

The COVID-19 Community Health Worker Vaccine Learning Collaborative

Comunidad de aprendizaje de promotores de salud comunitarios sobre vacunación contra COVID-19



English and Spanish
interpretation available!



Interpretation

SIMULTANEOUS “INTERPRETATION” ZOOM

From your computer’s Zoom toolbar, click on the **Interpretation icon (globe icon)**. Select your desired language in the pop-up menu. This will be the language you hear during the presentation.

From your **Cellphone**, click the “more options” and select Interpretation to select your desired language. Simultaneous

FUNCION DE “INTERPRETACION SIMULTANEA”

*Desde tu pantalla por computadora en la barra de herramientas, hacer clic en **el icono de Interpretación/que se ve como un mundo**, un menú aparecerá, selecciona el lenguaje en que quiere escuchar. Desde su teléfono hacer clic en mas opciones y seleccionar interpretación y elegir el lenguaje que guste escuchar.*

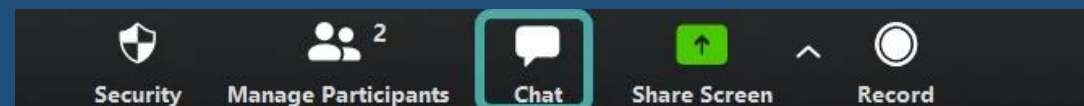
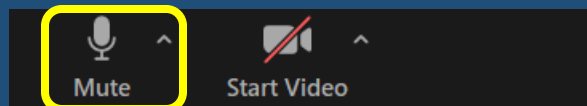
Off
✓ EN English
ES Spanish

Mute Original Audio

EN
English

Reminders / Recordatorios

- Please mute your microphone
- Use the chat feature to ask questions
- Ponga en silencio su micrófono
- Escriba sus preguntas en el chat



Opening & Reflection

Celia Aguilar –La Mujer Obrera



Alianza Nacional de Campesinas' mission is to unify the struggle to promote women farmworker's leadership in a national movement to create broader visibility and advocate for changes that ensure their human rights.

La misión de la Alianza Nacional de Campesinas es unificar la lucha para promover el liderazgo de las trabajadoras agrícolas en un movimiento nacional para crear una visibilidad más amplia y abogar por cambios que garanticen sus derechos humanos.

Alianza's HRSA 2021 Project Disclaimer:

This is supported by the Health Resources and Services Administration (HRSA) of the U.S. Department of Health and Human Services (HHS) as part of an award totaling \$8,105,547 with 0% percentage financed with non-governmental sources. The contents are those of the author(s) and do not necessarily represent the official views of, nor an endorsement, by HRSA, HHS, or the U.S. Government. For more information, please visit [HRSA.gov](https://www.hrsa.gov).

Exclusión de responsabilidad del proyecto HRSA 2021 de Alianza:

Este proyecto es apoyado por la Administración de Recursos y Servicios de Salud (HRSA) del Departamento de Salud y Servicios Humanos (HHS) de los EE. UU. Como parte de una subvención por un total de \$8,105,547 con un porcentaje del 0% financiado con fuentes no gubernamentales. Los contenidos pertenecen a los autores y no representan necesariamente las opiniones oficiales ni el respaldo de HRSA, HHS o el gobierno de los EE. UU. Para obtener más información, visite [HRSA.gov](https://www.hrsa.gov).

Estructura de reuniones | *Session structure*



Apertura | *Opening*



Capacitación/Presentación | *Presentation/ Training*



Actualización sobre COVID-19 | *COVID-19 update*



Tarea a realizar para la siguiente sesión | *Task for next session*



Preguntas y Respuestas | *Q & A*



Encuesta de salida | *End of session questions*

MCN Team / Equipo de MCN

Amy Liebman, MPA, MA
Director, Eastern Region Office/
Environmental and Occupational Health

