletines de noticias no tienen que ser publicados profesionalmente sino que pueden ser escritos a mano o creados por los estudiantes en una clase en particular y luego pueden ser copiados usando el equipo de la escuela. Los productos desarrollados por los estudiantes son más probables que sean leídos por los padres que los productos desarrollados por administradores de la escuela.

Los boletines de noticias no tienen que ser de muchas páginas. Ellos pueden consistir de solo una página o varias páginas dobladas juntas. La clave es de organizar un formato y un horario y pegarlo al horario de publicación. Los padres se acostumbrarán a recibir el boletín de noticias, a menudo esperando la información que provee. No sea demasiado ambicioso al principio. Empiece con algo pequeño y cuando se siente más cómodo sobre el contenido y el tiempo requerido para producirlo, usted puede agregar páginas cuando sea necesario.

### **Temas para boletines de noticias**

Primero, decida que tipo de información será incluido en el boletín. ¿Será producido para los padres de los niños con impedimentos o para los padres de todos los niños? ¿Será un proyecto de la escuela? ¿Incluirá contribuciones de los estudiantes, o solo tendrá artículos escritos por el personal de la escuela? ¿Tendrá una carta para la sección del redactor?

Abajo hay algunas secciones (y temas para esas secciones) para incluir en su boletín de noticias.

- Artículos oportunos sobre oradores o acontecimientos especiales nacionales o de la escuela.
- Presentaciones especiales durante el mes de aprender sobre drogas.
- El mes nacional de empleo para personas con impedimentos.
- Una maestra nueva de educación especial.
- Escriba artículos sobre gente interesante.
- Un estudiante con un impedimento que tiene un pasatiempo interesante.
- Información técnica sobre la silla de ruedas a motor de uno de los estudiantes.
- Cartas al redactor.
- Anuncios.
- Posiciones disponibles para voluntarios.
- Pedido de donaciones o artículos para ser usados en las clases de artesanía de la escuela.
- Día de padres/abuelos en la escuela.
- Calendario de eventos interesantes de la escuela.
- Notas breves sobre eventos interesantes de la escuela.
  - Premios por grados.
  - Proyectos de arte original
  - Proyectos de ciencia.
- Banderín
  - El lugar donde están puestos los nombres de todo el personal e información de la publicación.

### **Ayudas para escribir**

Establezca las metas y objetivos de su folleto o boletín de noticias. Determine a que grupo de gente usted quiere enfocar y escriba específicamente a ellos. ¿Quiere persuadirlos, informarlos, motivarlos, entretenerlos, o aconsejarlos? ¿Será usado con otras materias, o necesita ser auto explicativo?

Escriba clara y sucintamente. Organice su materia de una manera lógica. Vuelva a escribir tan a menudo como sea necesario. Pida por lo menos a otra persona que revise su trabajo.

### **Ayudas para tener un esquema atractivo y efectivo**

La atracción de su publicación a menudo determinará si su mensaje es leído. Un esquema atractivo no tiene que ser caro. Sabiendo algunos trucos de publicar efectivamente en la computadora puede mejorar enormemente la calidad de su publicación.

Primero, necesita escoger el papel apropiado. Cartulina puede ser caro. Si quiere usar papel normal, use el que se usa en las máquinas de copiar, doble el boletín, y pégale grampas. Deje un espacio para una etiqueta de correo.

Segundo, determine un banderín apropiado. El banderín es el lugar donde usted identifica su carta boletín, y debe permanecer constante de boletín a boletín para que la gente puede identificar su producto. Debe de ser organizado y visualmente atractivo. (Los folletos no necesitan banderines.)

Tercero, determine que tipo de letras va a usar. Escoja el tipo de letras que se puede leer claramente y que no sea muy adornado porque es difícil de leer.

Cuarto, determine cuantas columnas se usarán. Las columnas que se extienden la longitud entera de la página son difíciles de leer. En cambio, dos o tres columnas son más fáciles.

Quinto, deje suficiente espacio blanco o espacio vacío en la página. Esto garantiza que una persona no queda inundada con toda la información que debe de leer. Es mejor dejar bastante espacio blanco que no tener suficiente. Poniendo demasiados objetos o información en una página puede dejarla desordenada y confusa. También deje una buena cantidad de espacio alrededor de texto que tenga borde. Si el borde esta demasiado cerca al texto, es confuso.

