

Start: 00:00:44

Alexandra: Pueden conectarse y pueden escuchar la interpretación. Pueden utilizar el teléfono si están teniendo problemas de comunicación. (mute from 00:00:50 to 00:01:45) Después de chequear que no hay ningún problema de sonido, les queremos dar a todos la bienvenida. Hola a todos. Bienvenidos al webinar de hoy, "Como Llegar a la Reflexión, Parte 2" Un mapa de cómo llegar a la respuesta es un proceso de aprendizaje para su consejo. Estamos muy felices de que se hayan unido a nosotros el día de hoy y que sean parte de esta serie, de este webinar acerca de cómo llegar a la efectividad. Yo soy Alejandra Bonett y yo soy la líder del webinar para Planning Chat. El webinar del día de hoy va a tener interpretación simultánea al español. Así que antes de comenzar, si ustedes desean escuchar este webinar en español, por favor, seleccione (mute 00:02:32 to 00:02:48) ...y podemos ir a la diapositiva número tres. Gracias. Durante el webinar del día de hoy vamos a explicar acerca de cómo aprovechar las oportunidades de aprendizaje para instalar la respuesta cultural y para tener un entorno de inclusión en su concepto de planeación. Van a escuchar a los ponentes que tiene su propia experiencia. Van a compartir sus historias para entender la diferencia entre identidad de género, la expresión de género y el sexo nacimiento. Nuestra conversación va a ir más allá de como cumplir con las exigencias de Ryan White, de los requisitos legislativos. Vamos a hablar de las maneras innovadoras en que su consejo de planeación puede trabajar con la comunidad y puede desarrollar conexiones genuinas con los miembros potenciales utilizando los medios sociales. Siguiendo. Así que hoy vamos a tener interpretación simultánea al español y quiero explicarles como cambiar el canal de audio al español. Vamos a tener interpretación disponible en español. Por favor, escojan el idioma que quieran escuchar. Quédense en el mismo canal durante toda la reunión. Por favor, hagan click en el globo al pie de la pantalla y elijan el idioma que quisieran escuchar. (mute 00:04:13 to 00:04: 41) Una vez que han elegido el idioma, nuevamente hagan click y hagan click sobre la opción de poner en mudo el audio original para poder escuchar únicamente el idioma seleccionado. (mute from 00:04:53 to 00:05:07) y así, antes de comenzar el webinar del día de hoy, me gustaría hacerles saber que están escuchando nada más. Durante el webinar, vamos a tener encuestas para que ustedes puedan participar, responder preguntas. Queremos también que participen y que se diviertan mientras aprendemos. Hacia el final del webinar, vamos a tener un periodo o una sesión de preguntas y respuestas. Así que, por favor, pongan sus preguntas en la ventana de chat que está también en la parte inferior de la pantalla. Vamos a recolectar todas estas preguntas. Las vamos a responder todas al final. Si tienen preguntas después del seminario o si tienen una pregunta muy específica que quieren que consideremos, también por favor, pueden enviarnos un correo electrónico a la dirección Planningchat@JSI.com. Y para la agenda del día de hoy, tenemos ya la bienvenida. Ya hemos hecho esto. Vamos a pasar ahora a las presentaciones, los objetivos del webinar del día de hoy. Después, vamos a tener a Marissa Miller que nos va a dar un vistazo de cómo llegar a la reflectividad, el webinar parte 1. Luego, le va a pasar la palabra a AJ Scruggs que va a hablar acerca de que el aprendizaje es un proceso continuo. Después de eso, vamos a tener a Marissa nuevamente para hablar con nosotros acerca de cómo construir, como crear una relación genuina y por último, pero no menos importante, tenemos representantes del consejo de planeación EMA de Boston, Patrick y Vicky y van a compartir con nosotros su propia experiencia acerca de cómo es que ellos han estado trabajando con la comunidad a través de los medios sociales para establecer relaciones genuinas. Así que, nos gustaría comenzar esta conversación del webinar del día de hoy con nuestros funcionarios del proyecto, Lennwood Green, que quiere dedicarles unas pocas palabras. Lennyf.

Spanish Translation 9-29 Webinar

Timestamp 00:07:14

Mr. Green: Buenas Tardes. Bienvenidos a todos al webinar. Como todos ustedes saben, el parte A de Ryan White trabaja/quiere trabajar con la comunidad. Es una obligación legislativa de que la comunidad sea parte de esto para que represente a la comunidad los perfiles epidemiológicos locales. ¿Por qué? Porque es muy importante. Es muy importante escuchar de la comunidad, la comunidad a la que atendemos y también a los que hacen la planeación, y para que nos señalen la dirección, qué es lo que tenemos que hacer. Hoy vamos a hablar acerca de cómo integrarlos y como mantener esta relación. Esperamos que todos puedan aprender muchísimo acerca de los expertos que tenemos presentando el día de hoy. Tenemos gente fantástica. Disfrútenlo. Hagan muchas preguntas.

Timestamp: 00:08:10

Alexandra: Muchísimas gracias. Gracias Lenny por tus palabras. Y para el webinar del día de hoy quisiera darle la bienvenida al oponente. Primero vamos a comenzar con AJ Scuggs, que es un especialista en participación de la comunidad, capacitador nacional para el programa ELEVATE Nacional. También, tenemos a Marissa Miller, SME, es experta, coach de capacitación y CEO del Trans Solutions Research Center. Muchísimas gracias por estar acá con nosotros Marissa. AJA, también. Tenemos también a Patrick Baum. Patrick es el director en este momento del Consejo de Planeación de Boston. Tiene un programa de... es coordinador de programa de padres, y está en el consejo de planeación de Harvard Care y Nashua, New Hampshire. Y también, tenemos a Vicki, Vicki Lee. Ella es estudiante MPH se séptimo año de Boston University School of Public Health, experta en comunicación y promoción. Ella previamente era la interna de medios sociales para el Consejo de Planeación de Boston, trabajando en la campaña en contra del estigma. muchísimas gracias a todos por estar aquí el día de hoy. Les damos la bienvenida y por último, como siempre, como mencionamos antes, ya hemos anunciado que vamos a tener traducción el día de hoy, pero quería que todos sepan quienes son estas personas que están ofreciendo la traducción el día de hoy. ¿Quiénes son? Son Diana y Pablo Donatti. Son certificados por el gobierno federal. Han trabajado con números de agencias nacionales, internacionales. Trabajan el campo del VIH y el SIDA. Esto es trabajo que comenzaron a mediados de los 90s y ha sido la pasión de ellos desde ese momento. Le han dedicado su tiempo y sus recursos a asegurarse que hay servicios lingüísticos disponibles cuando sea necesario. Muchísimas gracias, Diana y Pablo, por estar con nosotros el día de hoy. De Nada. Y por último, para el final del día de hoy, van a poder utilizar las estrategias y los recursos para poderle dar un marco de competencia cultural a lo que hacen. Esto es un proceso de aprendizaje a lo largo de toda la vida. Van a reconocer las diferencias entre identidad de género, la expresión de género y el sexo al nacimiento. Van a poder describir las estrategias innovadoras usadas por los consejos de planeación para apoyar la participación comunitaria y mi colega Amishi va a enviarles a todos la evaluación para que la tengan a mano y para que estén listos para dar su opinión. Muchísimas gracias. Le damos, por supuesto, la bienvenida a todos los comentarios que tengan. Queremos tener estos comentarios y este feedback de ustedes porque esto realmente guía sus comentarios. Así que, por favor, aprovechen, tómense un ratito de su tiempo, abran este enlace para la evaluación que les va enviar Amishi. Por favor, completen la evaluación y hagan en tiempo real, mientras estamos aquí. Y ahora, vamos a pasarle la palabra a Marissa Miller, que nos va a dar entonces un vistazo de cómo llegar a la efectividad, parte número 1. Lo que hicimos en ese webinar. Marissa.