Alma R Galván, MHC
Senior Program Manager

Moises Arjona Jr., MS
Contractor/Program Manager

Marysel Pagán Santana, MS, DrPH
Senior Program Manager, Puerto Rico

Laszlo Madaras, MD, MPH, SFHM
Chief Medical Officer

Giovanni Lopez-Quezada
Communications and Graphic Designer

Salvador Saenz
Graphic Designer

Esther Rojas
Project Associate

Wilmarí de Jesús Álvarez, MS
Data Analyst

Aníbal Yariel López Corre, M.Ed
Evaluator

PRESENTERS/PRESENTADORES

Ed Zuroweste, MD

Founding Medical Director of MCN

Alma R Galván, MHC

Senior Program Manager

Moises Arjona Jr., MS

Contractor/Program Manager

Mily Trevino-Sauceda

Executive Director, Alianza Nacional de Campesinas, Inc

Sheila Quintana Aguilar

Communications Specialist

Jose Quintana

HRSA Communication Coordinator



Estudio rápido de necesidades | Rapid Needs Assessment



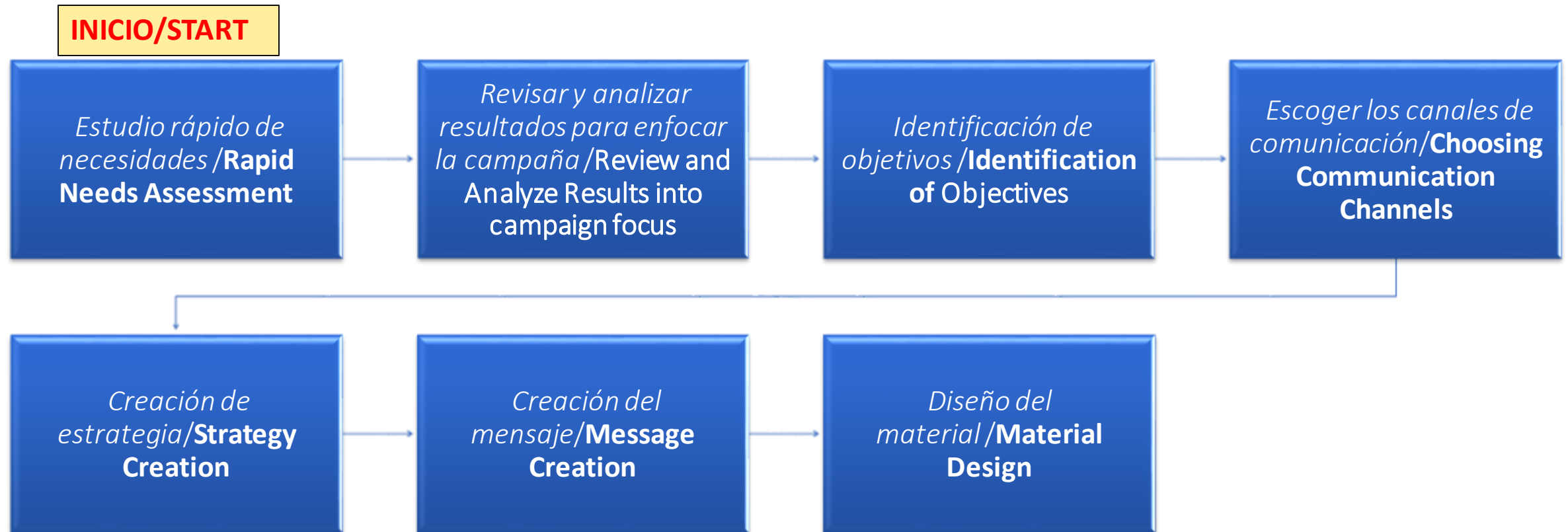
Comunidad de aprendizaje martes 3 de agosto del 2021
Learning collaborative Tuesday August 3, 2021

Objetivos | Objectives

- ✓ Descripción de prácticas recomendadas para crear campañas centradas en la comunidad
 - ✓ Uso de la evaluación rápida de necesidades para enfocar su campaña local
 - ✓ Descripción de tipos de campañas
 - ✓ Abordar las necesidades de la comunidad a través de la identificación de los objetivos de la campaña
 - ✓ Elegir los canales de comunicación que se adapten mejor a su comunidad
 - ✓ Revisar prácticas efectivas para la creación de estrategias: equilibrio entre las necesidades, los objetivos, los canales y las habilidades (carteles, eventos)
- ✓ Overview of Best Practices for building Community-Centric Campaigns
 - ✓ Using Rapid Needs Assessment to focus your local campaign
 - ✓ Overview of types of campaigns
 - ✓ Addressing community needs Through the Identification of Campaign Objectives
 - ✓ Choosing Communication Channels that best fit your community
 - ✓ Overview of best practices for strategy creation: A balance between needs, goals, channels, and abilities (posters, events)

Prácticas recomendadas para crear campañas centradas en la comunidad

Best Practices for Building Community-Centric Campaigns





**SALUD/
HEALTH**

**COMUNIDAD/
COMMUNITY**

RAPID NEEDS ASSESSMENT - ESTUDIO RAPIDO DE NECESIDADES

¿Qué es el estudio rápido de necesidades?

Rapid Needs Assessment: What is it?

- Una evaluación enfocada de las necesidades de su comunidad con respecto a un tema específico.
- Incluye preguntas que responden a lo que necesita saber para abordar esas necesidades.
- Corto, simple y... ¡rápido!

- A focused assessment of your community's needs regarding a focused topic.
- Includes questions which answer what you need to know to address those needs.
- Short, Sweet, and... Rapid!

¿Porqué es importante el estudio rápido de necesidades?

Rapid Needs Assessment: Why is it important?

- Permite crear una campaña/intervención/programa enfocado que aborde **CON PRECISIÓN** las necesidades **MÁS ACTUALES** de su comunidad.
- Preguntar a su comunidad objetivo de forma regular sobre sus pensamientos, miedos y los canales a través de los cuales reciben su información, **es la mejor práctica.**
- Preguntar personas que no conoce (y que probablemente no tienen las mismas opiniones que usted).
- Demuestra que lo que hace es necesario y se basa en evidencia.

