

G-14: Procedimientos administrativos

Publicidad



REFERENCIAS

[Política G-14 del Consejo](#)

DEFINICIONES

Propiedad del distrito: Un edificio, casa de campo, gimnasio, terrenos de la escuela, patio de juego, campo de atletismo, pista, estadio u otro bien inmueble propiedad del distrito.

Publicidad pagada: El pago de dinero u otro beneficio económico a la escuela o el distrito para la promoción de cualquier producto, servicio, actividad o programa a la comunidad mediante la colocación de un cartel, pantalla, anuncio, propaganda, pancarta, etc., en la propiedad de la escuela o el distrito, o un anuncio en un programa de la escuela o del distrito, anuario, periódico o cualquier medio electrónico.

Lugar del evento: El lugar donde ocurre algo, especialmente un evento organizado como un concierto, una conferencia o un evento deportivo.

PROCEDIMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

I. Directrices generales

- A. Es política del Consejo permitir la publicidad pagada en la propiedad del distrito sólo de acuerdo con las condiciones previstas en estos procedimientos administrativos. El Consejo reconoce que los ingresos derivados de dicha publicidad pagada beneficiarán al distrito, a sus escuelas, estudiantes, empleados, programas y a la comunidad.
 1. Para apoyar una relación positiva entre las escuelas y sus comunidades, el Consejo anima a las organizaciones cívicas o comunitarias locales a adquirir declaraciones de apoyo a las escuelas, estudiantes y/o programas del distrito.
- B. No se permite ningún tipo de publicidad a menos que constituya publicidad pagada, tal como se ha definido anteriormente, y sea aprobada de acuerdo con estos procedimientos.
- C. Ninguna publicidad pagada se interpretará o constituirá una aprobación por parte del Consejo, el distrito o la escuela de ningún 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 no crean expresamente un foro público para la expresión pública. Cualquier lugar en el que se permita la publicidad pagada no es un foro para el debate, la defensa o la expresión de puntos de vista políticos, religiosos o personales.
- E. Sujeto a las aprobaciones del presente documento, se puede permitir la publicidad pagada en: instalaciones deportivas del distrito, estadios, campos de béisbol y gimnasios; auditorios; vallas 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 las aulas ni en ningún otro lugar o foro dentro de la escuela donde dicha publicidad pagada se dirija principalmente a los estudiantes del distrito. Los ejemplos incluyen, pero no se limitan a: televisiones en las aulas; avisos por altavoces durante el horario escolar; carteles y anuncios expuestos en el interior 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 la propiedad del distrito, o que implique el anclaje de un letrero en una pared física sin la aprobación previa por escrito del director ejecutivo de servicios auxiliares.
 3. No habrá vallas publicitarias ni señalización en la parte superior de los edificios del distrito.
 4. No habrá publicidad pagada en los autobuses escolares del distrito.
 5. La señalización temporal, incluidos los anuncios pagados, debe cumplir con todas las ordenanzas de zonificación de los edificios municipales/del condado, las políticas del Consejo y las normas de la Asociación de Actividades de Escuelas Preparatorias de Utah.
 6. La señalización temporal, incluidos los anuncios pagados, no debe obstruir la vista de la propiedad del distrito ni interferir con las actividades escolares o del distrito.
 7. La colocación de cualquier tipo de publicidad pagada no deberá suponer una modificación sustancial de la propiedad del distrito.
- F. Los funcionarios de la escuela pueden retirar cualquier anuncio por cualquier violación de estos procedimientos. El distrito también se reserva el derecho de cortar cualquier afiliación con personas/grupos que violen estos

procedimientos y de imponer medidas disciplinarias contra los estudiantes y/o el personal que violen sus disposiciones.

