

# G-14: Procedimientos administrativos

## Publicidad



### REFERENCIAS

[G-14 Política del Consejo](#)

### DEFINICIONES

**Propiedad del distrito:** Un edificio, casa de campo, gimnasio, terrenos de la escuela, patio de recreo, campo de atletismo, pista, estadio u otra propiedad inmobiliaria propiedad del distrito.

**Publicidad pagada:** El pago de dinero u otro beneficio económico a la escuela o distrito por la promoción de cualquier producto, servicio, actividad o programa a la comunidad mediante la colocación de un letrero, exhibición, publicidad, anuncio, pancarta, etc., en propiedad de la escuela o del distrito, o un anuncio en un programa de la escuela o del distrito, anuario, periódico o cualquier medio electrónico.

**Lugar:** El lugar en donde algo sucede, especialmente en una actividad organizada tal como un concierto, conferencia, o actividad deportiva.

### PROCEDIMIENTOS DE IMPLEMENTACIÓN

#### I. Lineamientos generales

- A. Es la política del Consejo permitir la publicidad pagada en la propiedad del distrito únicamente de acuerdo con las condiciones establecidas en estos procedimientos administrativos. El Consejo reconoce que los ingresos derivados de dicha publicidad pagada beneficiarán al distrito, sus escuelas, estudiantes, empleados, programas y la comunidad.
  1. Para apoyar una relación positiva entre las escuelas y sus comunidades, el Consejo alienta a las organizaciones cívicas o comunitarias locales a comprar declaraciones de apoyo para las escuelas, estudiantes y/o programas del distrito.
- B. No se permite la publicidad a menos que constituya publicidad pagada según lo definido anteriormente, y se apruebe de acuerdo con estos procedimientos.
- C. Ninguna publicidad pagada será interpretada como o constituirá un endoso por el Consejo, el distrito o la escuela de cualquier producto, servicio, actividad, programa u organización, y el distrito se reserva el derecho de rechazar cualquier publicidad pagada.
- D. Estos procedimientos y la correspondiente política del Consejo expresamente no crean un foro público para la expresión pública. Cualquier lugar donde se permita la publicidad pagada no es un foro para debate, defensa o expresión de puntos de vista políticos, religiosos u otros puntos de vista personales.
- E. Siempre y cuando se cuente con las aprobaciones del presente documento, podrá permitirse el uso de publicidad de pago en: instalaciones deportivas del distrito, estadios, campos de béisbol y gimnasios; auditorios; cercas perimetrales; folletos de programas o publicaciones escolares; o un lugar donde dicha publicidad pagada se dirija principalmente a los miembros del público.
  1. No habrá publicidad pagada en los salones de clase ni en ningún otro lugar o foro dentro de la escuela donde dicha publicidad pagada estaría dirigida principalmente a los estudiantes del distrito. Los ejemplos incluyen, pero no se limitan a: televisores de aula; anuncios de altavoces públicos durante el horario escolar; carteles y avisos exhibidos dentro de los edificios escolares; o volantes y folletos distribuidos durante el horario escolar.
  2. No habrá publicidad pagada en el exterior de un edificio que implique la instalación de un aparato en propiedad del distrito, o que implique el anclaje de la señalización en una pared física sin la aprobación previa por escrito del director ejecutivo de servicios auxiliares.
  3. No habrá vallas publicitarias o letreros en la parte superior de los edificios del distrito
  4. No habrá publicidad pagada en los autobuses escolares del distrito.
  5. La señalización temporal, incluyendo anuncios pagados, debe adherirse a todas las ordenanzas municipales, de condado y zona del gobierno, a las políticas del Consejo y a las reglas de la Asociación de actividades escolares de Utah.
  6. La señalización temporal, incluyendo anuncios pagados, no debe obstruir la vista de la propiedad del distrito ni interferir con las actividades de la escuela o del distrito.
  7. La colocación de cualquier publicidad pagada no implicará la modificación substancial de la propiedad del distrito.

- F. Los oficiales de la escuela pueden retirar cualquier anuncio por cualquier infracción a estos procedimientos. El distrito también se reserva el derecho de romper cualquier afiliación con personas/grupos que infrinjan estos procedimientos y de imponer disciplina contra los estudiantes y/o el personal que infrinjan sus cláusulas.
- G. Los directores de escuela pueden decidir no aceptar ninguna publicidad pagada en las publicaciones de la escuela e informarán al Consejo Comunitario Escolar (SCC, por sus siglas en inglés) de su decisión.
- H. La política del Consejo G-14 y estos procedimientos administrativos no afectan a la política del Consejo G-16, nombrar o renombrar instalaciones.