Sexto, ponga atención especial a los títulos escritos. Los títulos atraen la atención de los lectores. Un título bueno es escrito con un verbo activo lo cual hace la historia más interesante. Por ejemplo, en vez de La Victoria de la Escuela de Sur Central, el título será más interesante si fuera Sur Central Captura el Título Estatal. El segundo título nos da información más útil e interesante.

Séptimo, use cotizaciones de tirón para ayudar al lector y para hacer los cuentos más interesantes. Cotizaciones de tirón Son pequeños partes de una historia que son quitadas y hechas más grandes para hacer la historia más interesante. También se usa para quitar las columnas de texto para hacerlo ver aun más atrayente visualmente. Evite usarlos demasiado, y solo use cotizaciones interesantes que animarán al lector a leer más.

Por último, use gráficos para ayudar a la historia y para hacer la página más atrayente. Los gráficos dan información fácilmente identificable al lector y lo atrae a leer la historia. Una página que solo contiene texto puede verse aburrida. Agregue gráficos para romper la monotonía y para proveer una referencia rápida para sus lectores. Sin embargo,

escoja fotografías de buena calidad y otros elementos gráficos. Gráficos que son borrosos o infantiles (a menos que esto sea la intención) pueden llevar al lector a creer que el boletín de noticia no vale la pena o el tiempo para leerlo.

## **Conclusión**

Haciendo un folleto o un boletín de noticia puede ser una experiencia gratificante. Practique algunas de las ideas dadas para crear un esquema eficaz para hacer su producto más atractivo visualmente. No tenga miedo de encontrar maneras más creativas de mostrar o expresar información. Con práctica, usted se acostumbrará a presentar información verbal en un esquema visual. No olvide la importancia de escribir clara y brevemente sobre temas de interés para su audiencia.



## **Capítulo 9**

### **Agencia de Oradores**

#### **Comunicaciones y promociones eficientes**

Una agencia de oradores es un método excelente de relaciones públicas para influir la opinión del público sobre la escuela y asuntos de impedimentos. Hablando efectivamente al público, grupos de la comunidad y padres sobre asuntos pertinentes a impedimentos que son de interés promueven la imagen de la escuela y crea relaciones positivas en la comunidad. El apoyo del público para las escuelas es intensificado por la comunicación efectiva.

Una agencia de oradores de la escuela puede ser comprendida por voluntarios de su escuela. También puede pedir voluntarios entre los padres, negocios, grupos con impedimentos, colegios locales, universidades y organizaciones de la comunidad. Las personas famosas que tienen impedimentos deben también ser invitadas a participar.

Los participantes seleccionados deben ser buenos oradores. Cada orador debe recibir un paquete de información con sugerencias en la manera de usar el lenguaje apropiadamente, beneficios de inclusión, y reglas de la escuela. Además, entrenamiento de como comunicarse con el público y asuntos de impedimentos pueden ser necesarios. Provea a los oradores con proyectores, videos, placas de proyectar, cuando sea necesario.

Después de que la agencia de oradores esta formada, las escuelas necesitan promover e incluir un horario de oradores para todas las organizaciones cívicas, de gobierno, padres, negocios, y otras organizaciones de la comunidad identificadas por la cámara local de comercio, líderes de la comunidad y el personal de la escuela. Los oradores también pueden ser usados para presentaciones en radio y televisión tanto como para eventos de la escuela y de la comunidad.

Las presentaciones deben ser anunciadas en la sección de eventos de la comunidad local, en el radio, en el cable, y las estaciones de televisión; deben ser puestas en las tablas de anuncios de la escuela; y mencionadas en los boletines de noticias de la escuela. Los folletos anunciando eventos de los oradores también pueden ser puestos en la comunidad y enviados a los padres y organizaciones. (Vea Capítulo 3 para información más específico de la publicidad.)

#### **Algunas sugerencias para temas**

La sección siguiente sugiere ideas sobre oratorias para personal de la escuela. Estos temas no son exclusivos a los grupos de personal puestos en una lista.

#### Consejeros escolares/ sicólogos:

- Como promover aceptación de los estudiantes con impedimentos en la escuela y en la comunidad.

- ¿Cuáles son los métodos más eficientes para dirigir comportamientos desafiantes?
- Apoyo para padres de niños con impedimentos.
- ¿Cómo pueden los padres alentar a los niños a ser más abiertos y comunicativos?
- Identificando los niños en riesgo.
- ¿Cuáles son las opciones para estudiantes con impedimentos cuando ellos salen del sistema escolar?