- G. Los directores de las escuelas pueden decidir no aceptar ningún tipo de publicidad pagada en las publicaciones escolares e informarán al Consejo de Educación Comunitario (School Community College (SCC, por sus siglas en inglés)) de su escuela de su decisión.
- H. La Política G-14 del Consejo y estos procedimientos administrativos no afectan a la Política G-16 del Consejo: Nombrar o Renombrar Instalaciones

II. Publicidad en exteriores

- A. Las siguientes personas tienen la autoridad para determinar la ubicación y el número de anuncios en exteriores que pueden colocarse en un recinto escolar o en una propiedad designada del distrito:
 - 1. En las escuelas preparatorias, el director y el director deportivo deben reunirse anualmente y determinar los lugares disponibles para la publicidad en exteriores, así como el número de anuncios en exteriores que se permitirán.
 - a. Se permitirá la exhibición de un máximo de 25 anuncios pagados en cualquier momento en el cercado perimetral de una escuela.
 - i. Cualquier solicitud de excepción al límite establecido para el cercado perimetral debe hacerse al consejo.
 - 2. En las sedes de las escuelas secundarias y primarias, el director, el subdirector y el facilitador de deportes/actividades deben reunirse anualmente para determinar los lugares disponibles para la publicidad exterior y el número de anuncios exteriores que se permitirán.
- B. El director revisará anualmente los lugares de publicidad exterior propuestos y el número de anuncios permitidos con el SCC de la escuela.

III. Proceso de aprobación

- A. Todas las solicitudes de publicidad deben ser aprobadas por el administrador correspondiente antes de su colocación.
- B. El director o el administrador escolar correspondiente aprobará todas las publicidades pagadas en las publicaciones escolares.
- C. Todos los demás anuncios deben ser aprobados por el director antes de ser expuestos; la decisión debe ser neutral desde el punto de vista de la finalidad de la escuela.
 - 1. Cualquier aprobación indicará con precisión dónde puede colocarse dicha publicidad y el tiempo que puede estar visible.
 - 2. La publicidad específica, el contenido, el formato, las medidas, la colocación y la duración de la exhibición deben ser revisados en forma final escrita por el director antes de su aprobación.
- D. Toda la publicidad pagada debe estar documentada por un contrato firmado por el director o administrador responsable.
 - 1. Los contratos para la colocación de publicidad deben limitarse a una duración máxima de un año académico, y cumplir con todas las demás leyes aplicables, los requisitos del código, las políticas del Consejo y los procedimientos administrativos del distrito.
- E. Las decisiones del director de permitir o rechazar la publicidad pagada pueden ser apeladas ante el superintendente, o su designado, cuya decisión será definitiva.

IV. Socios y donantes comunitarios

- A. La publicidad asociada a los esfuerzos de recaudación de fondos aprobados por la escuela para las organizaciones se permitirá en los edificios escolares y en la propiedad de la escuela.
- B. La escuela o el distrito puede reconocer una donación que ha recibido de una organización mostrando un "donado por", "patrocinado en parte por" o una línea similar, con el nombre y/o el logotipo/símbolo de la organización en el artículo.
- C. La escuela o el distrito pueden reconocer a los socios comunitarios o empresariales exhibiendo una pancarta con el nombre de la organización, el logotipo/símbolo y el eslogan/lema. Estos agradecimientos 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. La publicidad que utilice la red del distrito y/o cualquier sitio web de la escuela o del distrito sólo se permitirá de acuerdo con estos procedimientos. Todo sitio web de la escuela o del distrito debe incluir un aviso, desarrollado por el distrito, en el que se indique que el anunciante no está afiliado al distrito y que el anuncio no constituye un respaldo del Consejo, del distrito o de sus escuelas. La publicidad en los sitios web de cada escuela sólo se permitirá cuando el superintendente lo autorice expresamente.

1. Toda la publicidad en cualquier sitio web de la escuela o del distrito deberá incluir como máximo el nombre, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico o del sitio web del anunciante, una imagen aprobada de acuerdo con estos procedimientos y un mensaje breve que se limite a la promoción de bienes, servicios o eventos y/o que exprese el apoyo del anunciante a los estudiantes, escuelas y programas del distrito.
2. La publicidad en cualquier sitio web de la escuela o del distrito debe ser sólo de visualización, y no debe permitir el acceso a un sitio web externo a través de un hotlink electrónico.
3. Los anuncios en el sitio web pueden tener más restricciones en función de la disponibilidad de espacio y las capacidades tecnológicas.