## II. Publicidad exterior

- A. Las siguientes personas tienen la autoridad para determinar la ubicación y el número de anuncios al aire libre que pueden colocarse en un plantel escolar o en una propiedad designada del distrito:
  - 1. En las escuelas secundarias, el director y el director deportivo se reunirán anualmente y determinarán los sitios disponibles para la publicidad al aire libre, y el número de anuncios al aire libre que se permitirán.
    - a. Se permitirá un máximo de 25 anuncios pagados en cualquier momento en el cercado del perímetro de la escuela.
      - i. Cualquier solicitud de excepción a la tapa colocada en el cercado perimetral debe hacerse al Consejo.
  - 2. El director, el subdirector y el facilitador de deportes / actividades se reunirán anualmente en las instalaciones de la escuela secundaria y primaria, para determinar los sitios disponibles para la publicidad al aire libre y el número de anuncios al aire libre que se permitirán.
- B. El director revisará anualmente los sitios de publicidad exterior propuestos y el número de anuncios permitidos con el Consejo Comunitario Escolar (SCC, por sus siglas en inglés).

## III. Proceso de aprobación.

- A. Todas las solicitudes de publicidad deben ser aprobadas por el administrador designado antes de la colocación.
- B. El director o el administrador designado de la escuela aprobará todos los anuncios pagados en las publicaciones de la escuela.
- C. Todos los demás anuncios deben ser aprobados por el director antes de exhibirse; la decisión debe ser neutral desde el punto de vista de la finalidad que persigue la escuela.
  - 1. Cualquier aprobación indicará con precisión dónde se puede colocar dicha publicidad y el tiempo que se puede exhibir.
  - 2. El director debe revisar de forma final y por escrito el anuncio específico, el contenido, el formato, las medidas, la colocación y la duración de la exhibición antes de aprobarlo.
- D. Toda publicidad pagada debe documentarse por medio de un contrato firmado por el director o administrador a cargo.
  - 1. Los contratos para la colocación de publicidad deben limitarse a un período de duración no mayor a un año académico, y deben adherirse a todas las demás leyes aplicables, requisitos de código, políticas del Consejo y procedimientos administrativos del distrito.
- E. Las decisiones del director de permitir o rechazar la publicidad pagada pueden apelarse ante el superintendente, o su designado, cuya decisión será final.

## IV. Socios y donantes de la comunidad

- A. Se permitirá la publicidad asociada con los esfuerzos de recaudación de fondos aprobados por la escuela para otra organización en los edificios y en la propiedad de la escuela.
- B. La escuela o distrito puede reconocer una donación que ha recibido de una organización exhibiendo un "donado por", "patrocinado en parte por" o una línea telefónica similar, con el nombre de la organización y/o el logo/símbolo en el artículo.
- C. La escuela o el distrito puede reconocer a los socios de la comunidad o de negocios mostrando una pancarta con el nombre de la organización, el logotipo/símbolo y el eslogan/lema. Dichos reconocimientos no se consideran publicidad pagada.
- D. La distribución de premios para estudiantes donados por una empresa comercial y aprobados por el director no se interpretará como publicidad pagada en el sentido de estos procedimientos.

## V. Publicidad en sitios web

- A. Se permitirá la publicidad utilizando la red del distrito y/o cualquier escuela o sitio web del distrito únicamente si está en conformidad con estos procedimientos. Cualquier sitio web de la escuela o del distrito debe incluir una cláusula de exención de responsabilidad, desarrollado por el distrito, indicando que el anunciante no está afiliado con el distrito y que el anuncio no es un respaldo del Consejo, distrito o sus escuelas. Se permitirá la publicidad en los sitios web de las escuelas individuales sólo cuando esté expresamente autorizada por el superintendente.
  - 1. Toda la publicidad en cualquier sitio web de la escuela o del distrito incluirá nada más el nombre, número de teléfono y correo electrónico o dirección de sitio web del anunciante, un visual aprobado de acuerdo

con estos procedimientos, y un mensaje corto que se limita a la promoción de bienes, servicios o eventos y / o expresar el apoyo del anunciante a los estudiantes del distrito, escuelas y programas.

2. La publicidad en cualquier sitio web de la escuela o del distrito debe ser exhibida solamente, y no se debe de permitir el acceso a un sitio web externo a través de un enlace electrónico directo.
3. Los anuncios en sitios web pueden tener restricciones adicionales basadas en la disponibilidad de espacio y capacidades tecnológicas.

#### **VI. Materiales curriculares**

Los maestros no aceptarán ningún artículo o material para uso suplementario en el salón de clases que contenga más de un mínimo de publicidad o copia promocional.