#### Administradores/Maestros:

- ¿Cuáles son las cosas de importancia que la escuela está haciendo para los estudiantes con y sin impedimentos y sus familias?
- Derechos legales de estudiantes con impedimentos y sus padres.
- Asuntos de zonas que afectan las casas de grupo.
- El valor de inclusión para todos los estudiantes.
- El valor de integración de la comunidad para la comunidad y para los estudiantes con impedimentos.
- Accesibilidad para individuos con impedimentos.

#### Educadores especiales:

- El valor de inclusión para todos los estudiantes.
- El valor y los beneficios de la inclusión de la comunidad para estudiantes con impedimentos y como la comunidad también se benefician.
- El uso de lenguaje cuando se está hablando o escribiendo sobre los niños y adultos con impedimentos.
- Accesibilidad para individuos con impedimentos.
- Beneficios de empleados y patrones.
- Selección de juegos y juguetes apropiados para estudiantes con y sin impedimentos.
- Como promover la aceptación de estudiantes con impedimentos en la escuela y en la comunidad.

- Planeando para el futuro de su hijo.
- El manejo del comportamiento.
- Los padres y el Programa de Educación Individualizado.
- Las ventajas de ser un tutor de compañeros.

#### Especialista de medios de comunicación/bibliotecarios:

- ¿Que libros sobre individuos con impedimentos hay disponibles?
- ¿Que libros y videos crean una apreciación para la diversidad?
- ¿Cómo deben los padres seleccionar los mejores libros para niños para leer?
- ¿Cuáles son algunos métodos para animar a los niños a leer?
- ¿Cuáles son los efectos positivos y negativos de la televisión?
- ¿Qué presentaciones y películas retratan a individuos con impedimentos en maneras positivas y negativos?

#### Maestros de economía de la casa:

- Preparando alimentos apetitosos y saludables.
- Como animar a estudiantes a comer bien.
- Manejando su tiempo eficazmente.
- Adaptando el plan de estudios.
- Cocinando para personas analfabetas.

#### Maestros de primer grado y kindergarten:

- ¿Cuáles son algunas maneras en que los padres pueden alentar el desarrollo?
- ¿Cómo preparan los padres a sus niños para la escuela?
- ¿Que habilidades sociales y académicas deben ya tener los niños antes de entrar a la escuela?



## **Ayudas para oradores**

Analice su audiencia. Dirija su presentación específicamente a las personas a quienes está hablando. Piense en lo que quiere que su audiencia haga, piense, y sienta como resultado de su discurso. Quizás querrá cambiar las actitudes de los padres sobre estudiantes con impedimentos y prácticas de inclusión. Si su audiencia es empleadores, quizás quiera persuadirlos a emplear a estudiantes con impedimentos.

Después de determinar cuál es su meta principal, organice su discurso en secciones lógicas. Al principio de su discurso debe de obtener la atención de la audiencia e informarlos por que su tema es de interés. La introducción puede comenzar con un cuento de uno de sus estudiantes con impedimentos, una comparación de lo que pasa a estudiantes con impedimentos similares a los que son educados en un ambiente de escuelas inclusivos con aquellos que están en aulas separados; datos sobre lo que pasa a la mayoría de los estudiantes con impedimentos después de que ellos se gradúan de la escuela preparatoria; el costo de educar a estudiantes en ambientes inclusivos versus el costo de aulas separados y posiblemente apoyando a los estudiantes más tarde en la vida, u otros temas pertinentes. El cuerpo de su discurso debe contener sus puntos principales con hechos, información, o cuentos apoyando lo que esta diciendo. Concluya con un repaso de sus puntos principales. Deje tiempo para preguntas después de su presentación, o durante su presentación, si prefiere.

1. Consiga la atención de la audiencia
2. La introducción
3. Puntos principales
4. De un resumen

Prepare y practique su discurso. Debe de comunicar confianza e interés en la audiencia. No use jerga: recuerde que está representando a la escuela.

Hable directamente a su audiencia y establezca contacto con la mirada. Hable claramente y fuerte para que todos lo puedan oír. Use notas si desea, pero no lea su discurso. Practique hasta que sienta confianza. Involucre a su audiencia cuando sea posible. Usar proyectores y computadoras son buenas maneras de dar énfasis a sus puntos principales y mantener su discurso sobre el objetivo. Placas para proyectar y casetes de video son populares con el público y pueden hacer que su presentación sea más interesante.