Spanish Translation 9-29 Webinar

Timestamp: 00:11:27

Marissa: Alexandra, muchísimas gracias por la presentación. muchísimas gracias a todos los que han hecho esto posible. Quiero felicitar a todos nuestros amigos. Quiero dedicarles estos a nuestros amigos en la Florida y quiero enviarles nuestro amor, nuestro apoyo. Sabemos que están pasando mal momento en Florida. Si tienen algo que pueden enviar a Florida, si pueden contribuir al esfuerzo, por favor, piensen acerca de nuestra familia en Florida. Como dijo Alexandra, vamos a hablar de cómo llegar a la reflectividad, parte número 1. Vamos a hablar entonces, de la información que hablamos durante la primera parte. Vamos a hablar de las cosas que hablamos la primera vez. Quiero darles, entonces, una presentación más incluyente y quiero enforarla un poquitito más esta presentación. Quiero enforarla un poquito más en la gente trans, la gente no-binaria. Quiero asegurarnos de que ellos están sobre la mesa, que son el objetivo de esta discusión y que son los que toman las decisiones. La gente trans, la gente no-binaria muy a menudo no tiene voz. No están sentados a la mesa cuando se tienen estas conversaciones y son gente fantástica en todo el país que realmente pueden hablar por si mismos. Así que como... vamos a pasar a la primera diapositiva. Para llegar a la reflectividad parte número uno. ¿De qué se trata esta reflectividad? Creo que, primero que nada, en la primera sesión de este webinar pudimos nombrar varias áreas que indican esta reflectividad. Alguien dijo ser cuidadoso, mirar, prestar atención, ocuparse, cuidar. Y todas esas cosas son totalmente ciertas. De eso se trata la reflectividad. Se trata de no ser egoísta. Se trata de permitir que el punto de vista no sea acerca de uno mismo, si no de los demás. Requiere legislación, como dijimos antes. Requiere ver la diferencia entre la respuesta cultural y la humildad cultural. Y también hablamos de la participación de la gente con SIDA. Hablamos de la importancia de que la gente que vive con VIH, incluido yo, que alguien que ha vivido con VIH por 32 años, que estemos sentados a la mesa. Y les voy a decir qué es importante después de 32 años vivir con VIH y 22 años de estar a la mesa: yo puedo ahora traer a otra gente a la mesa, asegurarme de que no soy la única persona sentada en la mesa. Yo no soy la persona que se ocupa de todo. Yo no tengo personalmente todas las respuestas. No tengo las respuestas para toda la gente trans del país. No quiero decirles cómo se hacen las cosas. Quiero compartir con ustedes lo que funciona en Indiana, algunas de las cosas que han compartido nuestros colegas en todo el país. Pero queremos la participación significativa de la gente que vive con VIH y queremos asegurarnos de que esta gente esté sentada a la mesa. Así que, todo no tiene que ser yo sentada a la mesa diciéndoles cómo se tienen que hacer las cosas para ustedes. Así que, queremos... Alguien me hizo esta pregunta muy temprano a cerca del SIDA. Queremos asegurarnos de que los dólares van a donde se necesitan. Alguien dijo nada que suceda para nosotros, puede suceder sin nosotros. Y eso es totalmente cierto. Y veo que la gente está lista. Reflectividad: "El grado al cual la demográfica de los miembros del consejo de planeación miran la epidemia, la jurisdicción." Eso es reflectividad del punto de vista del Consejo de Planeación/organismo de planeación. Queremos asegurarnos que los miembros que cuando miramos la epidemia desde el punto de vista de la jurisdicción, que tienen la demográfica correcta, que la gente sentada a la mesa es la gente que tiene que estar sentada a la mesa. Que la gente que está pidiendo los dólares muy a menudo es gente que ni se está ocupando de esas comunidades o no tiene miembro en su personal que pertenecen a la comunidad. Así, que estamos hablando de la membresía del consejo de planeación o el organismo de planeación. Alguno otros requisitos en la legislación, hacia uno de los puntos importantes de los que hablamos. Vamos a volver a hablarlos. Los requisitos de acuerdo a la legislación, Ryan White exige la diversidad de sus miembros por la importancia en ayudar a los consejos, a los organismos a identificar y a tratar los problemas de servicios y acceso. No solamente acceso, servicios también. Una vez que uno pasa por la puerta, ¿Qué es lo que pasa? ¿Qué es lo que pasa cuando yo paso por la puerta?

Spanish Translation 9-29 Webinar

Y los servicios en las poblaciones y subpoblaciones afectadas en las poblaciones históricamente

desatendidas. También queremos reducir las disparidades históricas relacionadas con el VIH. Las inequidades de salud es una de las cuatro estrategias primarias de VIH y SIDA. Y muchísimas gracias al consejo de planeación. Nosotros usamos tantas siglas, tantas siglas en este negocio que a veces la gente no sabe de lo que estamos hablando. Le pido disculpas por esto, por no decirles a ustedes lo que decía la última vez que usamos NHAS y no les explicamos lo que era. Pero, lo estoy poniendo ahora entonces, en la ventana de chat. Reducir las disparidades porque es una de los cuatro objetivos estratégicos que tenemos. Así que, ¿qué es lo que estamos haciendo muchas veces? Pasa que las agencias, más allá de cuales sean los requisitos o cual es la legislación, nosotros queremos hacer las cosas a nuestra manera. Queremos hacer las cosas no como nos dijo... "Ah, bueno, muchísimas gracias, José, por esa información. O muchísimas gracias Rebeca por esta información que me estas dando para el mundo sin nosotros." No. Queremos ser parte. Vamos a la siguiente diapositiva. Me encanta la interacción en la ventana del chat. Por favor, no esperen al final de la presentación. Interactúen ahora, como lo están haciendo. Vamos a hablar mientras estamos haciendo la presentación. Quiero asegurarme de que todos tienen toda la información. Queremos que las necesidades de la membrecía satisfacen en la reflectividad que se requiere o el criterio. El consejo de planeación/el organismo de planeación tiene que cumplir con los requisitos de reflectividad. ¿Cómo hacen eso? ¿Cómo es que el consejo de planeación satisface este requisito de reflectividad? Primero, tiene que haber un número x de personas con VIH que toma decisiones. O sea, que tiene que haber un cierto número de personas con VIH de los EMA TGA representando la población. Esa es una de las maneras de satisfacer el requisito; trabajando con esos grupos demográficos, con esas comunidades que nosotros sabemos que tiene que estar ahí de acuerdo a la legislación. La reflectividad no se tiene que basar el total combinado de la prevalencia de EMA/TGA, no. La reflectividad se tiene que basar en cuanto VIH hay en su área particular, o en su TGA. Para mí, es el área de becase de transición. TGA... el área EMA es el área metropolitana elegible y TGA el área de transición elegible para los fondos. Son dos cosas separadas. Muchísimas gracias, Michelle. Así que, son las áreas geográficas en las que ustedes están. Y también los miembros tienen que tener características que reflejan la epidemia local en áreas específicas. Así, que la epidemia en su área sugiere que a lo mejor la gente de color, la gente negra son los más impactados, los más afectados por la epidemia. Entonces, ¿Por qué no tenemos gente de color sentada a la mesa? Se demuestra que a lo mejor tenemos latinos. Mis hermanos latinos tienen que estar sentados en la mesa. ¿Por qué no están sentados a la mesa? Y lo que pasa es que a veces cuando estamos trabajando a nivel federal- ya saben Ryan White es legislación a nivel federal. Cuando estamos trabajando a nivel federal, uno tiene que trabajar con la comunidad. Es con los líderes claves de la población. Uno no puede... Llévelo al banco porque esto es así. Uno no puede hacer este trabajo sin los líderes claves de la población. Los expertos de salud pública, sí, ustedes son expertos en su área, pero ustedes son expertos sobre razas. Son expertos sobre etnia, son expertos sobre género. Son expertos para llevar a gente de menos de 25 años y sentarlos a la mesa. Así que, tenemos que tener la capacidad. Cuando estamos hablando de la humildad cultural y cuando hablamos de la respuesta cultural, parte de la humildad y parte de la respuesta es escuchar de los demás. Tenemos que asegurarnos. Ustedes están haciendo un buen trabajo. No estamos diciendo que están haciendo mal trabajo. Pero podrían hacer un mejor trabajo como líderes cuando utilizan y cuando interactúan con esa gente. ¿Cuáles son las agencias en su zona? Por ejemplo. ¿Por qué no están los expertos en su área sentados a la mesa? ¿Por qué no le pueden ofrecer los servicios completos a la comunidad? Hay un problema de infraestructura. Hay un problema económico. Cual sea el problema, realmente, si estamos hablando de terminar con la epidemia para el 2030, tenemos que pensar quién lo puede hacer y