- It allows you to create a **FOCUSSED** Campaign/Intervention/Program that **ACCURATELY** addresses the **MOST CURRENT** needs of your community.
- Asking your target community on a regular basis about their thoughts, fears, and the channels through which they receive their information, is **best practice.**
- Ask others you do not know (and who are more likely not to have the same opinions as you).
- Proves what you are doing is based on evidence and is needed.

PREGUNTAS ESTUDIO RAPIDO DE NECESIDADES - RAPID NEEDS ASSESSMENT QUESTIONS

¿Cuáles son los medios o programas que escucha para enterarse de noticias sobre Covid 19?

Where do you get your news about the pandemic and COVID-19 vaccine?

(Facebook, WhatsApp, TV News Stations, Radio, Friends)

¿Qué le preocupa sobre la vacuna? What concerns do you have about the vaccine?

A. Price/ Precio de la vacuna

B. Side effects/ Efectos secundarios

C. What to do in case of an adverse reaction / Qué hacer si tiene reacción adversa

D. Other/Otra (explain/explique)

¿Piensa ponerse la vacuna del COVID-19 cuando este disponible? Si la respuesta es no, ¿Por qué no?

Are you are going to get the COVID-19 vaccine when it's available? Yes/No If not, why?

¿Podria explicarme cómo funciona la Vacuna del COVID-19? (OPCIONAL)

Would you be able to tell me about how the COVID-19 vaccine works?

Género /Gender

Edad/Age

En que trabaja /Work

EL PUENTE ES SU ANALISIS
DE LOS RESULTADOS DEL
ESTUDIO RAPIDO DE
NECESIDADES

BRIDGE THREADS: YOUR
ANALYSIS OF THE RAPID
NEEDS ASSESMENT
RESULTS



'Rope Bridge by Alison Day'
<https://www.flickr.com/photos/leventday/28645916380/>

DEBAJO DEL
PUENTE COVID-19
ABIS BELOW
BRIDGE: COVID-19

RESUMIR Y ANALIZAR LOS RESULTADOS PARA ENFOCAR SU CAMPAÑA
SUMMARIZE AND ANALYZE RESULTS TO PROVIDE FOCUS FOR YOUR
CAMPAIGN

Resumir y analizar los resultados para su campaña

Summarize and Analyze Results for Your Campaign



Revisar y resumir las respuestas de la comunidad le permite enfocar su campaña

- ✓ Incluye todas las perspectivas y extremos de su comunidad
- ✓ Tenga en cuenta las tendencias que pueden guiar sus estrategias
- ✓ Vuelva y pregunte un poco más si siente que se está perdiendo algo.
- ✓ Mantenga sus suposiciones bajo control

Reviewing and summarizing the community responses allows you to focus your campaign