## **Capítulo 10**

### **Comunidades rurales**

#### **Ventajas de estimular estudiantes en comunidades rurales**

Aunque a muchas comunidades rurales pueden faltarles algunos de los recursos que discutimos antes en esta guía, si hay definitivamente muchas ventajas de estimular a estudiantes con impedimentos en las comunidades rurales. En muchas comunidades pequeñas y rurales, la escuela, a menudo por defecto, es el enfoque de la comunidad. La mayoría de los miembros de la comunidad son participantes activos y tienen conocimiento de las actividades de la escuela. Tanto como 80 por ciento de la población total en las comunidades rurales esta comprendida de maestros y empleados de la escuela tal como sus familias, estudiantes, hermanos, padres, y abuelos de los estudiantes. Las escuelas, entonces, tienen una gran influencia en como las comunidades perciben a estudiantes con impedimentos.

#### **Barreras y métodos en como vencer las barreras**

En comunidades rurales pequeñas, todos conocen a los demás. La preocupación no es tanto de integración de los estudiantes con impedimentos sino que la inclusión y el conocimiento ocurren de maneras positivas y apropiadas. La pregunta no es tanto como podemos integrar estudiantes con impedimentos en la escuela y la comunidad, sino ¿como aseguramos la inclusión positiva de todos los estudiantes.

A menudo las noticias en comunidades pequeños viajan rápido. Existen sistemas de comunicación formal e informal. Los sistemas informales son más activos en comunicar información, especialmente información que previamente ha sido visto como negativa. La Información negativa puede ser comunicada por maneras formales y por rumores. “¿Escuchó que tal y tal persona hizo esto o eso?” “¿Escuché que el hijo o hija de tal y tal persona tiene un impedimento de aprendizaje!” “¿No puedo creer que tal y tal persona dejaron que su hija retardada fuese a esa fiesta!” Información sobre estudiantes con impedimentos a menudo viaja de esta manera. La identificación de sistemas formales e informales en la comunidad y la infiltración con “chismes” positivos es posible. En ciudades grandes, la información que las personas quieren dar a conocer a todos es a menudo “infiltrado” a los medios de comunicación. Este concepto mismo puede ser usado en comunidades pequeños si usted asegura que lo que ha infiltrado es positivo. “Yo escuché que Sandra Ortiz (una niña con síndrome de Down’s) hizo un trabajo excelente en el drama de la escuela.” “¿Escuchó que Juan Jones (un joven quien usa una silla de ruedas) viajo con el equipo de fútbol a todos los juegos fuera de aquí?” Es importante de no solo dejar que se “infiltren” las noticias positivas pero también que se acorte la “infiltración” de noticias negativas y destructivas.

Otra barrera que puede existir en las comunidades pequeñas es asegurar la exactitud de las noticias. La exactitud de la información es esencial porque las comunidades a menudo confían en los sistemas de comunicación informal. Boletines de noticias puestos en el correo local o en un negocio local pueden asegurar que la información es exacta y disponible. Si recursos de la comunicación formal es usado, asegúrese que las noticias

son nuevas. Por ejemplo, si un reporte formal y exacto de una reunión contenciosa del consejo de la escuela no va a aparecer en el periódico local hasta la próxima semana, puede ser demasiado tarde si el sistema informal ya está comunicando con noticias incorrectas.

Si el sistema de comunicación informal en su comunidad es negativo a personas con impedimentos, este asunto puede necesitar ser discutido antes de llevar a cabo otras ideas en esta guía.

Otro asunto en las comunidades pequeñas es que casi todos conocen a la mayoría de los individuos con impedimentos de manera personal. Así que, un artículo positivo sobre una persona conocida es probablemente más eficaz que un artículo general sobre un impedimento. Por ejemplo, un artículo de periódico sobre un miembro de la comunidad que tiene parálisis cerebral debería tener información específica de como esa persona se integra en la comunidad, mientras un artículo que contiene la información sobre parálisis cerebral nacional no puede ser muy interesante. Otra vez, de énfasis a las fuerzas y habilidades de la persona y no a sus diferencias y debilidades.

### **Maximice recursos en una comunidad rural**

Aunque la mayoría de las comunidades pequeñas y rurales no puedan tener fuentes de medios de comunicación extensas, algunos si existen. Si existe una emisora de radio local, los artículos de los cuales ya hablamos en capítulo 3 pueden ayudar a su programa de relaciones públicas. La mayoría de las comunidades rurales y pequeñas tienen acceso a un periódico semanal. Si esto consiste de una página en un periódico publicado en una comunidad más grande, esto es un recurso excelente para comunicar con personas en su comunidad.