Spanish Translation 9-29 Webinar

tenemos que pensar quien va a recibir los fondos porque a lo mejor no pudimos darles los fondos. No le pudimos dar los fondos porque... Sí, Alexandra, estoy escuchando. Lo que tenemos que poder hacer

entonces, si realmente queremos acabar con la epidemia para el 2030, tenemos que encontrar una manera de encontrar las fuentes no tradicionales; los negocitos, la gente, las empresas pequeñitas, las agencias pequeñitas que no nos tienen confianza. Que no nos tienen confianza. Adivinen por qué no nos tienen confianza. Y la respuesta entre la respuesta cultural y la humildad cultural. La respuesta cultural y poder desarrollar un entendimiento de culturas diferentes a la de uno mismo. Eso es lo más importante. Esto involucra el entendimiento de culturas que no son la nuestra. Pero, no podemos para acá. Ese conocimiento es muy importante. Sin embargo, cuando se basa en sesiones de capacitación o aprendizaje académico, en vez de la experiencia de vida, puede llevar a los estereotipos, a suponer que todos de un entorno cultural en particular tiene las mismas creencias o conductas diciendo “todos los hombres blancos hacen eso.” O “eso es una cuestión negra.” Tenemos que ser muy cuidadosos de que tenemos esta respuesta cultural para la comunidad que hemos anunciado, que somos de responsable o respondemos (voice distortion 00:22: 09) nosotros mismos. La humildad cultural se concentra una mayor conciencia de la cultura a través de reflexión personal constante y aprender de manera conjunta o aprendizaje la cultura, la humildad cultural no ocurre sola. La humildad cultural es contingente en el co-aprender. Aprende de gente de otras culturas. Si no están aprendiendo con gente de otras culturas, están simplemente sentados con la misma gente y no quiero reducirlo a esas cosas pequeñas. Pero, la humildad cultural (Ininteligible 00:22:52) vive fuera del trabajo, como lo navega y si estamos aprendiendo únicamente de la gente, yo le puedo enseñar (voice distortion 00:23:03 to 00:23:26) así el aprendizaje va a ser limitado si no aprendemos con otra gente. Tenemos que aprender con los pares y con gente de otras culturas y hay que verlos como pares. Me queda un minuto, pero bueno, sigamos. Les vamos a decir... les vamos a enviar esto. Le vamos a enviar todo esto cuando terminemos. Pero, sigamos. Hay eventos. Tres beneficios principales de MIPA: Individuales, comunitarios y organizativos. Entonces, los beneficios en la participación para la gente con VIH que deberían tener esta perspectiva. (ininteligible 00:24:09) checar su realidad. Saben lo que es la gestión cultural. Si la pregunta es correcta, está bien. Si debería ser hecha o no. También quieren oír de las barreras que van a encontrar cuando llega la comunidad. Ven como todo está alrededor de esta persona, el enlace comunitario, el liaison. Esos beneficios de dar a la gente con VIH envuelta en el programa. Muy bien. El aprendizaje es un proceso de por vida. Lo hice, lo logré porque quiero instarlos a todos ustedes. Mi equipo le va a enviar esto que lo miren estas diapositivas y hagan que sean parte de su marco referencia y que puedan practicar esta humildad cultural, esta humildad cultural, esta responsabilidad cultural. Ahora, ¿ustedes están listos para mi compañero, para mi amigo AJ Scruggs de Philadelphia? Es un placer para mi presentarles a mi hermano, mi colega, mi amigo, AJ Scruggs. Adelante, AJ.

AJ: Muy bien. Muy bien. Muchas gracias por esa fantástica presentación. Eres lo mejor. Entonces, quería comenzar esto con una cita con la que yo vivo. “El cambio es un proceso. No un evento.” El cambio va a ocurrir. Hay que seguir adelante. No es solamente una cosa de una sola vez. Es un proceso continuo, como el aprendizaje. Si no estás aprendiendo y creciendo, como que no tienes un pulso. Digo, nada más. Pasamos a esto, un poco de actividad. Vamos a tener el chat. Vamos a abrir un poco una conversación. En el chat, quiero que nos digan un poco sobre su organismo de planeación/consejo de planeación y quiero que consideren lo siguiente cuando están considerando su propuesta: ¿Cuáles son los factores de éxito más importantes para orientación de nuevos miembros y la capacitación? Las cuatro o cinco cosas que contribuyen más a que nuestros miembros participen activamente con el consejo de planificación/el organismo de planificación y que sigan siendo miembros activos. No estoy viendo las respuestas. A ver, Spanish Translation 9-29 Webinar

un poco más para un poco de claridad. En el último webinar sobre cómo lograr la reflectividad, tuvimos que pensar qué categorías de membresía eran las más difíciles de encontrar o de ver en esta