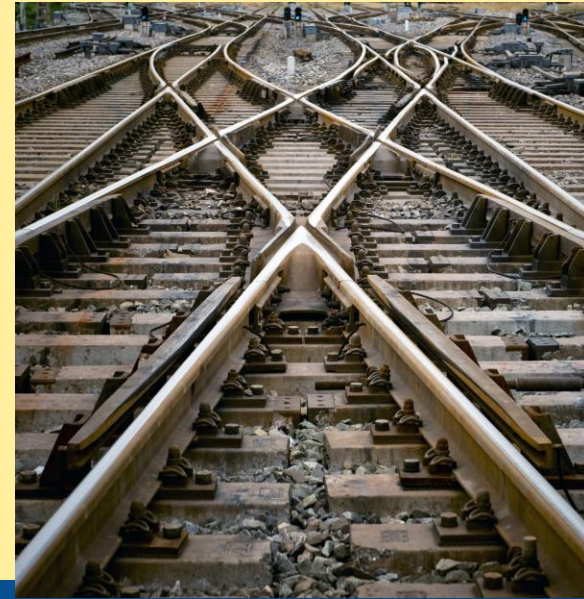
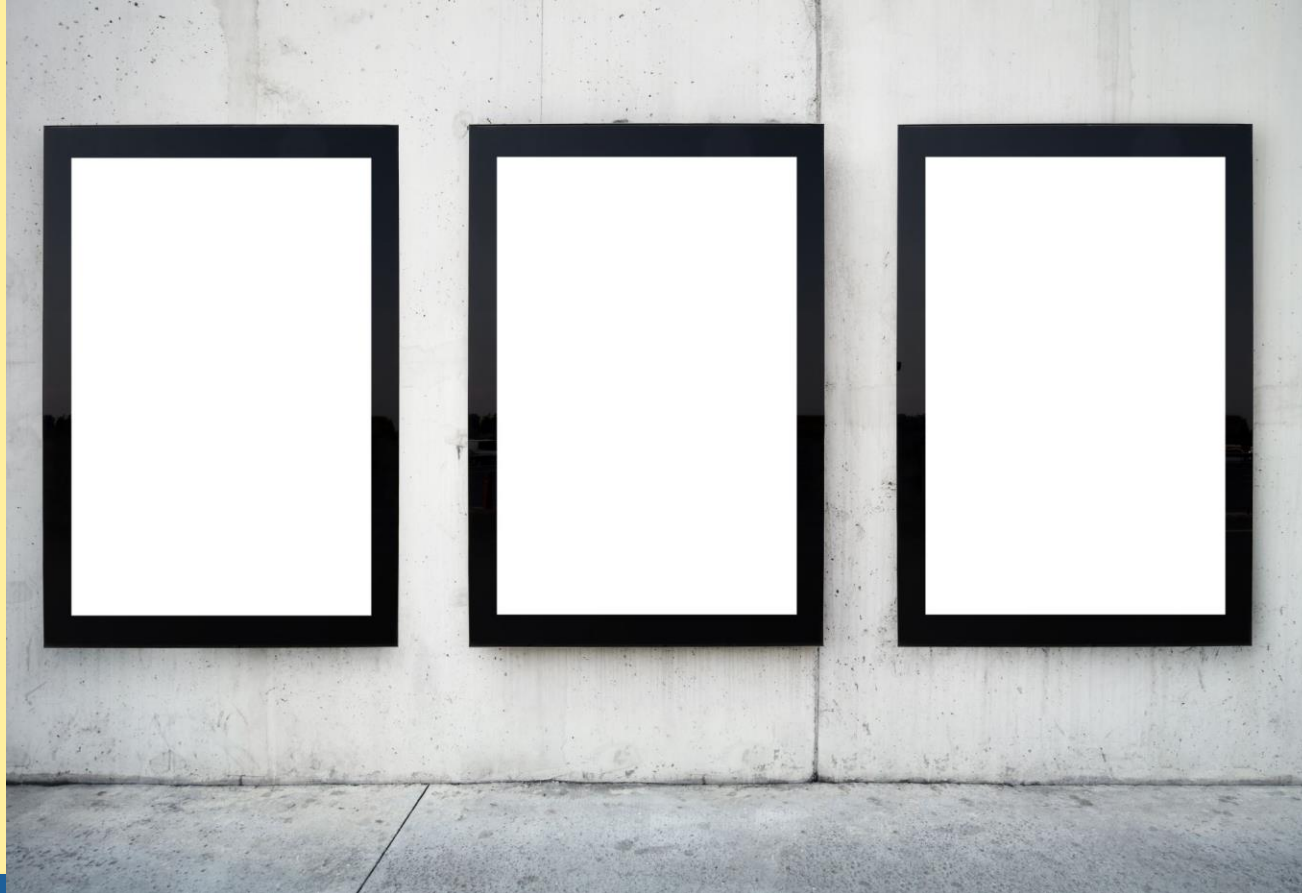
- ✓ Include all sides and all extremes of your target community
- ✓ Note trends that may guide your strategies
- ✓ Go back and ask some more if you feel like you are missing something.
- ✓ Keep your assumptions in check

Resumir y analizar los resultados para enfocar su campaña

Summarize and Analyze Results into Focused Summaries for Your Campaign

1. ¿Qué preocupaciones específicas tiene su comunidad sobre la vacuna?, si las hay.
2. ¿Existen grupos específicos que se destacan por tener diferentes preocupaciones, o que planean o no recibir la vacuna?
3. Lo que su comunidad objetivo sabía y lo que no sabía sobre la vacuna.

1. What specific concerns does your community have about the vaccine, if any?
2. Did specific groups stand out as having different concerns, or stand out as planning or not planning on receiving the vaccine?
3. What did your target community know and not know about the vaccine?



TIPOS DE CAMPAÑAS

TYPES OF CAMPAIGNS

Tipos de campañas

Types of Campaigns

Específica a un objetivo

- Campaña de sensibilización – [CDC Influenza Awareness Campaign](#)
- Campaña de educación – [CDC 'Know More Hepatitis' Campaign](#)
- Campañas mixtas

Específico a una plataforma

- Campaña en redes sociales
- Campaña de televisión
- Campaña de radio
- Campaña de publicidad pagada
- Campaña de correo electrónico
- **Campañas mixtas**

¡Y muchos más!