Las noticias de la escuela para un periódico local o regional son generalmente encargadas a un reportero. Es crítico que esta persona presente un cuadro exacto y positivo de las personas con impedimentos. Esta persona puede necesitar algún conocimiento y entrenamiento sobre impedimentos. Esto puede ser concebido invitando a la persona a las actividades de la escuela involucrando estudiantes con impedimentos, haciendo al reportero un miembro de un consejo de consultas de impedimentos, y/ o pueden usar sus habilidades en actividades de educación especial tales como proyectos de los estudiantes para escribir, etc. Sintiendo cierto tipo de pertenencia en actividades de impedimentos a menudo promoverá una perspectiva positiva en el reporte del escritor. El capítulo 2 contiene una guía para representación positiva de estudiantes con impedimentos.

Muchos periódicos locales y regionales están ansiosos y dispuestos a publicar reportes y artículos directos de la escuela. Estos pueden ser trabajos de estudiantes o de maestros. Artículos sugeridos en los capítulos 3 y 8 relacionados a los estudiantes con impedimentos son aplicables en comunidades pequeñas y rurales.

Finalmente, maestros y administradores necesitan tomar algún interés personal para asegurar que los estudiantes con impedimentos tienen el acceso igual y son incluidos en la escuela y actividades de la comunidad. En comunidades pequeñas y rurales, una persona puede tener un impacto tremendo.

**Algunas otras sugerencias:**

- ✓ Dirija la inclusión en el IEP (El Programa de Educación Individualizado).
- ✓ Asegúrese de que los estudiantes con impedimentos son distinguidos positivamente.
- ✓ Trabaje directamente con la comunidad y los líderes de la iglesia para asegurar la inclusión.
- ✓ Asegure la inclusión total en las actividades de la escuela.
- ✓ Discuta asuntos de inclusión en las reuniones de los profesores.
- ✓ Haga la inclusión de estudiantes con impedimentos una meta de la escuela o distrito.



# **Utah Media Guide**

## **COMMERCIAL TELEVISION STATIONS**

### Park City:

K45AX Park City Television  
435-649-0045

### St. George:

KCSG-TV Channel 6 (PAX-TV)  
435-986-9715

### Salt Lake City:

KJZZ-TV Channel 14  
801-537-1414

KSL-TV Channel 5 (NBC)  
801-575-5555

KSTU-Channel 13 (FOX)  
801-532-1300

KTVX-TV Channel 14 (ABC)  
801-975-4444

KUPX-TV 16 (PAXNET)  
801-474-0016

KUTV-TV Channel 2 (CBS)  
801-973-3000

KUWB-TV WB30 (Warner Brothers)  
801-281-0330

## **PUBLIC TELEVISION STATIONS**

### Provo/Orem:

KBYU-TV Channel 11 (Brigham Young University)  
801-422-3552 or toll free 800-298-5298

### Salt Lake City:

KUED-TV Channel 7 (University of Utah)  
801-581-7777

UTAH EDUCATION NETWORK (University of Utah)  
801-581-2999

**COMMERCIAL RADIO STATIONS IN UTAH:**

Brian Head:  
KREC-FM 98.1 (Star 98)  
750 West Ridge Road  
St. George, UT 84770  
(435) 986-9899  
[star98fm@infowest.com](mailto:star98fm@infowest.com)

Bear Lake:  
KVSI-AM 1450  
PO Box 340  
Montpelier, ID 83254  
(208) 847-1450  
[krsi@directinter.net](mailto:krsi@directinter.net)

Blanding:  
KDBX-FM Oldies 92.1  
2575 N. Radio Hill Rd (6-1)  
Blanding, UT 84511  
(435) 678-2261  
[kuta@sisna.com](mailto:kuta@sisna.com)

KUTA-AM 790  
2575 N. Radio Hill Rd (6-1)  
Blanding, UT 84511  
(435) 678-2261  
[kuta@sisna.com](mailto:kuta@sisna.com)

Cedar City:  
KCIN-AM Classic and KXBN-FM  
PO Box 819  
Cedar City, UT 84721  
(435) 586-5900  
[b949@infowest.com](mailto:b949@infowest.com)

