

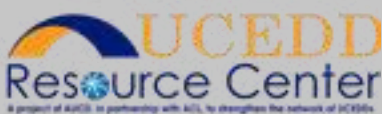
# UCEDD Hojas de Asesoramiento

Noviembre 2020

## CONTENIDO

¿Qué se aborda en esta hoja de asesoramiento?	1
¿Por qué es importante?	1
¿Cómo funciona?	2
Recursos importantes	3
Más información	4

Las hojas de asesoramiento de UCEDD son realizadas por la Asociación de Centros Universitarios sobre Discapacidades (AUCD) a través del Centro de Recursos de UCEDD (UCEDD Resource Center, URC).



## Desarrollo de Productos y Difusión de Información

### ¿Qué se aborda en esta hoja de asesoramiento?

En esta hoja de asesoramiento se abordan el desarrollo de productos y la diseminación de información. Según el [modelo lógico](#) de los UCEDDs, la diseminación de información es la distribución de información basada en el conocimiento a través de los productos y las actividades desarrollados por los UCEDDs.

### ¿Por qué es importante?

La diseminación de información es una función central de los UCEDDs, en conformidad con la Ley DD:

Diseminación de información relacionada con las actividades realizadas para abordar el propósito de este título, especialmente la diseminación de información que demuestre que la red autorizada bajo este subtítulo es un recurso nacional e internacional que incluye áreas importantes específicas de especialización a las que se puede acceder y aplicar en diversos entornos y circunstancias.

La Administración de Discapacidades Intelectuales y del Desarrollo (Administration on Intellectual and Developmental Disabilities, AIDD, por sus siglas en inglés) menciona específicamente la necesidad de que cada UCEDD tenga un plan escrito sobre cómo su programa implementará las funciones básicas, tal como se describe en la Ley DD (45 CFR § 1328.6 2015).

---

## ¿Cómo han estructurado otros UCEDD el desarrollo de sus productos y la difusión de información?



Asociación para Personas con Discapacidades Virginia Commonwealth University

La Asociación para Personas con Discapacidades difunde más de 20,000 productos impresos cada año a una variedad de personas, organizaciones, socios comunitarios, etc. incluyendo personas con discapacidades, hermanos y familias. Utilizan una iniciativa de intermediación cultural para adaptar sus productos para llegar a grupos más diversos, ya que saben que la falta de acceso a materiales traducidos adecuadamente aumenta aún más las disparidades a las que se enfrentan muchas de estas comunidades.

Muchos de los materiales son guías de recursos de 50 a 60-páginas, que cuando se traducen directamente al español, tienen entre 80 y 100 páginas. Sin embargo, muchos de estos recursos traducidos no se estaban utilizando. Para fortalecer el desarrollo de los productos, ahora utilizan un proceso llamado localización (Lionbridge, 2012) que garantiza que, al adaptar los productos, no solo se traduzcan al idioma para que el producto funcione funcional y lingüísticamente, sino que también se tenga en cuenta la cultura y las costumbres en la forma que se comunican las cosas. Un aspecto importante de este proceso es recopilar comentarios y sugerencias de los usuarios finales del documento adaptado para ver si satisface sus necesidades y está en su formato preferido.

Utilizan un proceso de adaptación de productos de cinco pasos:

1. Seleccionar material
2. Revisión con las partes interesadas (Stakeholders)
3. Traducción
4. Prueba
5. Plano de diseño

Algunos ejemplos de este proceso en acción son los siguientes:

- Adaptación de un recurso sobre detección de la pérdida auditiva al nacer: Convocaron a un grupo de madres latinas y a algunos diseñadores gráficos para hacer una fotonovela sobre el recurso.
- Adaptación de la guía "It's About Me" (Se Trata de Mí), un recurso del proceso del IEP: El intermediario cultural creó un grupo de apoyo de familias para crear algo que despertara el interés en el recurso más grande y ayudo a las familias a encontrar las secciones de la guía que podría ser útil para ellos.
- Traducir un panfleto sobre "Who We Are" (Quiénes Somos): trabajando con un grupo de padres árabes para hacer la mitad del panfleto en inglés y la otra en árabe.
- Las madres árabes hablaron en árabe de un recurso sobre Medicare que fue escrito en inglés. El producto final adaptado fue la conversación grabada del recurso.

---

**Un aspecto importante de este proceso es recopilar los aportes de los usuarios finales del documento adaptado para ver si cumple con sus necesidades y si está en su formato preferido.**

---

Al desarrollar productos, también tienen en cuenta las preferencias generacionales sobre cómo las personas les gusta comunicarse y recibir información. Por ejemplo, sobre el tema del envejecimiento, hicieron un podcast con un especialista en envejecimiento, hicieron videos cortos de preguntas relevantes sobre el tema en YouTube y crearon una publicación en un blog sobre el trabajo del especialista en envejecimiento. Ellos saben que las diferentes plataformas capturan las preferencias de distintas generaciones y también crearon enlaces de todos los diferentes formatos.