(ininteligible 00:27:11) En algunas condiciones pueden ser hombres transgéneros, mujeres transgénero, personas no binarias, como ejemplo. Hoy me gustaría consideren algunos de los factores de éxito para la orientación de nuevos miembros y capacitación. A ver, tenemos algunas respuestas. Los latinos a lo mejor hablan español, pero tenemos diversas culturas. Las organizaciones a veces no la ven como una necesidad. Vamos a entrar en esto. Pero, muchas gracias por esto. Definitivamente, vamos a considerar esto también: inclusividad, paciencia, claridad. Bueno, son metas claramente articulables y tiempo también para responder preguntas. Todas estas cosas, vamos a ver. Check-ins más allá de la orientación. Muy bien. Muy bien. Entonces, estas son ciertamente respuestas que aprecio. Entiendo todos ustedes. Agradezco que participen conmigo. Pasamos a la siguiente diapositiva. Entonces, para instigar a esta responsabilidad cultural, estas prácticas de aprendizaje de por vida, tenemos que reconocer que la gente de todas las culturas tienen que aprender de otros grupos. La gente cis tiene que aprender de los trans. Los trans de los cis. Los grupos étnicos con diferentes antecedentes tiene que aprender de grupos desapropiados para (ininteligible 00:29:02) para diferente espacio, para respetarse entre ellos, para crear este entorno de respeto, inclusión y (voice distortion 00:29:09). Puede haber una concepción errónea de que únicamente la gente que no es de ciertas poblaciones es la que necesita esta información o que necesita saber más sobre una cultura en particular, un grupo. Eso es un error de que a lo mejor la gente trans no tiene que educar a todos los otros trans. Bueno, yo con experiencia como hombre negro trans, es muy diferente a la experiencia de otro hombre trans. A lo mejor yo tengo acceso a educación y esta persona tuvo que luchar y no tuvo acceso a nada más allá de una educación de high school, como ejemplo. O sea, dos personas diferentes, experiencias parecidas, a lo mejor, pero antecedentes diferentes. Tenemos que aprender los unos de los otros. Alguno puede tener esta sabiduría de la calle; otro, de los libros. Pero, podemos una buena combinación. Entonces, podemos escapar el efecto que esto puede tener. Por ejemplo, yo soy trans masculino. El trabajo que hago. Pero si yo no aprendo de las experiencias de mujeres trans, especialmente las que viven con VIH y las cosas que tienen que enfrentar, el acceso al tratamiento, vivir en ciertos edificios, ese tipo de cosas. Tengo que ser sensible culturalmente y estar consciente de estas barreras. Entonces, para poder atender a mi como trans masculina porque considere que estas cosas a lo mejor ocurren simultáneamente para los hombres, trans. Vamos a pasar a lo siguiente, que es aprovechar las oportunidades de aprendizaje y de enseñar para promover y practicar la atención afirmativa de género y vamos a entrar a esa próxima definición en la siguiente diapositiva en un entorno ampliamente incluyente, creando un espacio seguro. (ininteligible 00:31:12) volver para atrás. Bueno, la atención afirmativa de género es cualquier combinación de medidas que hace que la gente se sienta segura y feliz. La atención afirmativa de género requiere un abordaje (00:31:34) holístico, para asegurar de que todas las necesidades físicas, mentales en relación con relación al género de la persona se cumplan. Como persona... Soy una persona que usa (ininteligible 00:31:49) sexo femenino al nacer y esto es diferente para una persona, un hombre cis-genero, un hombre asignado sexo masculino al nacer. La inclusión... Par de cositas acá, al lado. Tiene que ver con diversidad, incluyendo políticas en prácticas intencionales que promueven una participación completa y un sentido de pertenencia dentro del grupo, los miembros del grupo de organización. Comienza con la participación. Tienen que crear esta confianza. Entonces, por ejemplo, la persona que me trajo a esto, Marissa, ella pensaba que yo tenía esa parte de esto; traer a alguien con experiencia, alguien que trae algo diferente porque ella no puede hablar por los hombres trans porque ella no es un hombre trans. Este sentido de sentirse seguro, y sentido de pertenencia en la comunidad.

Spanish Translation 9-29 Webinar

Tenemos que tener la confianza de la gente que servimos. Nuevamente, hay que reconocer que esto es algo voluntario, y el tiempo de la gente importa. Cuando no se respeta el tiempo, sabemos que su presencia no se respeta y se van a ir voluntariamente. Hay que ver que se sientan respetados en esta

mesa. Llegamos a la parte bonita. Me gustan las animaciones. El unicornio del género está aquí para poder entender un poco más sobre los términos, las cosas que escuchamos cuando se trata del género de la gente, punto. Vayamos a lo básico. Identidad de género es el sentido interno de ser femenino, masculino o ninguno de los dos, u otro género. Todo el mundo tiene una identidad de género, incluyendo ustedes. Para la gente trans género, el sexo asignado al nacer y su sentido interno de género, no son lo mismo. Hombre masculino, muchacho, muchacha femenina, mujer no están necesariamente ligados entre sí. Estos son las cosas, escuchamos comúnmente en cuanto a la cultura. A veces es lo que escuchamos al nacer, bueno es hombre o mujer, se dice. Es lo que es. No es lo que es. Es lo que la gente le dice que es. Entonces, si respetamos la vida humana, definitivamente es lo que es. pasamos a expresión de género, que quiere decir que ese hombre, mujer o persona se expresa así mismo. ¿Cómo se expresa la manifestación física de esa identidad de género? A través de estilo de cabello, ropa, forma del cuerpo, etcétera. Mucha gente transgénero quiere que la manera en que se ven, se visten más concuerde con su identidad de género, no con el asignado al nacimiento y hay un motivo por el cual no se puede asignar al nacimiento, porque no es una identificación persona. Fue asignado. Fue dado. No es algo que uno escogió o algo que uno piense podría declarar. Es algo que alguien más declaró por ti. Pasando al sexo asignado al nacimiento. La clasificación como hombre, mujer, intro-sexo o algún otro sexo basado en una combinación de anatomía, hormonas, cromosomas. También es muy importante que no utilicemos sexo. Por lo vago de la definición del sexo y el sitio que ocupa en la cultura trans. Entonces, necesito leer lo último otra vez. Ah, lo voy a hacer. Es importante que no utilicemos el sexo por lo vago que es la definición sexo y el lugar que ocupa en la fobia trans. Los cromosomas que utilizan a menudo para determinar el sexo desde el punto de vista prenatal, pero no tan a menudo como los genitales. Entonces, al momento en que la gente va a conocer el sexo del niño antes de que nazca, el bebé antes que nazca, pero también está “oh, bueno, es un niño. Es una niña. Es varón. Es mujer.” Hay algo más que está ocurriendo. Bueno, hay diferentes maneras en las que esto ocurre al nacimiento. Estamos hablando de la determinación del médico y la diferencia cromosómica. Ahora, pasamos al, corazón naranja. La atracción física. Esta es la parte de atracción. La orientación sexual. Y es importante que la atracción emocional, romántica, sexual proviene de una cantidad de factores, incluido y no limitada a identidad de sexo, presión sexo, presentación y sexo asignado al nacimiento. Ahora, bien, un buen ejemplo de cómo alguien que es bisexual cuando primero le dice, luego aprendí a ser... Yo no salía con gente heterosexual. No era pansexual. No es la persona con la que voy a acostarme. Mi identidad de género es totalmente diferente de con quien voy a la cama, si se entiende.

Timestamp: 00:38:21

AJ: Emocionalmente tenemos atraídos emocionalmente es lo último. Tenemos la atracción física, la atracción emocional y esto puede ser debido a una cantidad de factores adicionales. Pueden estar incluidos o no limitados. Puede ser que sean del mismo sexo o no. Vamos a pasar a la siguiente. Les estamos dando una cita “las palabras tienen poder. Tenemos la capacidad de definir la realidad para nosotros mismos y para otros dándoles forma a estas ideas, creencias y percepciones colectivas.” Mi abuelita decía “bueno, si lo pienso que es así, es así.” Y me gustaría pensar que así es que yo me hice esta persona trans, porque yo no veía gente trans. Tuve que hacerme una persona trans. Tuve que desafiar las reglas que me habían establecido en la vida. Así que el respeto. Si a nosotros nos enseñaran

Spanish Translation 9-29 Webinar

a respetar a la gente trans, uno puede cambiar cosas, puede aprender. Así que, hay que querer el cambio. Eso es lo más importante. Siguiendo. Algunas de las cosas que nosotros podemos hacer para instalar esta respuesta cultural y este proceso de aprendizaje continuo es inclusión. Hay que practicarlo.