VI. Materiales del plan de estudios

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

VII. Restricciones de contenido para todos los anuncios

- A. Toda la publicidad pagada debe cumplir los siguientes criterios.
1. Ninguna publicidad pagada podrá promover la hostilidad, el desorden o la violencia.
 2. Ninguna publicidad pagada atacará, degradará, ridiculizará o despreciará a ningún individuo o grupo debido a su pertenencia a cualquier categoría protegida identificada en las políticas de no discriminación del distrito.
 3. No se permitirá ningún tipo de 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 o de mala calidad.
 5. Ninguna publicidad pagada podrá respaldar una causa política, una actividad política, un partido político o un candidato a un cargo o puesto político.
 6. Ninguna publicidad pagada podrá promover el uso de drogas, alcohol, tabaco o armas de fuego.
 7. Ninguna publicidad pagada será incompatible con las directrices de nutrición del distrito y la política de bienestar del distrito.
 8. Ninguna publicidad pagada incluirá contenidos de los que la ley de Utah permita a los estudiantes o a los padres "excluirse" si ese contenido se presentara en el contexto de un plan de estudios o en un campus escolar (por ejemplo, mensajes de educación sexual, productos o información sobre control de la natalidad, información sobre enfermedades de transmisión sexual, etc.).
 9. Ninguna publicidad pagada podrá ser de carácter religioso o sectario.
 10. Ninguna publicidad pagada podrá promocionar productos o establecimientos cuyo uso o patrocinio esté legalmente prohibido a los estudiantes.
 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 ni ofenderá la moral y/o la conciencia de la escuela o del 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 el programa de instrucción del distrito.
 14. Ningún tipo de publicidad pagada podrá afectar negativamente a la reputación o la imagen del distrito.
 15. Ningún tipo de publicidad pagada podrá promocionar las escuelas privadas K-12 o las escuelas K-12 autónomas por distintos organismos de autorización del Consejo.
 16. Ninguna publicidad podrá representar que el distrito, sus funcionarios, miembros de la junta directiva, agentes, empleados o estudiantes respaldan el servicio, producto o idea anunciados, a menos que el superintendente lo autorice específicamente.

VIII. Requisitos de contabilidad y adquisiciones

- A. En respuesta a una solicitud de la escuela, el departamento de compras solicitará licitaciones de acuerdo con los procedimientos de adquisición apropiados para adquirir letreros estandarizados. Los centros escolares pueden colaborar con el departamento de compras a la hora de pedir letreros a través del proveedor adjudicado.
- B. Los ingresos por publicidad deben ser debidamente declarados y registrados en la contabilidad. Deben seguirse todos los procedimientos contables del distrito. Los ingresos procedentes de la publicidad deben depositarse en una cuenta bancaria aprobada por el distrito o la escuela, según determine el administrador comercial. Dichos ingresos pueden ser designados para el apoyo de una actividad, escuela o programa en particular.
- C. Los ingresos procedentes de la publicidad pagada en las instalaciones escolares, en las instalaciones deportivas propiedad del distrito o alquiladas por éste y en otras instalaciones deportivas deben utilizarse para apoyar las actividades deportivas y extracurriculares, los programas y las competiciones de los estudiantes. Se debe hacer especial énfasis en el uso de estos fondos para compensar los gastos de exención de tarifas a la escuela.

Ningún empleado o estudiante del distrito debe verse afectado por la discriminación en su trabajo o cualquier programa o actividad del distrito por motivo de su edad, color, discapacidad, género, identidad de género, información genética, origen étnico, embarazo, raza, religión, sexo, orientación sexual o estado de veterano. El distrito se compromete a brindar igualdad de acceso y oportunidades en sus programas, servicios y empleos, incluyendo en sus políticas, procesos de quejas, accesibilidad a los programas, uso de las instalaciones del distrito, adaptaciones y demás asuntos relacionados con la igualdad de oportunidades de empleo. El distrito también ofrece acceso equitativo a las instalaciones del distrito para todos los grupos de jóvenes que figuran bajo el Título 36 del Código de los Estados Unidos, lo que incluye a los grupos de niños exploradores. 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/Coordinadora del Título IX, 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.