July 2014
Julio 2014

Hood River Prevents

Volume 40
Volumen 40

Hood River County Health Promotion & Prevention

Summer Heat Can Cause Heatstroke in Children

By Joella Dethman, Director, Hood River County Health Promotion & Prevention, 541-387-7030 / Joella.dethman@co.hood-river.or.us

Cherries are ripe and the hot summer weather is here. I would like to take a minute to remind parents that last year 43 children in the USA died from heatstroke when left in a vehicle. Sometimes the child enters the car on their own but often busy parents just forget. To help keep kids safe remember to **ACT.**

- **A**: *Avoid heatstroke*-related injury and death by never leaving your child alone in a car, not even for a minute. And make sure to keep your car locked when you're not in it so kids don't get in on their own.
- **C**: *Create reminders* by putting something in the back of your car next to your child such as a briefcase, a purse or a cell phone that is needed at your final destination. This is especially important if you're not following your normal routine.
- **T**: *Take action*. If you see a child alone in a car, call 911. Emergency personnel want you to call. They are trained to respond to these situations. One call could save a life.

#1

Heatstroke is the #1 cause of non-crash, vehicle-related deaths for children ages 14 and under

La muerte por el calor es la causa #1 de muertes relacionadas con los vehiculos en los niños menores de 14 años.

Las cerezas están maduras y el verano ya está aquí. Quisiera tomar un momento para recordar a los padres que el año pasado 43 niños en los estados unidos murieron por el calor porque fueron dejados en un vehículo. A veces el niño se mete al carro solo pero con frecuencia los padres se olvidan. Para ayudar a mantener a los niños seguros recuerde lo siguiente:

- **Evite** la muerte o lesiones relacionadas con el calor. Nunca deje a su niño solo en un carro, ni siquiera por solo un minuto. Asegúrese de mantener su carro cerrado con llave para que los niños no se metan cuando usted no está ahí.
- **Crea recordatorios**. Ponga algo en el asiento trasero de su carro junto a su hijo como una maleta, bolsillo o un celular que vaya a necesitar. Esto es muy importante especialmente si no va a seguir su rutina normal.

Tome acción. Si usted ve a un niño solo en un carro, llame al 911. El personal de emergencia quiere que usted hable. Ellos están entrenados a responder a estas situaciones. Solo una llamada puede salvar una vida.

NEWS/ANUNCIOS

Some of our favorite links.

Ready to Quit Tobacco? Learn more ▸

HABLE CON SUS HIJOS SOBRE LAS DROGAS Y SUS PELIGROS
INSTITUTO NACIONAL SOBRE EL ABUSO DE DROGAS

PARENTS. THE ANTI-DRUG.

This newsletter was compiled by the Hood River County Health Promotion & Prevention Dept.

GET INVOLVED / INVOLUCRARSE

ATOD Prevention Coalition:
When: Third Wednesday of each even numbered month
3:30—5:00pm
Where: China Gorge Restaurant (2680 Old Columbia River Dr.)
Contact: Belinda Ballah, 541-387-6890

Healthy Active Hood River County (HAHRC)
When: 4th Tuesday of each odd numbered month
11:00-1:00pm
Where: Providence Hood River Memorial Hospital Education Room
Contact: Lorena Sprager, 541-436-0317

Hood River County Health Promotion and Prevention (HRCHPP)
When: 1st Tuesday of the month
12-1:30pm
Where: Providence Hood River Board Room
Contact: Joella Dethman, 541-387-7030

High School Health Media Club:
When: 2nd & 4th Thursday
3:30—5:30pm, School Schedule
Where: Hood River Valley High School Computer Lab (1220 Indian Creek)
Contact: Belinda Ballah, 541-387-6890

Middle School Health Media Clubs:
When: HRMS 2nd & 4th Wednesday
Wy'east 1st & 3rd Tuesday
3:30—5:30pm, School Schedule
Where: Hood River Middle School
Wy'east Middle School
Contact: Dulce Cavender, 541-387-6890

Odell Hispanic Coalition
When: 3rd Monday of each odd numbered month
5:00-6:00 pm
Where: Mid Valley School Cafeteria.
Contact: Luz Oropeza 541-387-7031
(Available in both Spanish and English)

Work with Alcohol Retailers Has Had Positive Result

By Maija Yasui, SPF-SIG, Strategic Prevention Framework, 541-386-3335 / Maija.yasui@co.hood-river.or.us

We are pleased to announce SAMHSA has approved continuation funding of our efforts to reduce binge drinking among Hood River County 18-25 year olds.