KSUB-AM 590 iTalkradio 590 KSUBi  
2460 West 400 North #6  
Cedar City, UT 84721

KXFF-FM îThe Foxî  
2460 West 400 North #6  
Cedar City, UT 84721  
(435) 691-4369  
[www.fox1023.com](http://www.fox1023.com)

Delta/Fillmore:  
KMGR-FM 95.7 (Magic 96)  
395 North 400 West  
Fillmore, UT 84631  
(435) 743-6300  
[magic@kmgrfm.com](mailto:magic@kmgrfm.com)

Hooper:  
KSVN-AM 730  
4215 West 4000 South  
Hooper, UT 84315  
(801) 292-1799  
[ksvntv@aol.com](mailto:ksvntv@aol.com)

Logan:  
KBLQ-FM 92.9  
810 West 200 North  
Logan, UT 84321  
(435) 752-1390

KGNT-FM 103.9 The Giant  
1685 North 400 East  
Logan, UT 84341  
(435) 753-2200  
[classics@thekar.com](mailto:classics@thekar.com)

KLGN-AM 1390  
810 West 200 North  
Logan, UT 84321  
(435) 752-1390

KKEX-FM 96.7  
810 West 200 North  
Logan, UT 84321  
(435) 752-1390



KNFL-FM 104.9 The Kar  
1685 North 400 East  
Logan, UT 84341  
(435) 753-2200  
[classics@thekar.com](mailto:classics@thekar.com)

KVFX-FM 94.5  
810 West 200 North  
Logan, UT 84321  
(435) 752-5141

KVNU-AM 610  
810 West 200 North  
Logan, UT 84321  
(435) 752-5141

Magna:  
KTBN-Shortwave 15.590 & 7.510  
PO Box 18147  
Kearns, UT 84118  
(801) 250-4111

Manti:  
KMTI-AM 650 & KLGL-FM 97.5  
Riverlane Road  
Manti, UT 84642  
(435) 835-7301  
[doug@kmtiradio.com](mailto:doug@kmtiradio.com)

Moab:  
KCYN-FM 97.1 Canyon Country  
1030 South Bowling Alley Lane, Suite 3  
Moab, UT 84532  
(435) 259-1035  
[97fm@lasal.net](mailto:97fm@lasal.net)

Ogden:  
KYFO-AM 1490 & KYFO-FM 95.5  
1506 Gibson Avenue  
Ogden, UT 84404  
(801) 394-8833

KSOS-AM 800  
4455 South 5500 West  
Ogden, UT 84315-9650  
(801) 731-9000  
[www.ksos.com](http://www.ksos.com)

KLO-AM 1430  
4155 Harrison Blvd Suite 206  
Ogden, UT 84403  
(801) 627-1430  
[klo1430@juno.com](mailto:klo1430@juno.com)

Price:  
KARB-FM98.3 & KOAL-AM 750  
1899 North Carbonville Rd.  
Price, UT 84501  
(435) 637-1167  
[koal@castlenet.com](mailto:koal@castlenet.com)

Provo/Orem:  
KEYY-AM 1450  
307 South 1600 West  
Provo, UT 84601-3932  
(801)374-2910  
[mail@keyy.com](mailto:mail@keyy.com)

KOHS-FM 91.7  
Orem High School  
175 South 400 East  
Orem, UT 84097  
(801) 224-9236

KOVO-AM 960  
26 West Center  
Provo, UT 84601  
(801) 818-1074

KSRR-AM 1400  
1240 East 800 North  
Orem, UT 84097  
(801) 224-1400

Richfield:  
KCYQ-FM 93.7 & KSVC-AM 980  
450 East 400 South  
Richfield, UT 84701  
(435) 896-4456  
[ksvcnews@ksvcradio.com](mailto:ksvcnews@ksvcradio.com)

Roosevelt:  
KIFX-FM 98.5 & KNEU-AM 1250  
Route 2, Box 2384  
Roosevelt, UT 84066  
(435) 722-5011  
[radio@ubtanet.com](mailto:radio@ubtanet.com)

St. George:  
KDXU-AM 890  
750 West Ridge View Drive, Suite 204  
St. George, UT 84770  
(435) 673-3579  
[bryanh@simmonsmedia.net](mailto:bryanh@simmonsmedia.net)

KEOT-FM 99.7  
750 West Ridgeview Drive, Suite 204  
St. George, UT 84770  
(435) 673-3579

KONY-FM 94.3  
750 West Ridgeview Drive  
St. George, UT 84770  
(435) 628-3643  
[kony@infowest.com](mailto:kony@infowest.com)