En medio de COVID-19, también han visto que aumentó su tráfico en Facebook y están trabajando en vincular enlazar las capacidades de Zoom con la transmisión en vivo de Facebook para comunicarse mejor en la esfera en el mundo virtual. Un enfoque virtual y que ha sido particularmente popular virtualmente son sus clips cortos de 2 a 3 minutos para responder una sola pregunta candente, relevante, que pueden promocionar en su sitio web y en YouTube.

#### **Algunos logros son los siguientes:**

- Usar una iniciativa de intermediación cultural para involucrar a la comunidad en la adaptación de algunos de sus recursos más allá de la simple traducción directa literal.
- Vincular Enlazar r múltiples modalidades de comunicación para llegar a diferentes generaciones y preferencias de comunicación.
- Los videos de 2 a 3 minutos de "preguntas candentes relevantes" que abordan un solo tema son su recurso
- más popular, especialmente debido a la al COVID-19 y el cambio a las transmisiones diseminación de información en forma virtuales.

#### **Algunos de los desafíos son los siguientes:**

- Determinar si los documentos adaptados son útiles para el público objetivo y al que se intenta llegar y si se están utilizando.
- Traducir términos difíciles de entender relacionados con nuestro campo a otro idioma y cultura. A veces, los productos traducidos directamente literalmente terminan siendo mucho más largos y difíciles de usar que la versión original en inglés. Es un proceso mucho más largo lanzar productos y requiere mucha más inversión financiera. A menudo implica a más involucrados, por ejemplo, trabajar con un diseñador gráfico.

### **Centro de Discapacidades del Desarrollo de Maryland (Maryland Center for Developmental Disabilities, MCDD)**

#### **Instituto Kennedy Kreiger (Kennedy Kreiger Institute)**



El Centro de Discapacidades del Desarrollo de Maryland (MCDD) aprovecha sus conexiones con las asociaciones para fortalecer el desarrollo de sus productos y la competencia cultural y lingüística en sus comunicaciones. Al desarrollar sus productos y materiales de difusión, se asocian estrechamente con el personal de marketing y relaciones públicas del Kennedy Krieger Institute y se aseguran de que todos sus productos sigan las mismas pautas de marca. Los productos comunes incluyen hojas informativas, folletos, diapositivas en PowerPoint, carteles y señalización y letreros.

Para centrar la accesibilidad, el MCDD revisa sus productos con un comité de su Consejo Asesor del Consumidor (Consumer Advisory Council, CAC) que incluye miembros de un grupo

de autodefensa llamado "People on the Go". Tres miembros de People on the Go también forman parte del personal del UCEDD.

### **Algunos ejemplos de difusión de productos son los siguientes:**

- Hoja informativa llamada "Cómo defender por su causa": está disponible en un lenguaje sencillo y se distribuye a los pacientes y a sus familias para fomentar la participación en la defensa abogacía.
- Hoja de guía con datos/información de la guía legislativa: explica los conceptos básicos del proceso legislativo en Maryland. Distribuyen esta guía en el día de la discapacidad del desarrollo en la legislatura y durante todo el año en eventos de políticas.
- Folletos populares: proyectos de los que forman parte, planificación patrimonial y "Life After High School: The Transition to Postsecondary Opportunities" (La vida después de la escuela secundaria: La transición a las y las oportunidades postsecundarias).

### **Competencia cultural y lingüística**

En 2018, el MCDD recibió tres días de asistencia técnica y apoyo en el lugar del Centro Nacional de Competencia Cultural de la Universidad de Georgetown a través del proyecto Integración de Competencia Cultural y Lingüística (Cultural and Linguistic Competency, CLC). Tawara Goode examinó los productos, los sitios web, las capacitaciones e involucró a la gerencia sénior y al CAC, para hablar sobre acerca de la competencia lingüística cultural y cómo se traduce en todo el trabajo del MCDD. Esto ha llevado al MCDD a invertir en la incorporación de CLC en todo el desarrollo de sus productos, incluida una línea presupuestaria para CLC en sus solicitudes de subvención, y en la incorporación de actividades de CLC en las reuniones y capacitaciones del personal.

### **Buscador de recursos**

MCDD difunde información a través de un buscador de recursos virtual y en persona. Tienen un centro de recursos físicos en Baltimore atendido por un miembro del personal de tiempo completo que ayuda con la recopilación de información y las referencias. El objetivo del buscador de recursos es informar a los clientes y las familias sobre los recursos, los materiales y otra información relacionada con las discapacidades del desarrollo. El buscador de recursos en línea está abierto para cualquier persona e incluye referencias de proveedores de servicios y especialistas, recursos para padres y recursos sobre vivienda y defensa abogacía. El MCDD recopila datos sobre las poblaciones que acceden a sus recursos y qué recursos se solicitan. Las principales solicitudes provienen de proveedores de servicios y del personal de Kennedy Krieger.