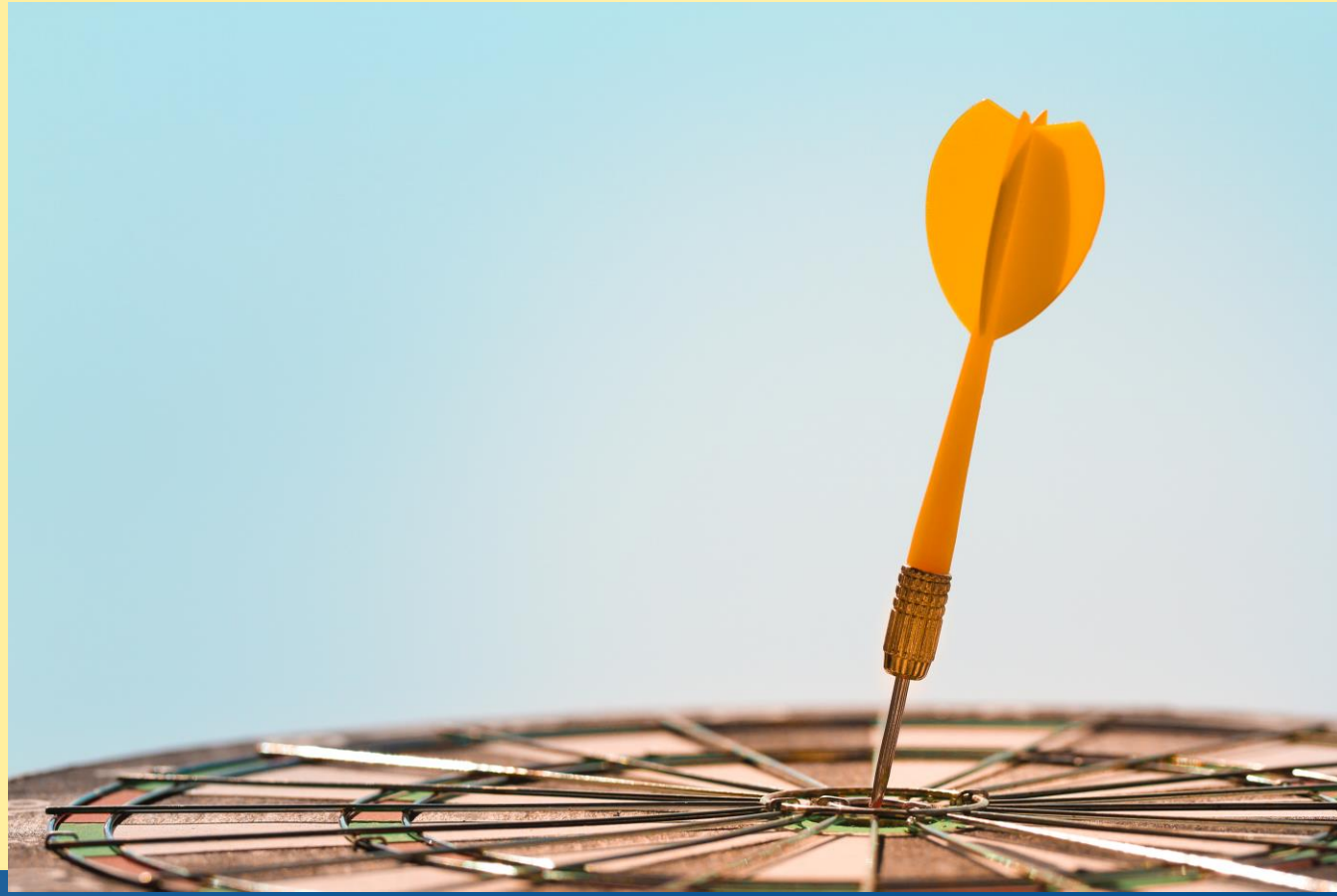
Focus-Specific

- Awareness Campaign – [CDC Influenza Awareness Campaign](#)
- Education Campaign – [CDC 'Know More Hepatitis' Campaign](#)
- Prevention– [CDC HIV Prevention](#)
- **Mixed Campaigns**

Platform-Specific

- Social Media Campaign
- Television Campaign
- Radio Campaign
- Paid Advertising Campaign
- Email Campaign
- **Mixed Campaigns**

And Many More!



**IDENTIFICACION DE LOS OBJETIVOS DE LA
CAMPAÑA**

IDENTIFYING CAMPAIGN OBJECTIVES

Identificar los objetivos de la campaña

Identifying Campaign Objectives

METAS VS OBJETIVOS

METAS

(Ya tienen sus objetivos de proyecto/campaña)

- Declaraciones generales
- Intangible
- Difícil de medir
- Por lo general, uno para una propuesta
- Logrado a través de 3-4 Objetivos

OBJETIVOS

- Declaraciones detalladas
- Específico y concreto
- Tangible
- Medible

GOALS VS OBJECTIVES

GOALS

(You Already Have your Project/Campaign Goals)

- Broad statements
- Intangible
- Difficult to measure
- Usually, one for a proposal
- Accomplished through 3-4 Objectives

OBJECTIVES

- Detailed statements
- Specific and Concrete
- Tangible
- Measurable

Identificar los objetivos de la campaña

Identifying Campaign Objectives

1. Revise la evaluación de necesidades inicial que completó al comienzo de este proyecto.
2. Revise el resumen y los análisis de evaluación rápida de necesidades que se aplican a las preguntas de evaluación 2 a 4.
3. Permita que la revisión y el análisis de sus resúmenes de evaluación de necesidades lo guíen a medida que escribe objetivos específicos (lo que desea abordar en su comunidad).
4. Reduzca sus declaraciones a 3-5 objetivos

1. Review the initial Needs Assessment you filled out at the start of this project.
2. Review your Rapid Needs Assessment summary and analyses that apply to Assessment questions 2 through 4.
3. Allow the review and analysis of your Needs Assessment guide you as you write down specific objectives (what you want to address in your community.)
4. Narrow down your statements into 3-5 objectives

Identificar los objetivos de la campaña

Identifying Campaign Objectives

Si tiene tiempo... ¡Haga objetivos INTELIGENTES!