Over the last three years we have supported the training of 193 alcohol servers, alcohol licensees and security officers in responsible beverage service. We have educated all 31 alcohol retailers on laws which prohibit sale of alcohol to underage youth and intoxicated customers through Alcohol Reward and Reminder visits.

We have provided 28 of the 181 local alcohol licensees with "Secret Shopper" assessments to assist them in voluntarily identifying high risk areas in their establishments.

We work with law enforcement on increased foot patrols and DUII enforcement during high risk times, resulting in decreased alcohol related car crashes, fatalities and injuries. Law enforcement has increased the number of security officers per customer ratio at events and businesses from 1 per 125 to 1 per 75 resulting in increased crowd control.

We are excited to continue our work with community partners on reducing binge drinking and some of the negative consequences associated with this risky behavior.

Diane Barta, ASE Server Trainer, first Tuesday of each month at the Hood River Elks Club.

Tenemos el placer de anunciarles que hemos recibido más fondos de SAMHSA para reducir el consumo excesivo del alcohol entre las edades de 18-25 años en el condado de Hood River.

Durante los últimos 3 años hemos apoyado el entrenamiento de 193 servidores de alcohol, licenciatarios de alcohol y oficiales de seguridad sobre la responsabilidad en el servicio de bebidas. Hemos educado todos los 31 comerciantes de alcohol sobre las leyes que prohíben la venta del alcohol a los menores de edad y a las personas intoxicadas.

Nuestros compradores secretos han visitado 28 de los 181 licenciatarios de alcohol locales para ayudarlos a identificar las áreas de alto riesgo en sus negocios.

Nosotros trabajamos con las agencias esforzadoras de la ley para aumentar la seguridad y llevar a cabo la ley contra los DUII durante los tiempos de alto riesgo para reducir los accidentes relacionados con el alcohol. Las agencias esforzadoras de la ley han aumentado el numero de oficiales de seguridad durante los eventos y en los negocios.

Estamos muy contentos de continuar trabajando con nuestros socios en la comunidad para reducir el consumo excesivo del alcohol y las consecuencias negativas relacionadas con este comportamiento.

Tobacco Product Packaging Entices Youth

By Belinda Ballah, Tobacco Prevention, 541-3876890 / Belinda.ballah@co.hood-river.or.us

What's wrong with this picture? At first glance you might see colorful candy and gum. Then you look again and you see cigarillos and chew tobacco. Then you might ask yourself 'why are those products placed all together and right at a child's eye level'? These and other questions arose during a tobacco retail assessment we conducted earlier this year in Hood River County.

This assessment looked at many different aspects of the tobacco retail environment such as price promotions, sale of flavored tobacco products, product availability, and advertisements.

When we looked at the advertising findings we noticed that about one in three tobacco retailers displayed tobacco products or advertising in a manner that was appealing to children. This is not accidental. The tobacco industry pays retailers to strategically place tobacco products and advertisements in a way that appeals to youth and exposure to tobacco products and advertisements increases the likelihood that a child will begin experimenting with tobacco products. What do you think are the intentions of Big Tobacco in doing this?

¿Qué está mal con esta foto? A primer vista ves dulces. Mira otra vez y ves cigarrillos y tabaco de mascar. Después te preguntas '¿por qué están éstos juntos y a la altura de la vista de los niños?'. Estas son unas de las preguntas que surgieron cuando se hizo una evaluación sobre la venta del tabaco en el condado de Hood River.

La evaluación tomó en cuenta diferentes aspectos de la venta de tabaco como la promoción de los precios, la venta de los productos de tabaco con diferentes sabores, la disponibilidad del producto y los anuncios.

Pero cuando nos pusimos a ver y tomar en cuenta los anuncios sobre el tabaco, nos dimos cuenta que uno de cada tres comerciantes de tabaco presentó sus productos en una manera atractiva hacia los niños. Esto no es accidental. La industria del tabaco paga a los comerciantes para que coloquen estratégicamente los productos de tabaco y anuncios en una manera que es atractiva hacia la juventud. La exposición a los productos de tabaco y anuncios aumentan la probabilidad que un niño empiece a experimentar con los productos de tabaco. Que piensa usted que son las intenciones de la industria del tabaco?