Tiene que ser activo. Tiene que ser intencional. Tiene que haber una participación continua con la diversidad y tenemos que crear nuestro propio entorno. También tenemos que recordar usar los términos que los miembros prefieren cuando estamos hablando de ellos. Nadie quiere que lo llamen una berenjena cuando son otra verdura diferente. O sea, realmente hay que ser muy claro. Uno tiene que respetar a los otros como queremos que nos respeten a nosotros. Crear el entorno, hacerlo en la práctica. Así que, la gente es diferente en la manera que quieren que se los describan. Eso puede ser el nombre, puede ser el nombre de su grupo racial, o étnico o su identidad sexual, y en un organismo de planeación o un consejo de planeación incluso hay que usar los términos que la gente quiere usar. La gente se tiene que sentir cómoda recordando a los demás de estas preferencias. Y que les recuerden a ellos. Perdón. Mis pronombres son esto y esto y esto. O perdón. Quise decir esto, esto y esto. No queremos repetirlo. No queremos que nadie se sienta incómodo. Queremos que los miembros entiendan porque estos términos son importantes para la gente y que tenemos que usar los términos que la gente prefiere y tenemos que alentar a miembros que usen estos términos. Estamos avanzando. Estos son los últimos pasos. Estos son algunos de los pasos. Vamos a hablar, nuevamente, de esto. Les vamos a dar, por su puesto, todas las presentaciones para que tengan. Son los pasos que tenemos que seguir para llegar a estos entornos activamente inclusivos a través de las prácticas que afirman el género. Tenemos que tener servicios LGTQ que ofrezcan orientación a cerca del uso de los pronombres. Tenemos que incluir el uso de los pronombres en la orientación para los miembros porque estos términos importan. Pasen, dedíquenle unos minutos, porque estos términos son importantes. Que los miembros elijan, que nos expliquen que es lo que ellos piensan; qué términos prefieren usar y si les molesta algo, que digan por qué les molesta. También referencia a los miembros por su género y los pronombres que son neutros con respecto al género, y hay que pedirle a todos los miembros que compartan esto en su firma en su correo electrónico, en sus tarjetas, en sus carteles con el nombre; que pongan, que pongan sus pronombres. Que los pongan también en la firma de sus correos para que la gente vea los pronombres continuamente y para que se recuerde lo importante que es esto. Estamos en las últimas dos. Vamos a hablar acerca del lenguaje que prefieren para los miembros de los grupos raciales y étnicos. Esto es algo que mencionamos al comienzo, también. Esto es muy importante. Hay diferencias regionales, de generación. Por ejemplo, latino versus hispano, áfrico-americano versus negro. Muchos programas para el VIH. Y (ininteligible 00:43:23) las dos cosas. Hay que preguntarles a los miembros cuál es su experiencia. ¿Con que derivación se identifican y si prefieren el título transgénero u otro termino? Vamos a pasar entonces la palabra. Muchísimas gracias.

Alexandra: Muchísimas gracias AJ por hablar acerca de cómo tenemos que tener esta repuesta cultural y que es un proceso de aprendizaje a lo largo de toda la vida. Espero que esto sea útil para todos. Ahora vamos a hablar nuevamente con Marissa Miller, que va a hablar acerca de cómo establecer la confianza y relaciones genuinas. Marissa.

Timestamp 00:44:02

Marissa: Hola. Estoy nuevamente de regreso. Gracias AJ. La manera en que explicaste esto pues, muchas gracias. A veces no tenemos el lenguaje para realmente hablar y explicar las cosas. Así que muchísimas gracias por explicar cómo quien uno se acuesta y con quien uno se acuesta. Esa es una muy buena manera de tener esta conversación. Entonces, como establecer esta confianza en las relaciones genuinas y como hacemos esto. ¿Cómo establecemos la confianza? ¿Cómo diversificamos la red? Van a ver una Spanish Translation 9-29 Webinar

encuesta que va a salir en la pantalla. Respondan la pregunta. ¿Cómo pueden ustedes diversificar su red

de manera auténtica? Lo más importante es que tiene que ser auténtica. No solamente esto, si no, cómo pueden diversificar su red de manera auténtica. Piensen. Diversidad es marcar una cajita. Incluyendo a quien uno puso en esta caja. Así que, pónganlo. La encuesta va a saltar en la pantalla en un momento y por favor, la completan y luego vamos a avanzar. ¿Cómo pueden diversificar su red de manera auténtica? ¿Quién sería parte de su equipo? ¿A dónde llegan a buscar a esta gente? ¿Qué herramientas usarían para tener el equipo que necesitan? Quiero ir a la ventana del chat y quiero darles a todos la oportunidad de comentar. Ah, aquí lo tenemos. Veo que la gente dice... Un momentito. La gente con experiencias vividas; contratar gente con experiencias vividas. Muchísimas gracias. Les voy a dar unos minutos para que ustedes respondan. ¿Cómo pueden ustedes diversificar su red de manera auténtica? Ir a la comunidad. Incluir a gente que está en la comunidad. José, ¡hey! ¡Me gusta esto! Tenemos que tener credibilidad en la calle. ¡No vengas a mi barrio! ¡No vengas a mi casa! No vengas a hablar conmigo a menos que ya hayas establecido una relación que dice que lo hicimos. Tenemos que tener una relación mutua. Tenemos que tener una relación a largo plazo, ser conocimiento de que todas las voces son importantes. José, yo agradezco y aprecio lo que me estás diciendo. Entonces, ¿cómo hacemos para que esto sea auténtico? Vamos a los líderes de la comunidad. Pasamos tiempo conociéndonos. Tenemos que pasar este tiempo, entonces, para conocernos entre nosotros. No solamente hablar con ellos, y decirles, miren, tenemos este evento que queremos que vengan. No, no les pagamos si luego ni los conocemos. Tenemos que conocer a la gente con la que vamos a estar trabajando, porque les voy a decir lo que les va a pasar. Van a estar... Una vez que nos conocen van a trabajar para que se haga el trabajo. Necesitamos números X para pruebas de VIH, tienen que estar involucrados. Tienen que estar dedicados. Tenemos que trabajar, entonces, con las poblaciones claves. Tienes que contratar estos líderes clave de la población. Y hay que reconocer que el cansancio, lo que se dice burnout, quemarse en el trabajo, es real. Uno se cansa. Entonces, hablen con los líderes de la población. Como expertos en salud pública, nosotros nos cansamos. Como expertos, nosotros sacrificamos familias, sacrificamos tiempo para poder hacer ese trabajo, porque este trabajo es un don. Pero, el promover estos cimientos para este trabajo, para las generaciones futuras, tenemos gente en la agencia que no quieren que los molesten, que uno dice no podemos... gente que dice no puede manejar esto porque no han sido capacitados y la tensión basada en el trauma. ¿Cómo podemos hacer, entonces, para llevar a estas generaciones futuras para que tengan esta base? Esta base sólida para poder hacer el trabajo. Tenemos, entonces, que, primero que nada, tener diversidad, inclusión. Nosotros marcamos la cajita. Lo hicimos con propósito. Y tenemos que asegurarnos de que tenemos... la gente que tenemos que tener. Si son negros de la comunidad, tenme credibilidad. No es que me tienes que decir "No... bueno, tienes un título universitario." No. Tiene que ser una persona que pertenezca a la comunidad. Entonces, diversificar la red de manera auténtica. Si ustedes tienen tema, van a ver miembros LGBTQ, van a haber interpretación en términos de referencia, competencia cultural, humildad. Si armamos todo esto, ¿Cuáles son los otros términos de referencia que se pueden usar cuando estamos hablando de relacionados con la comunidad? ¿Qué otro tipo de idioma? ¿Cómo es que nosotros integramos a los inmigrantes en nuestro grupo de trabajo? Tenemos comunidades de color. Entonces, no solamente estamos atendiendo las comunidades de color. Tenemos que tener las comunidades de color en nuestro personal. Entonces, nos vamos a sentar todos a la mesa. No siempre vamos a tener todas las herramientas, pero lo que pueden hacer es pedirme que los ayude a capacitarlos y prepararlos para que estén listos para la fuerza de trabajo. Después de eso, vamos a hablar del VIH. Nos vamos a concentrar en trabajar con gente positivo para darles una oportunidad. Muchas veces con Ryan White, uno no sabe si va a poder ganar dinero. A lo mejor, si todo lo que tenemos que