#### **VII. Restricciones de contenido para todos los anuncios**

- A. Toda publicidad pagada debe cumplir con los siguientes criterios.
  1. Ninguna publicidad pagada promoverá la hostilidad, desorden o violencia.
  2. Ninguna publicidad pagada atacará, degradará, ridiculizará o menospreciará a ningún individuo o grupo debido a su afiliación en cualquier categoría protegida identificada en las políticas en contra de la discriminación del distrito.
  3. No se permitirá aquella publicidad pagada que no sea apropiada para la edad de los estudiantes que asisten a la escuela.
  4. No se permitirá ninguna publicidad pagada que sea difamatoria, inexacta de hecho o de mala calidad.
  5. Ninguna publicidad pagada respaldará una causa política, actividad política, partido político o candidato a un cargo o cargo político.
  6. Ninguna publicidad pagada promoverá el uso de drogas, alcohol, tabaco o armas de fuego.
  7. Ninguna publicidad pagada será inconsistente con las pautas de nutrición del distrito y la política de bienestar del distrito.
  8. Ninguna publicidad pagada debe incluir contenido del cual la ley de Utah permita a los estudiantes o a los padres de familia "optar por no participar", si ese contenido fuera presentado en el contexto de un plan de estudios de aula o en el campus de una escuela (por ejemplo, mensajes de educación sexual, productos o información para el control de la natalidad, información sobre enfermedades de transmisión sexual, etc.).
  9. Ninguna publicidad pagada será de carácter religioso o sectario
  10. Ninguna publicidad pagada debe promover productos o establecimientos a los cuales los estudiantes tienen prohibido legalmente utilizar o frecuentar.
  11. Ninguna publicidad pagada promoverá productos de entretenimiento que no sean apropiados para la edad de los estudiantes que asisten a la escuela.
  12. Ninguna publicidad pagada será obscena u ofensiva a la moral y/o conciencia de la escuela o distrito.
  13. Ninguna publicidad pagada entrará en conflicto con la misión del Consejo, las políticas, la agenda legislativa adoptada por el Consejo o el plan de estudios o programa de instrucción del distrito.
  14. Ninguna publicidad pagada afectará adversamente la reputación o la imagen del distrito.
  15. Ninguna publicidad pagada promoverá a las escuelas privadas de K-12 o a las escuelas de K-12 contratadas por otras agencias que no sea el Consejo.
  16. Ninguna publicidad representará el hecho de que el distrito, sus oficiales, miembros de la mesa directiva, agentes, empleados o estudiantes apoyen el servicio, producto o idea anunciada, a menos que sea específicamente autorizado por el superintendente.

#### **VIII. Requisitos Contables y de Adquisición**

- A. Bajo el pedido de una escuela, el departamento de compras solicitará las ofertas de conformidad con los procedimientos de compra apropiados para la adquisición de letreros estandarizados. Las escuelas individuales pueden trabajar con el departamento de compras cuando ordenan letreros a través del vendedor adjudicado.
- B. Los ingresos por publicidad deben reportarse y contabilizarse adecuadamente. Se deben seguir todos los procedimientos contables del distrito. Los ingresos de la publicidad deben ser depositados en una cuenta bancaria aprobada del distrito o de la escuela, según lo determine el administrador de la empresa. Tales ingresos pueden ser designados para el apoyo de una actividad, escuela o programa en particular.
- C. Los ingresos provenientes de la publicidad pagada en las instalaciones escolares, instalaciones deportivas propiedad del distrito o arrendadas por el distrito y otros lugares deportivos deben utilizarse para apoyar el atletismo estudiantil y las actividades, programas y competencias extracurriculares. Se debe poner especial énfasis en el uso de estos fondos para compensar los gastos de la exención de la cuota a la escuela.

Ningún empleado del distrito o estudiante debe estar sujeto a discriminación en el empleo o cualquier programa o actividad del distrito en base a la edad, color, discapacidad, género, identidad sexual, información genética, origen nacional, embarazo, raza, religión, orientación sexual, o estado de veterano. El distrito está comprometido a proporcionar un acceso equitativo y oportunidades equitativas en sus programas, servicios y empleo, incluyendo en sus reglamentos, procesos de reclamaciones, accesibilidad a los programas, uso de las instalaciones del distrito, acomodaciones y otros asuntos con respeto a las Oportunidades de Empleo Equitativo. El distrito también ofrece acceso equitativo dentro de las instalaciones del distrito para todos los grupos de jóvenes que figuran bajo el Título 36 del Código de los Estados Unidos, incluyendo los grupos de los boys scout. La siguiente persona ha sido designada para atender los asuntos y las reclamaciones con relación a discriminación ilegal, acoso y represalias: Tina Hatch, Cumplimiento e Investigaciones, 440 East 100 South, Salt Lake City, Utah 84111, (801) 578-8388. También puede comunicarse con la Oficina de Derechos Civiles, Denver, CO, (303) 844-5695.