If you have time... Make your objectives SMART!

SMART

S	Específico - ¿Qué desea abordar en su comunidad?
M	Medible - ¿Cuándo podrá saber que ha logrado su objetivo?
A	Alcanzable – ¿Cómo lo logrará? ¿Quién lo abordará?
R	Relevante - ¿Por qué satisface las necesidades de su comunidad?
T	Límite de tiempo - ¿Dónde se

SMART

S	Specific - What do you want to address in your community?
M	Measurable - When will you be able to know that you have achieved your objective?
A	Attainable – How will you achieve it? Who will address it?
R	Relevant - Why does it meet your community's needs?

Campaign Organizer Activities

Become Familiar with campaign materials 

Community Mapping (Possible Partners and Resources) 

Rapid Needs Assessment in the community 

Prepare Documentation Strategies 

Explore Communications Strategies 

Collect Photos, Videos and Consents 

Finalize Communication Strategies

Forge Community Partnerships

Create Communication Plan

Finalize Adaptation of Materials

Campaign Implementation

Provide assistance to your community partners to implement your campaign

Evaluation and Reporting

Familiarizarse con los materiales de la campaña 

Mapeo comunitario (posibles socios y recursos) 

Evaluación rápida de las necesidades de la comunidad 

Preparar estrategias de documentación 

Explorar estrategias de comunicación 

Recopilar fotos, videos y consentimientos 

Finalizar estrategias de comunicación

Trabajar en las alianzas comunitarias

Crear plan de comunicación

Finalizar la adaptación de materiales

Implementación de la campaña

Brindar asistencia a los socios comunitarios para implementar su campaña

Trabajar en las alianzas comunitarias

Task

- ✓ Examinar las respuestas originales de evaluación de las necesidades
- ✓ Determinar si necesita una [evaluación rápida de necesidades](#)
- ✓ Adaptar el formato de evaluación de necesidades a sus necesidades
- ✓ Realizar la evaluación rápida las necesidades
- ✓ Resumen y análisis completos de la evaluación rápida de las necesidades
- ✓ Finalizar objetivos

Tarea

- ✓ Review original needs assessment responses
- ✓ Determine whether you need to complete a [Rapid Needs Assessment](#)
- ✓ Adapt Needs Assessment to what you need to know
- ✓ Complete Rapid Needs Assessment
- ✓ Complete summary and analysis of rapid needs assessment
- ✓ Finalize objectives

Note

- ✓ Disclaimer
 - To be used on printed materials and any presentations created where HRSA funds were used.
 - No need to place disclaimer on Health Education Materials such as T-shirt, buttons, facials mask, caps)
 - Available as an image or in small print.
- ✓ Logos
 - For print materials, you should be using the Alianza logo and your organizational logo, not MCN's.

[Disclaimer Image – English](#)
[Disclaimer Image - Spanish](#)

Nota

- ✓ Exclusión de responsabilidad
 - Para usarse en materiales impresos y cualquier presentación creada con los fondos de HRSA.
 - No hay necesidad de ponerlo en camisetas, botones, cubrebocas, cachuchas, etc.)
 - Esta disponible como imagen en letras pequeñas (enlace donde esta)
- ✓ Logos
 - Solamente de Alianza y de su organización, NO de MCN

[Disclaimer Image – English](#)
[Disclaimer Image - Spanish](#)

Acceso a los materiales en la web

- ✓ En el horno!

Access to communication materials in the web

- ✓ [Main Link to All Campaign and Education Materials](#)
 - ✓ [Spanish COVID-19 Campaign Page: Main Page](#)
 - ✓ [Print Materials](#)
 - ✓ [Social Media Matierals](#)
 - ✓ [Images](#)
 - ✓ [Materials for Campaign Organizer](#)
 - ✓ [Haitian Creole COVID-19 Campaign Page: Main Page](#)
 - ✓ [Print Materials](#)
 - ✓ [Social Media Materials](#)
 - ✓ [Images](#)
 - ✓ [Materials for Campaign Organizer](#)
 - ✓ [English COVID-19 Campaign Page: Main Page](#)
 - ✓ [Print Materials](#)
 - ✓ [Social Media Materials](#)
 - ✓ [Images](#)
 - ✓ [Materials for Campaign Organizer](#)
- ✓ [Education Page: Learning Collaborative Materials, Evaluation Links](#)