Spanish Translation 9-29 Webinar

hacer es sentarnos ahí y darles servicio. Pero no es eso. Tenemos que hacer mucho más. Tenemos que ofrecer educación. Tenemos que pensar cuanto mejor y más fácil y con menos estrés sería nuestra vida si

nuestro cliente con Ryan White en Indiana que si le podemos conseguir un trabajo, si podemos conseguir y que estén trabajando, que sean productivos, entonces estarían utilizando menos los sistemas. Estarían ayudando a ofrecer educaciones. Estarían ayudando a establecer nuevos sistemas. Así que, la gente que vive con HIV, está comprometida al tratamiento de la prevención completamente y únicamente cuando hay un compromiso a hacerlos participar auténticamente. Ellos se comprometen, pero a lo mejor no se comprometen completamente. Únicamente lo hacen cuando se los está involucrando para que sean parte del esfuerzo. Entonces, ¿Cómo están navegando ustedes esto para la gente trans, para la gente novenaria? ¿Cómo estamos recibiendo la gente cuando pasa por la puerta? ¿Cómo estamos ofreciendo fondos a aquellas agencias que van a trabajar de manera auténtica para ofrecer un espacio seguro? AJ habló de la seguridad. Nadie va a venir a vernos si no están en un espacio seguro. El consejo de planeación de EMA Boston. Ah, no. Esa no soy yo. Eso es el siguiente poniente. Patrick y Vicki. También quiero decir para cerrar. Y Alexandra, gracias por mantenernos a todos en horario. Estas haciendo un trabajo excelente. Podemos entonces, felicitar a Alexandra. Alexandra ha estado haciendo un trabajo increíble para estas sesiones e Planning Chat para asegurarnos de que tenemos toda la información. Nunca en mi vida había conocido un coordinador de proyecto más, mas exartivo, dedicado, detallado que ella- ella y su equipo completo han hecho un trabajo increíble. Ahora, mis amigos Patrick y Vicki van a hablar con nosotros acerca del consejo de planeación EMA de Boston. Hay gente que sabe muy bien acerca de la campaña en contra del estigma. Pero, yo voy a estar aquí para las preguntas y nuevamente hablen con intencionalidad. Naveguen con intencionalidad. Inclusivo, es chequear la caja, la ventanita y por qué lo hicimos.

Timestamp 00:51:37

Alexandra: Bueno, muchísimas gracias. Marissa, gracias por tu conocimiento, por tu esfuerzo, por ser parte de este webinar. Y ahora, vamos a tener entonces, vamos a poner enfoque en nuestras jurisdicciones. Vamos a hablar con Patrick Baum y con Vicki Lee, que trabajan con el consejo de planeación de Boston. Los dos tienen experiencia. Nos van a contar de su experiencia para desarrollar la reflectividad usando medios sociales como herramientas para establecer o crear relaciones genuinas. Vamos.

Timestamp: 00:52:12

Patrick Baum: Muchísimas gracias. Hola a todos. Yo soy Patrick Baum. Soy el director del consejo de planeación EMA de Boston. Vengo de New Hampshire. Soy la primera persona en New Hampshire que está en el consejo de planificación en Boston. Así que, eso les quería mencionar. Vicki y yo vamos a estar describiéndoles a ustedes la campaña anti-estigma; el uso de los medios sociales para trabajar con diferentes audiencias. Siguiendo. Nosotros utilizamos los medios sociales. Lo hemos por varios años, principalmente con una herramienta para reducir el estigma contra el VIH, pero también ha llevado a reclutar más miembros, lo cual es fantástico. Antes de hablar, entonces, de algunos de los ejemplos de medios sociales, les quiero contar un poquitito acerca de la campaña, Alguien que Ustedes Quieren y Conocen. Se llama la campaña. En el 2020, el comité de consumidores que es uno de los subcomités de nuestro consejo, creó una campaña, una idea para enfrentar y terminar con el estigma. Se llama "Alguien Que Ustedes Conocen y Aman", y es para que las audiencias piensen acerca de la gente que ellos quieren y conocen en sus vidas y se den cuenta que a lo mejor ya tienen una relación cercana con alguien que tiene VIH. Siguiendo. Entonces, la primera cuestión en la campaña era crear una película que

Spanish Translation 9-29 Webinar

que reflejara diversos grupos afectos por VIH. Pudimos mostrar la intensidad del VIH entre mujeres,

personas blancas, negras, gente de diferentes generaciones de la epidemia y representantes también de la comunidad hispano hablante con subtítulos. Estas son fotografías de la gente que participo en el filme. Todos los que compartieron sus historias y la mayoría de los que están en la película, también están en el consejo de planeación. Entonces, además de la película, contratamos una compañía de diseño de sitios web para crear el sitio donde iba a estar este video con un enlace a la comunidad. La compañía trabajó con nosotros para crear esto, el contenido, el tema. Pueden ver que conectamos el sitio web con nuestra página Instagram y con el filme. En 2021, contratamos un pasante para que creara la página de Instagram, para diseñar el video a un público más amplio. Como pueden ver, nuestra página tiene una liga a la película en la parte de bio. Tiene preguntas para hacerle a la gente que vive con VIH y donde, además, comparte sus propias experiencias con el estigma. Entonces, este año, decidimos concentrar nuestra atención en estudiantes de escuela secundaria o high school. Contratamos a otro pasante. Vicki está aquí conmigo, que nos ayudó a crear una cuenta de TikTok sabiendo que la mayoría de los jóvenes están en este momento utilizando TikTok activamente. Nuestra cuenta está ligada con la de Instagram. O sea, que se pone en Tik Tok, pero se pone también en Instagram, para maximizar las vistas. Tenemos también una sección de historias, también, de las que nos va a hablar Vicki.

Timestamp 00:55:37

Vicki: Gracias Patrick. Como dijeron todos, mi nombre es Vicki. La primera vez pasada fui pasante de medios sociales. Lo pasé muy bien. Gracias a todos por invitarme. Como dijo Patrick, decidimos crear esta cuenta de TikTok para llegar al público de edad escolar, en high school. Primero, para hablar del estigma del VIH, y también para crear un panel en high school. Estuvimos cuatro sesiones de contar historias. Hablamos en paneles también con estos alumnos de escuela, y estamos a que compartir en lo que decían y demostrar su creatividad en Tik Tok. Desafortunadamente, no tuvimos ninguna presentación. Y los motivos, bueno, que no tenían tiempo, que no sentían la confianza como para crear contenido, o que tenían una falta de conocimiento sobre VIH. Recapitular esta experiencia con el panel de VIH sobre el Tik Tok. Lo pueden ver esto en la última página. También hicimos otra presentación con el consejo de planeación sobre cómo la gente a lo mejor perpetua el estigma del VIH, y cuáles son las acciones, actitudes de una guía mayor sobre cómo eliminar la conducta estigmatizante. Palabras que uno usa, a lo mejor, sin saber. Después de... Cuando estaba terminando mi pasantía, quería asegurarme que el consejo de planificación tuviera un sitio de partida si querían contratar otra persona para comunicaciones, medios sociales, yo cree un plan de comunicación con objetivos claros, población objetivo. Y este plan de comunicación también ayuda a resaltar áreas en la que el consejo de planificación a lo mejor tiene que tomar decisiones en el futuro. Son áreas, a lo mejor, que nos les quedaba muy claro. Necesitaban aclaración. Entonces, primer paso, mis recomendaciones solidifica los mensajes claves. Estos mensajes claves son los que tienen que repetirse una y otra vez en medios sociales y que van a ayudar a crear una marca como líder. Hay que hacerlo temprano. Asegurarse de hacerlo conciso, no usar el lenguaje equivocado. Si no está familiarizado con TikTok, tiene que encontrar audios para usar y adaptarlos a la propia situación y crear su propio texto para aprovechar el algoritmo de TikTok para que llegue a más gente. Sin embargo, una advertencia, si deciden utilizar TikTok, tienen que asegurarse de tener cuidado de que el audio, el lenguaje que usa, que tenga un contexto específico. A veces uno quiere meterse en una tendencia porque ven lo que están haciendo otros, pero puede tener un significado más profundo de lo que ustedes piensan. Por ejemplo, algunos audios a lo mejor resaltan movimientos clave, como empoderamiento de los negros, influencia y demás que se han utilizado como Spanish Translation 9-29 Webinar