KUNF-AM 1210  
750 West Ridgeview Drive  
St. George, UT 84770  
(435) 628-3643  
[kony@infowest.com](mailto:kony@infowest.com)

KTSP-AM 1450  
750 West Ridge View Drive, Suite 204  
St. George, UT 84770  
(435) 673-3579  
[mike@simmonsmedia.net](mailto:mike@simmonsmedia.net)

KSNN-FM 93.5  
750 West Ridge View Drive, Suite 204  
St. George, UT 84770  
(435) 673-3579  
[bryanb@simmonsmedia.net](mailto:bryanb@simmonsmedia.net)

KZHK-FM 95.9  
750 West Ridge View Drive, Suite 204  
St. George, UT 84770  
(435) 673-3579  
[randy@simmonsmedia.net](mailto:randy@simmonsmedia.net)

Salt Lake City:  
KALL-AM 910  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300  
[www.kall910.com](http://www.kall910.com)

KBEE-AM 860  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700  
[www.b987.com](http://www.b987.com)

KBEE-FM 98.7  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700  
[www.b987.com](http://www.b987.com)

KBER-FM 101.1  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700  
[www.kber.com](http://www.kber.com)

KBZN-FM 97.9  
257 East South Suite 400  
Salt Lake City, UT 84111  
(801) 364-9836  
[breeze@kbzn.com](mailto:breeze@kbzn.com)

KCPX-FM 105.7  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300  
[www.kcpx.com](http://www.kcpx.com)

KDYL-AM 1280  
700 East 500 South  
Salt Lake City, UT 84102  
(801) 524-2600

KENZ-FM 107.5  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700  
[www.kkds.com](http://www.kkds.com)

KFNZ-AM 1320  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700

KISN-FM 97.1  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KKAT-FM 101.9  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KKDS-AM 1060  
3606 South 500 West  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 262-5624  
[www.kkds.com](http://www.kkds.com)

KLLB-AM 1510  
868 East 5900 South  
Salt Lake City, UT 84107  
(801) 487-0247  
[www.voiceofgodministries.com](http://www.voiceofgodministries.com)

KNRS-AM 570  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300  
[www.570knews.com](http://www.570knews.com)

KODJ-FM 94.1  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KOSY-FM 106.5  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KQMB-FM 102.7  
700 East 515 South Suite 1C  
Salt Lake City, UT 84102  
(801) 524-2600

KRSP-FM 103.5  
700 East 500 South  
Salt Lake City, UT 84102  
(801) 524-2600

KSFI-FM 100.3  
700 East 500 South  
Salt Lake City, UT 84111  
(801) 524-2600

KSL-AM 1160  
Broadcast House 5 Triad Center  
Salt Lake City, UT 84180-1160  
(801) 575-7600

KSOP-AM 1370 & FM 104.3  
1285 West 2320 South  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 972-1043  
[ksop@ksopcountry.com](mailto:ksop@ksopcountry.com)

KTKK-AM 630  
10348 So. Redwood Road  
South Jordan, UT 94095  
(801) 253-4883  
[webmaster@k-talk.com](mailto:webmaster@k-talk.com)

KUBL-FM 93.3  
434 Bearcat Drive  
Salt Lake City, UT 84115  
(801) 485-6700  
[www.kbull93.com](http://www.kbull93.com)

KUFR-FM 91.7  
136 East South Temple, Suite 1630  
Salt Lake City, UT 84111  
(801) 359-3147  
[search3847@aol.com](mailto:search3847@aol.com)

KURR-FM 99.5  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KWLW-AM 700  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KXRK-FM 96.3  
700 East 515 South  
Salt Lake City, UT 84102  
(801) 524-2600  
[www.x96.com](http://www.x96.com)

KZHT-FM 94.9  
2801 South Decker Lake Drive  
Salt Lake City, UT 84119  
(801) 908-1300

KLCY-FM 105.9  
2425 North Vernal Avenue  
Vernal, UT 84078  
(435) 789-1059

KUDD-FM 107.9  
2835 East 3300 South  
Salt Lake City, UT 84109  
(801) 412-6040

KUUU-FM 92.1  
2835 East 3300 South  
Salt Lake City, UT 84109

KVEL-AM 920  
2425 North Vernal Avenue  
Vernal, UT 84078  
(435) 789-0920  
[kvel@ubtanet.com](mailto:kvel@ubtanet.com)