COMMUNITY- BASED MEDIA PRODUCTION

HOW TO TAKE PHOTO & VIDEO ON YOUR SMARTPHONE





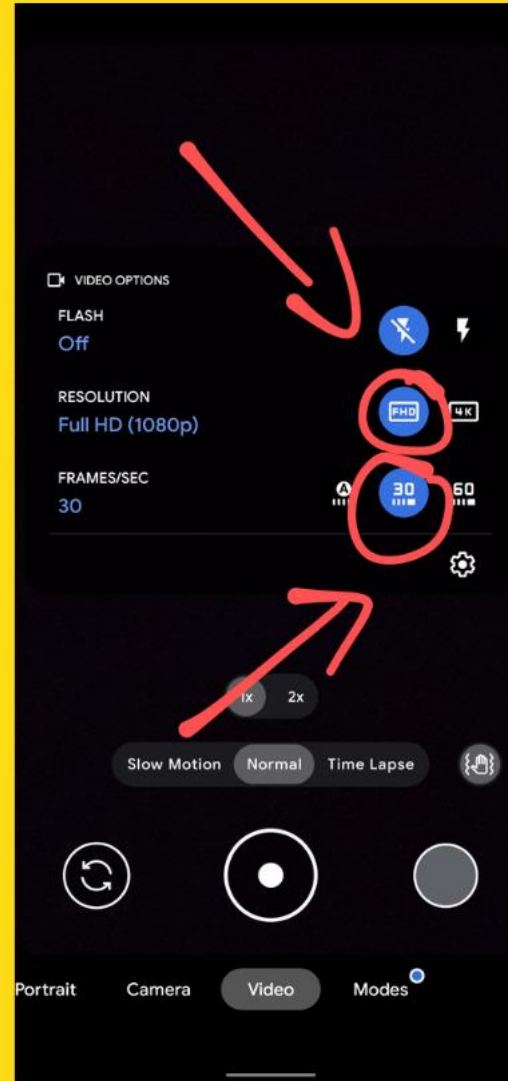
THE GOAL

- Understand basic menu settings for photo and video
 - Become familiar with composition and camera movement for photo and video
- 101

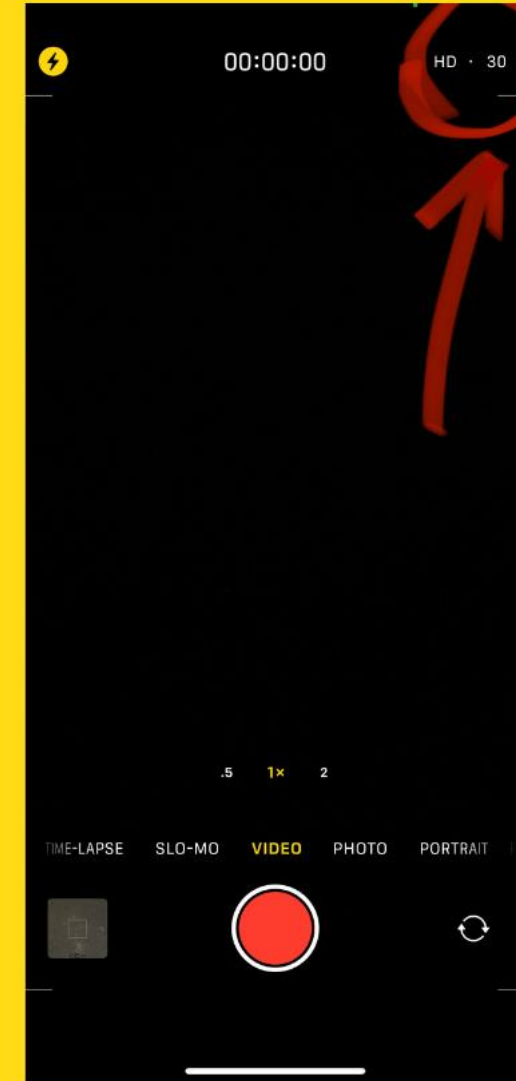
CAMERA APP

VIDEO

1. GO TO THE "VIDEO" MENU.
THE WORD "VIDEO" WILL BE HIGHLIGHTED, INDICATING YOU ARE THERE.
2. FOR BEST QUALITY, MAKE SURE YOUR FRAME RATE IS SET AT "HD" AT "30" FRAMES. YOU CAN FIND THIS SETTING IN THE TOP RIGHT OF YOUR SCREEN.