es históricamente. Si ustedes lo quieren usar para poner algo cómico, a lo mejor va a ser insensible e inapropiado. De la misma manera, los miembros de generación no negros, tienen una historia de

apropiarse del vernacular negro-americano; usar lenguaje que se usan en esas comunidades. So, a lo mejor un TikTok, a lo mejor se puede sentir tentado a usar el lenguaje de la “juventud” pero hay que darse cuenta que puede haber sido apropiado de otras comunidades- otras comunidades negras. La otra recomendación que tengo, la segunda recomendación es utilizar la plataforma de medios sociales de manera consecuente o pareja. Primero, establecer una presencia y que no se quede estancada, especialmente cuando uno está ganando seguidores. Entonces, la gente a lo mejor lo sigue para ver información actualizada. Entonces, hay que asegurarse de poner contenido todas las semanas. A lo mejor parece difícil, pero se puede reutilizar contenido. Un video youtube puede ser dividido en clips cortos para usar Instagram o TikTok. Por ejemplo, un video largo se puede cortar, utilizar en Instagram o TikTok. En este momento el consejo de planificación de Boston utiliza TikTok, Instagram, Youtube. Pero si está por comenzar medios sociales, es bueno conectarse con el público donde están ellos. Por ejemplo, las comunidades de Boston asiáticas, creole, y demás utilizan Facebook mas que otros grupos. Las comunidades internacionales, a lo mejor les interesa WhatsApp or ReachApp. A lo mejor, estudiantes de universidad usan Discord u otros. Hay muchas plataformas. Pero esos son ejemplos de las diferentes que pueden utilizar para conectar con diferentes comunidades. La siguiente recomendación, que creo que Marissa la mencionó, es trabajar con influenciadores locales. Si le resulta difícil producir contenido, a lo mejor pueden encontrar figuras públicas locales relacionadas con su misión y pedirles que se alíen con ustedes. El influenciador puede compartir, divulgar su contenido, poner un tag, o crear contenido para ustedes. De todas maneras, así llegan a un público mayor, crean más interés en su organización. Por ejemplo, si están tratando de llegar a la comunidad transgénero, pueden aliarse con un influenciador que se identifica como trans. La gente en medios sociales tiene que representar al público. Sin embargo, creo que Marissa habló de esto antes. Hay que asegurarse que esta alianza sea totalmente equitativa y no están explotando a un influenciador, que no lo están usando de muestra, de token. Muy a menudo, vemos que creadores negros o minorías hacen trabajo no remunerado. Por favor, entonces, apoyen a los colaboradores. Compénsenlos adecuadamente. Compensarlos es lo justo. Finalmente, cuando la gente vea su contenido, su primer pensamiento puede ser “oh, este es el consejo de planificación de Boston que hace XYZ”. Tienen que ser reconocibles visualmente y reconocible por su misión, también. Cuando la gente vea su contenido, tiene que asegurarse de que ver los mismos fonts, los mismos colores y demás para que lo vean y sepan a quien pertenecen. Pueden crear más interés si tienen gente en la comunidad que pueden hablar clara y concisamente del trabajo que hacen. Es importante que esos mensajes claves estén solidificados. Las posiciones, que significan, las declaraciones en cuanto a diferentes temas. Por ejemplo, declaración del tema, bueno ¿cuál es el problema de salud que están enfrentando? ¿Qué quieren decir? Para nosotros, la campana anti-estigma era, bueno, el VIH de estigma, puede llevar efectos negativos dañinos para la gente con VIH. La gente con VIH históricamente, les han negado el acceso a oportunidades por su estatus y eso es el motivo. Y eso nos lleva a decir, bueno porque nosotros en el consejo queremos que la gente no use lenguaje estigmatizante, o por eso queremos compartir con muchachos de edad escolar, high school, que significa vivir con VIH. Entonces, así pueden difundir más su mensaje y crear mas alianzas. En general, el mensaje clave que le quiero dejar es que los medios sociales son herramientas útiles para reclutamiento y retención, pero también hay que asegurarse que sea algo incluyente. En medios sociales, pueden presentarse como una gran organización que hace cosas fantásticas, pero también asegurarse de ser una práctica. O sea, si quieren atraer y reclutar más personas que se identifican como trans, asegurarse que esto sea incluyente para trans. Por ejemplo, practica de Spanish Translation 9-29 Webinar

introducción de pronombres, tener en su edificio baños neutros. Utilizar nombres. En vez de decir, por ejemplo, el lenguaje de genero chicos y chicas, muchachos y muchachas. Le paso la palabra a Patrick.

Timestamp 01:04:21

Patrick: Muchas gracias Vicki. Fantástico. Voy a hablar de algunos de los éxitos y algunos de los retos que tuvimos con el video y el uso de medios sociales. Algunos de los éxitos, pudimos de hecho, reclutar por lo menos cinco medios nuevos a través de medios sociales y la campaña. Por ejemplo, uno de los miembros vio el video a través de la oficina de la alcaldía, que repostó nuestra película. Pues, el verano pasado, tuvimos un evento en la oficina del alcalde (ininteligible 01:04:50) de Boston. Entonces, vio esto, contactó a la organización beneficiaria para preguntar cómo podía contactar al consejo. Otra persona, bueno, los efectos nuestros de alcance comunitario fueron clave. Pudieron mostrar conversaciones con personas en páginas que ayudan a educar, que de otra manera no conocían nada sobre el estigma del VIH. El tener pasantes como Vicki ha sido un enorme beneficio para el consejo. A menudo los jóvenes traen una cantidad de conocimiento sobre como utilizar la... manejar la tecnología, manejar innovadores. Un par de retos que hemos tenido, bueno, asignamos a un pasante para que vea la página. Una vez que se van, ya no queda mucho entusiasmo de los miembros para mantener el impulso de crear nuevo contenido y no muchos miembros han expresado interés en que se les muestre un video de TikTok. Bueno, uno solo, a lo mejor. Entonces, esperaría que esto cambie, ya que hemos reclutado 17 miembros nuevos. Cuatro de ellos están en sus 20s. Bueno, esa es nuestra presentación. Nuevamente, gracias por permitirme compartir nuestro trabajo. Esta es la información del EMA de Boston y de Vicki, si tienen alguna pregunta. No estoy seguro de cuánto tiempo tenemos. Pero a lo mejor le podemos mostrar el video. Tenemos 2 minutos 34 segundos. Es corto.

Timestamp: 01:06:20

Alexandra: Sí. Vamos a pasar a la sección de preguntas y respuestas. Pero, si quieres podemos hacerlo, tenemos un poco de tiempo. Entonces, Amishi, si te parece, pasamos a la próxima diapositiva y presentamos. Esta es la muestra del video de esta campaña "Alguien Que Conoces y Que Quieres".

Timestamp: 01:06:52

Patrick: Disfrutemos del video antes. Si podemos apagar la cámara. Yo creo que lo hemos pasado antes cuando las cámaras estaban prendidas de todo el mundo y esto se arrastra poco. Se retrasa.

Timestamp: 01:07:02

Alexandra: Gracias por el consejo, Patrick.