Migrant Parents Learn to Talk to Their Kids About Drugs and Alcohol

By Luz Oropeza, staff, Odell Hispanic Drug Prevention & Health Promotion Coalition, 541-387-7031 / Luz.oropeza@co.hood-river.or.us

Migrant parents from the Gorge had the opportunity to attend workshops on various topics at Columbia Gorge Community College on May 3rd. Topics included, "what is bullying and how can we break the cycle?" and "workshops on scholarships".

Maija Yasui and I gave a presentation on how to talk to your kids about drugs and alcohol. We provided parents with facts and tips to setting boundaries and rules in a positive way. Parents had the opportunity to ask questions and receive feedback from other parents.

It's important for parents to know the facts about drugs and alcohol and to communicate to their kids the risks of using drugs and alcohol. Know where your kids are and who their friends are. Make it clear to your kids that you disapprove of the use of drugs and underage drinking. Start talking to them early and frequently, and most important of all be a good role model.

If you would like more information, I invite you to attend our next Odell Hispanic Coalition meeting on July 21st at 5:30pm at the Mid Valley school cafeteria.

May 3rd Migrant Parent Workshop at Columbia Gorge Community College

Padres migrantes del Columbia Gorge tuvieron la oportunidad de participar en talleres acerca de varios temas en el colegio comunitario Columbia Gorge el 3 de mayo. Algunos de los temas incluyeron, '¿qué es el acoso y como podemos romper el ciclo?' y 'taller de becas'.

Maija Yasui y yo tuvimos la oportunidad de dar una presentación acerca de como hablar con los hijos sobre el alcohol y las drogas. Platicamos con los padres acerca de ideas de cómo establecer límites para los hijos en una manera positiva. Los padres pudieron hacer preguntas y recibir consejos de otros padres.

Es importante que los padres conozcan los hechos sobre las drogas y el alcohol. Comuniquen claramente los riesgos del consumo de las drogas y el alcohol. Sépan dónde están sus hijos y quienes son sus amigos. Háganles saber a sus hijos que usted desaprueba el consumo de cualquier droga y alcohol. Hable temprano y a menudo con sus hijos y dé un buen ejemplo.

Para más información les invito a nuestra proxima junta de la Organizacion Hispana de Odell Libre de Drogas el 21 de Julio a las 5:30 en la cafeteria de la escuela Mid Valley.

Coalitions Expand the Integration of Health Services Through Partnerships

By Maija Yasui, Alcohol and Drug Prevention Coordinator,-541-386-3335 / Maija.yasui@co.hood-river.or.us

This year Hood River County ATOD Prevention Coalition (health promotion and prevention) began alternating its monthly meetings with Healthy Active Hood River County (HAHRC) to better align itself with one of the primary health transformation initiatives of the Oregon Health Authority: the integration of mental health and addictions services with physical and dental health services

By alternating monthly meetings members from both coalitions are exposed to the goals and objectives of other health service providers. This enables them to find more ways to work effectively and efficiently with one another.

The ATOD Coalition meets the third Wednesday of even numbered months at 3:30 at China Gorge. HAHRC meets on the fourth Tuesday of odd numbered months at Providence Hood River Memorial Hospital Education Center from 11:30-1:00pm. We strongly encourage coalition members from both groups to attend the meetings at both sites for the best collaborative opportunity.

Ingredients to health promotion across behavioral and physical health: HAHRC / ATOD Coalitions.

Este año las juntas de la coalición para la prevención de alcohol, tabaco y otras drogas del condado de Hood River (Hood River County ATOD Prevention coalition) comenzó a alternar sus reuniones mensuales con Healthy Active Hood River County (HAHRC) para mejor implementar unas de las iniciativas de transformación de salud de la Autoridad de Salud de Oregon, que es la integración de los servicios de salud mental y adicciones con los servicios de salud física y dental.

Al alternar éstas reuniones, cada mes los miembros de las dos coaliciones estarán expuestos a los objetivos y metas de otros proveedores de servicios de salud. Esto les permitirá encontrar maneras de cómo trabajar juntos eficaz y eficientemente.

Las reuniones de la coalición para la prevención del alcohol, tabaco y otras drogas son cada tercer miércoles de cada otro mes a las 3:30 pm en el restaurante China Gorge. HAHRC se reúne los meses cuando la coalición previamente mencionada no se reúne. Las reuniones de HAHRC son en el Hospital de Hood River en los Salones del Centro de Educación cada cuarto martes de cada otro mes a las 11:30 am hasta la 1:00 pm. Recomendamos a los miembros de las coaliciones de ambos grupos a que participen en los dos sitios para una mejor oportunidad colaborativa.