KWKD-FM 102.3  
2835 East 3300 South  
Salt Lake City, UT 84109  
(801) 412-6040

**NEWSPAPERS:**

**Beaver Press -- Headquarters Beaver**  
E-mail: [bpress@xmission.com](mailto:bpress@xmission.com)  
Website: [www.utahpress.com/beaverpress](http://www.utahpress.com/beaverpress)  
Phone: (435) 438-2891  
Fax: (435) 438-8804  
Address: PO Box 351 Beaver, UT 84713-0351

**Blue Mountain Panorama -- Headquarters Blanding**  
E-mail: [panorama@citlink.net](mailto:panorama@citlink.net)  
Website: [www.utahpress.com/bluemountainpanorama/](http://www.utahpress.com/bluemountainpanorama/)  
Phone: (435) 678-3635  
Fax: (435) 678-3902  
Address: 329 W 400 N Blanding, UT 84511

**Box Elder News Journal -- Headquarters Brigham City, Utah**  
E-mail: [editor@benewsjournal.com](mailto:editor@benewsjournal.com)  
Website: [www.benewsjournal.com](http://www.benewsjournal.com)  
Phone: (435) 723-3471  
Fax: (435) 723-5247  
Address: 55 S 100 W Brigham City, UT 84302



**Davis County Clipper -- Headquarters Bountiful**

Website: [www.clippertoday.com](http://www.clippertoday.com)

Phone: (801) 295-2251

Fax: (801) 295-3044

Address: 1370 S 500 W Bountiful, UT 84010

**Deseret Morning News -- Headquarters Salt Lake City**

E-mail: [letters@desnews.com](mailto:letters@desnews.com)

Website: [deseretnews.com](http://deseretnews.com)

Phone: (801) 237-2135

Fax: (801) 237-2121

Address: 30 E 100 S Salt Lake City, UT 84111-

**Herald Journal -- Headquarters Logan**

E-mail: [hjletter@hjnews.com](mailto:hjletter@hjnews.com)

Website: <http://hjnews.townnews.com/>

Phone: (435) 752-2121

Fax: (435) 753-6642

Address: 75 W 300 N Logan, UT 84321

**Standard-Examiner -- Headquarters Ogden**

E-mail: [inquire@standard.net](mailto:inquire@standard.net)

Website: [www.standard.net](http://www.standard.net)

Phone: (801) 625-4200

Fax: (801) 625-4508

Address: 332 S Ward Pkwy Ogden, UT 84402

**Park Record -- Headquarters Park City**

E-mail: [editor@parkrecord.com](mailto:editor@parkrecord.com)

Website: [www.parkrecord.com](http://www.parkrecord.com)

Phone: (435) 649-9014

Fax: (435) 649-4942

Address: PO Box 3688 Park City, UT 84060

**Richfield Reaper -- Headquarters Richfield**

E-mail: [reapered@richfieldreaper.com](mailto:reapered@richfieldreaper.com)

Website: [www.richfieldreaper.com](http://www.richfieldreaper.com)

Phone: (435) 896-5476

Fax: (435) 896-8123

Address: 65 W Center St Richfield, UT 84701

**Salt Lake Tribune -- Headquarters Salt Lake City**

E-mail: [letters@sltrib.com](mailto:letters@sltrib.com)

Website: [www.sltrib.com](http://www.sltrib.com)

Phone: (801) 257-8472

Fax: (801) 257-8515

Address: 143 S Main St Salt Lake City, UT 84107

**Spectrum -- Headquarters St. George**

E-mail: [opinions@thespectrum.com](mailto:opinions@thespectrum.com)

Website: [www.thespectrum.com](http://www.thespectrum.com)

Phone: (435) 674-6200

Fax: (435) 674-6265

Address: 275 E St George Blvd St. George, UT 84770

**Sun Advocate -- Headquarters**

E-mail: [editor@sunad.com](mailto:editor@sunad.com)

Website: [www.sunad.com](http://www.sunad.com)

Phone: (435) 637-0732

Fax: (435) 637-2716

Address: 845 E Main St Price, UT 84501

**Tooele Transcript Bulletin -- Headquarters**

E-mail: [tbp@tooeletranscript.com](mailto:tbp@tooeletranscript.com)

Website: [www.transcriptbulletin.com](http://www.transcriptbulletin.com)

Phone: (435) 882-0050

Fax: (435) 882-6123

Address: 58 N Main St Tooele, UT 84074