Timestamp: 01:07:07

Video: En los 80s y aun en los 80s, la gente no se escuchaba del gobierno. Uno lo escuchaba a través de historias, ¿Qué es lo que sabes del VIH, a parte de lo que has visto en los medios? Y lo primero que pensamos era la película, Philadelphia. Y nos preguntábamos acerca de lo que iba a pasar. Con mi papá, por ejemplo, a lo mejor uno leía lo que pasaba, mirábamos la televisión, leíamos los periódicos y me dijeron "vas a estar en televisión" dije, bueno, me parece fantástico, y luego el titular con el título más grande es Un Chico Local Tiene SIDA. Muchísimas de este tipo que la gente decía y hacia que realmente llevaron al estigma. Comencé a ver como estas perspectivas crean barreras acerca de la manera en que interactuamos entre nosotros. Yo sabía que, si nosotros mirábamos entre nosotros, estábamos juntos. Recordé que yo era una voz para mi comunidad. Espero, sinceramente, que la generación de mis hijas no

Spanish Translation 9-29 Webinar

tenga que vivir pero ni una parque pequeña de lo que nosotros vivimos al principio de esto.

Compartimos estas historias de dolor para encontrar lo que tenemos en común unos con otros y asegurarnos de que esto nunca mas vuelva a suceder. Podemos vivir, vivir productivamente, tener una vida completa y tener relaciones y todo eso. Y esto es algo hermoso. Es una vida la que tengo. Si no la vivo y no la vivo de la manera que quiero vivir y soy feliz. Hemos tenido 40 años ya con esta epidemia y muchísimos de los desafíos siguen presentes. Estas historias son unos poquitos ejemplos de perseverancia, de fuerza y de amor. Alguien Que Ustedes Conocen y Quieren. Ustedes ya conocen y quieren a alguien que vive con VIH.

Timestamp: 01:09:45

Alexandra: Muchísimas gracias Patrick, Vicki por compartir su presentación y el trabajo que están haciendo con nosotros. Espero que la audiencia haya disfrutado de ese trailer. Para el video completo, les vamos a enviar, nuevamente, el enlace para que lo puedan ver. Creo que ya les hemos puesto el enlace. Se lo vamos a volver a poner. Y ahora podemos entonces, pasar a las preguntas y respuestas. Si tienen alguna pregunta que no han podido poner todavía en la ventana del chat, por favor, pueden ponerlas ahora. Tengo algunas preguntas que he estado leyendo en la ventana del chat y puedo comenzar a hacer estas preguntas antes de que ustedes piensen nuevas preguntas para poner. Esta pregunta es ¿Qué quiere decir EMA y TGA? Yo se que hemos estado poniendo en la ventana del chat algunos de los significados/definiciones de algunas de las siglas. Pero se las voy a volver a poner en la ventana de chat. Esos son recursos que ustedes tienen disponibles para navegar. Ahí tienen. Es la historia de EMA y TGA y qué quieren decir estas definiciones y cual es sus historias. EMA es área metropolitana elegible. También hay otra pregunta. Otra sigla. Van a ver que utilizamos muchísimas de estas siglas. PC y PB, ¿Qué quiere decir? Siempre trato de decir la palabra completa. PC y PB quieren decir consejo de planeación/organismo de planeación. Y veo aquí otra pregunta de las diapositivas. Todos tienen disponible las diapositivas en inglés, en español y también las grabaciones en ambos idiomas en nuestra página web. Eso vamos a ponerlo en línea. Les vamos a enviar un recordatorio a todos que tienen este recurso. Va a estar en nuestra página para el VIH. Les voy a dar unos minutitos mas para ver si alguien tiene otra pregunta para los ponentes. Muy bien. José dice “no tengo preguntas.” Pero quiere felicitarnos por una excelente presentación. Muchísimas gracias, José. Kevin dice que ha estado trabajando en la preparación de un diccionario de siglas y acá nos comparte el enlace. Muchísimas gracias por compartir esto, Kevin. Gracias, José. Estoy muy contenta que hayas podido disfrutarlo, que te haya sido útil. Marlene tiene una pregunta para Patrick y para Vicki. ¿Cómo consiguieron los fondos para el video?

Timestamp: 01:13:41

Patrick: Que recuerde, no sé si (name? 01:13:47) Los participantes eran todos miembros del consejo. Algunos de ellos exmiembros y algunos miembros actuales. ¿Sabes como fue que se consiguieron los fondos, quien puso los fondos?

Timestamp: 01:14:05

Nombre no provisto: Hola a todos. Soy personal del PCS. Creo que trabajamos con la comisión de salud pública de Boston para conseguir la aprobación para esos fondos, pero realmente esto sucedió con el EMA de Boston. Pero esto fue antes que yo llegara a trabajar, pero creo que pudimos esos dólares para filmar este video.

Timestamp: 01:14:34

Spanish Translation 9-29 Webinar

Alexandra: Muchísimas gracias. Gracia Patrick también. ¿Alguna otra pregunta? muchísimas gracias, Kevin por compartir este recurso para tener todas las siglas. Muy bien. Así que, si no tienen mas

preguntas, vamos a pasar a la última parte del webinar y espero que a todos les guste mirar el trailer de la campaña. Yo lo disfrute muchísimo. Muchísimas gracias Vicki, Patrick, Marissa, AJ por estar aquí con nosotros el día de hoy. Antes de irnos, me gustaría escuchar los comentarios de ustedes acerca de lo que estamos haciendo el día de hoy. Yo sé que han estado hablando, pero es muy importante para nosotros tener estas opiniones de ustedes, este feedback, porque es como todos nosotros mejoramos el trabajo que hacemos. Nos basamos en sus comentarios. Así que, por favor, si pueden responder la encuesta de que tan satisfechos estuvieron con el webinar del día de hoy. Muy satisfecho, satisfecho, desatisfecho, neutral, satisfecho o muy satisfecho. Vamos a darles un minuto más para que respondan. Si todos tienen la respuesta, vamos entonces a pasar a la próxima pregunta, o la tercera pregunta. ¿Qué tan probable es que ustedes usen la información que se presentó en este webinar en su trabajo con el programa de planeación, con el consejo de planeación de Ryan White? ¿Qué tan probable es que ustedes utilicen esta información presentada en este webinar en el trabajo que hacen con el programa de Ryan White parte A, en su consejo de planeación? Poco probable, no probable, neutral, probable o muy probable. Amishi si puede nuevamente compartir la encuesta número tres. No la veo en mi pantalla. A lo mejor es porque también eres co-anfitriona. En la dos la vi. Trata de bajar las preguntas número 1 y 2. ¿Todos tuvieron ocasión de responder? Muestran con la mano. Dedito para arriba. Pulgar para arriba. Muchísimas José, muchísimas gracias, Rebeca. Jaqueline, si tienes que bajar para ustedes que no vieron la otra pregunta. Así que, muy bien. Ahora quiero compartir con ustedes los recursos. Tenemos todos estos recursos disponibles para ustedes. Muchísimas gracias a todos ustedes por esas maravillosas preguntas, por las respuestas, por darnos sus comentarios, sus opiniones y esto nos trae al final de la presentación. Si les interesa y si quieren pedir o ver estos recursos y los quieren encontrar en nuestra página web targetHIV. Ya les dije, pero pueden encontrar ahí también la grabación en ambos idiomas de este webinar y también las diapositivas del webinar del día de hoy y todos los otros recursos en nuestra página web, targetHIV. TargetHIV. Le vamos a pedir a Amishi que les envíe el enlace a todos. Muchísimas gracias por estar con nosotros el día de hoy. Agradecemos muchísimo su feedback. Por favor, tenemos un enlace para la evaluación. Pueden hacer click en la evaluación. Tómense unos minutitos para darnos su feedback. Es muy importante para nosotros. Y los invito a todos a que vayan a ver nuestra página web de planning Chat cuando tengan ocasión. Pueden anotarse para que les enviemos la información. Tenemos información en inglés y en español para todos ustedes, y por supuesto, también pueden ponerse en contacto con nosotros si tienen preguntas o para más apoyo. Pueden enviar un correo electrónico a planningchatt@JSI.com muchísimas gracias a todos y que tengan un excelente día.

END 01: 20:17