Middle School Health Media Clubs Band Together For Prevention

By Dulce Cavender, Wy'east and Hood River Middle School Health Media Clubs Facilitator, 541-387-6890 / cavenderdulce@gmail.com

The Middle School Health Media Clubs had a very active year. They accomplished many projects that positively influenced their peers and the community. One of their latest scheduled events was the assessment of First Friday. The club members from Wy'east and Hood River Middle School worked together to complete this project. During the assessment, they noticed more stores had alcohol available for their customers and saw adults drinking from plastic cups. The students also took note of family friendly activities as well as non-alcoholic beverages like lemonade and old fashion sodas.

After their hard work, they stopped at Mike's Ice Cream shop for a well deserved treat. It was great to see the two middle schools come together. In fact, they did so well that we decided to celebrate the end of the school year as one big group. Health Media Clubs will be assessing a few more events this summer such as Movies in the Park.

Hood River and Wy'east Middle School Health Media Club members plan First Friday assessment.

Los clubs Medios de Comunicación Saludable tuvieron un año muy activo. Lograron muchos proyectos que influyeron positivamente a sus compañeros y la comunidad. Uno de sus últimos eventos fue la evaluación de First Friday. Los miembros del club de Wy'east y Hood River Middle School se unieron para completar este proyecto. Durante la evaluación, se dieron cuenta que más tiendas tenían alcohol disponible para sus clientes y vieron a adultos beber de vasos de plástico. Los estudiantes también tomaron nota de las actividades para la familia, así como bebidas no alcohólicas como limonada y refrescos.

Después de su arduo trabajo, se detuvieron en la heladería de Mike's para un merecido regalo. Fue genial ver a las escuelas trabajar juntos para completar esta tarea. De hecho, lo hicieron tan bien que decidimos celebrar juntos el final del año escolar. Los clubs medios de comunicación Saludable evaluarán más eventos este verano como el cine en el parque (Movies in the Park).

Sticker Shock Event Keeps On Growing

By Belinda Ballah, HRVHS Health Media Club Facilitator, 541-3876890 / Belinda.ballah@co.hood-river.or.us

School might be out for the summer but members of the Hood River Valley H.E.A.L.T.H. Media club were very busy on the 2nd of July! They attached over 3,500 stickers to beer cases at seven different alcohol retail stores in the county. The stickers serve as a reminder to drive sober.

The club has been doing 'sticker shock' for a number of years, before both the 4th of July and Super Bowl Sunday. We started with just two stores, Safeway and Rosauers. We have added Rite Aid, Windmaster, Mercado Guadalajara, Clem's Market and Mid Valley Market to our list of stores. Each of these establishments has been supportive of 'sticker shock' and continue to invite us back each season.

Sticker Shock raises awareness within the community of the consequences of drinking and driving and providing alcohol to minors. Health Media Club members look forward to engaging with people in the community, explaining what they are doing, and why it is important to them.

Next time you are at one of these establishments, see if you can find one of our hot pink stickers!

Los estudiantes están de vacaciones pero los miembros del club de medios de comunicación de salud estuvieron bien ocupados este 2 de Julio. Ellos fueron a 7 diferentes tiendas en el condado donde venden alcohol y pegaron más de 3,500 etiquetas engomadas en los cartones de cerveza. Las etiquetas sirven como un recordatorio para manejar sobrio.

Este club ha participado en 'Sticker Shock' un numero de años. Lo hacen antes del 4 de Julio y antes del Super Bowl. Primero, empezamos con solo dos tiendas, Safeway y Rosauers. Después agregamos a nuestra lista a Rite Aid, Mercado Guadalajara, Windmaster, Clem's Market y Mid Valley Market. Cada uno de estos establecimientos han apoyado este evento y nos siguen invitando cada temporada.

'Sticker Shock' es una oportunidad para aumentar el conocimiento dentro de la comunidad acerca de las consecuencias de manejar ebrio y proveer alcohol a los menores. Los miembros del club se alegran al involucrarse con las personas de la comunidad, al explicar lo que ellos están haciendo y el por qué es importante para ellos.

La próxima vez que se encuentre en unas de esas tiendas busque nuestras etiquetas rositas!