### **Cambios al entorno virtual**

Debido a la al COVID-19 se identificaron dos necesidades emergentes importantes. Primero, el MCDD tenía solicitudes sobre cómo crear directivas anticipadas y poderes notariales debido a las necesidades emergentes de salud mental que comenzaron a surgir. Si bien anteriormente habían realizado talleres, seminarios web y capacitaciones sobre el tema, durante el cambio a la modalidad en línea, el MCDD creó un conjunto de herramientas para ayudar aún más a las personas a explorar los aspectos legales de estas alternativas. Además, en respuesta a la pandemia, crearon un folleto digital sobre discriminación por discapacidad que era conciso y visualmente atractivo y se difundió por toda la red.

### **Algunos logros son los siguientes:**

- Asignaron a un miembro del personal específico de tiempo completo que está

comprometido con el plan de difusión y la adaptación de productos. Esa persona trabaja en estrecha colaboración con el personal de comunicaciones del Instituto Kennedy Krieger. Están invirtiendo recursos para realizar adaptaciones de productos de calidad, traducciones y el uso de un "lenguaje sencillo" en los materiales de difusión.

- En asociación con John Hopkins, patrocinan una conferencia anual dedicada a promover la CLC dentro del Instituto Kennedy Krieger.

#### **Algunos de los desafíos son los siguientes:**

- Costo. Consume mucho tiempo, y muchos recursos y esfuerzo para garantizar que las adaptaciones del producto se hagan bien y que el producto final sea accesible y útil.
- Aceptar que cometerá errores, pero hará lo mejor que pueda. Se cometerán errores en la traducción de un documento, es posible que un material no sea accesible para todos o que el lenguaje se considere ofensivo para una comunidad, pero no para otra.

**"Incorporan competencia cultural y lingüística en todo el desarrollo de sus productos e incluyen una línea para CLC en sus solicitudes de subvenciones".**

#### **Recomendaciones**

Priorice la adaptación del producto y la difusión de información inclusiva. Dedicar tiempo y recursos para garantizar que los productos y la información se desarrollen pensando en todos y sean accesibles y útiles para las diferentes comunidades y culturas.

**Incorpore la competencia cultural y lingüística en sus actividades de desarrollo y difusión de productos.** Agregue una línea presupuestaria a cada subvención para reservar recursos para CLC. Integre los ejercicios de CLC en las reuniones del personal.

**Trabaje con intermediarios culturales para adquirir conocimientos e involucrar a las poblaciones emergentes en la adaptación de los recursos.** Trabaje con un intermediario cultural para ir más allá de y traducir materiales y adaptarlos a una cultura y comunidad en particular. Trabaje con los miembros de la comunidad, especialmente las personas con IDD y sus familias de comunidades que han sido históricamente marginadas, en el desarrollo de los recursos. Pida opiniones sobre de los productos, de parte de los usuarios que reciben el material final para asegurarse de que estos sean útiles y estén en un formato preferido. Tenga en cuenta las estrategias creativas y los estilos de comunicación preferidos para atraer a un público más amplio.

**Involucre a su CAC en el desarrollo y la revisión de accesibilidad de sus productos.** Realice controles de accesibilidad de todos los productos antes de difundirlos. Incluya la traducción al idioma en particular y la adaptación a un lenguaje sencillo como prioridades para promover la accesibilidad en la difusión. Considere tener un subcomité de CAC dedicado al desarrollo y difusión de los productos.

---

## ¿Cuáles son los recursos relevantes?

- [Modelo lógico de los UCEDD](#)
- [Seminario web: Difusión de Información y Desarrollo de Productos del UCEDD](#)
- [Asociación para Personas con Discapacidades](#)
- [Centro de Discapacidades del Desarrollo de Maryland](#)
- [Buscador de Recursos en Kennedy Krieger](#)
- [Centro Nacional de Competencia Cultural de Georgetown](#)

---

## Para más información

Sarah DeMaio, Maestría en Trabajo Social (Master of Social Work, MSW)  
Asociación de Centros Universitarios sobre Discapacidades (Association of University Centers on Disabilities, AUCD)  
1100 Wayne Ave., Suite 1000, Silver Spring, MD 20910  
301-588-8252; [sdemaio@aucd.org](mailto:sdemaio@aucd.org)



Preguntas en español llama a Jeanette Córdova, Gerente de Programas Bilingüe, [jcordova@aucd.org](mailto:jcordova@aucd.org) o 240.821.9372 Ext. 224.

---

Este informe fue publicado por la Asociación de Centros Universitarios sobre Discapacidades y financiado por la Oficina de Discapacidades Intelectuales y del Desarrollo a través del contrato de asistencia técnica N.º HHSP23320110016YC. El contenido de este documento no refleja necesariamente las opiniones o políticas de la Oficina de Discapacidades Intelectuales y del Desarrollo, la Administración para la Vida Comunitaria, el Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE. UU. o el Gobierno de EE. UU. Para obtener más información, visite [www.aucd.org/urc](http://www.aucd.org/urc).