ANDROID



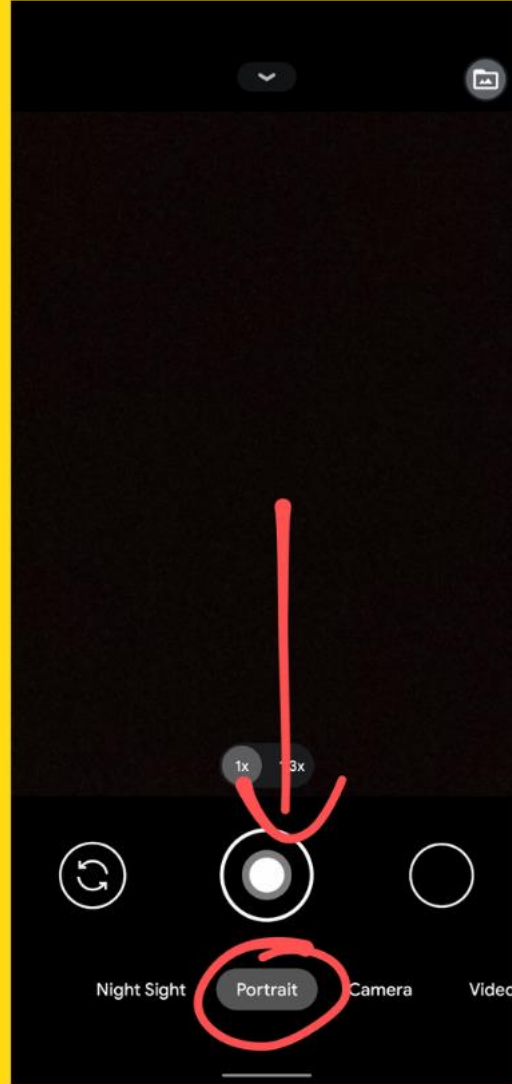
IPHONE



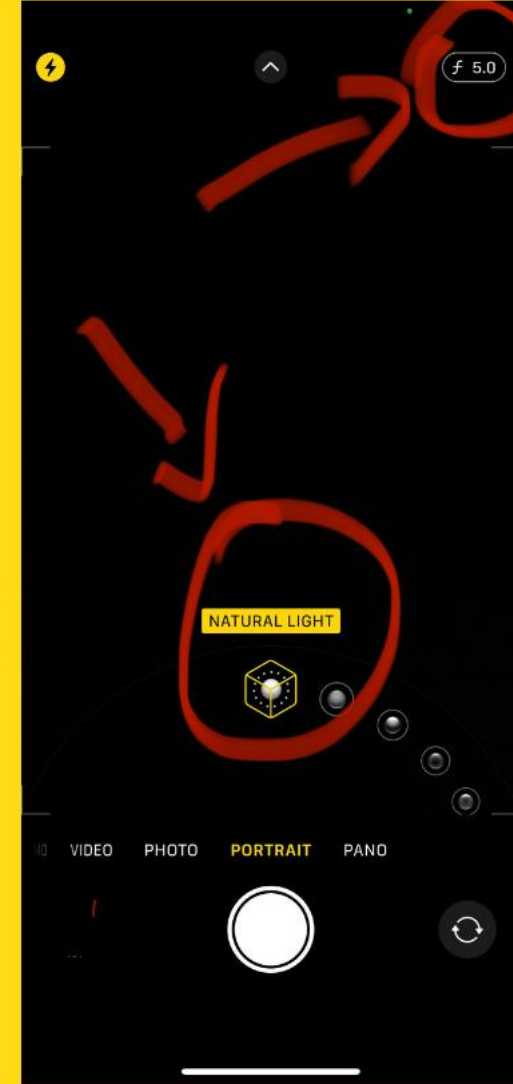
CAMERA APP

PHOTO

1. GO TO THE "PORTRAIT" MENU.
THE WORD "PORTRAIT" WILL BE HIGHLIGHTED, INDICATING YOU ARE THERE.
2. FOR BEST QUALITY, USE THE
"NATURAL LIGHT" SETTING AND
SET THE F STOP NUMBER TO
"5.0"



ANDROID



IPHONE





Learning to frame your subject effectively is one of the most important things to do when taking video. It allows for the viewer to more effectively connect with the person you're filming, which in turn allows for your message to carry through across the screen.

HOW TO FRAME YOUR SUBJECT

CENTER FRAME

1. TAKE YOUR PHOTOS AND VIDEOS HOLDING YOUR PHONE HORIZONTALLY. FIRST TURN THE PHONE, AND THEN PRESS "PLAY."
2. CENTERING SOMEONE ALLOWS US TO CONNECT WITH THEM SINCE IT MIMICS TO TALKING TO SOMEONE FACE TO FACE. THIS IS A GREAT WAY TO FRAME YOUR SUBJECT WHEN THEY HAVE A PERSONAL STORY LIKE A **TESTIMONIAL.**



HOW TO FRAME YOUR SUBJECT

LEFT & RIGHT OF THE SCREEN

1. MOVING SOMEONE TO THE LEFT OR RIGHT OF THE SCREEN CREATES A LESS PERSONAL FEEL AND CAN BE USED WHEN TALKING ABOUT THINGS LARGER THAN THEM. FOR EXAMPLE, YOU SEE THIS STYLE IN VIDEOS WHEN PEOPLE ARE TALKING ABOUT THE WORK OF AN ORGANIZATION OR ABOUT AN EVENT.



FOLLOW THE ACTION: MOVEMENT & DETAILS



PHOTO & VIDEO 101: KEY TAKEAWAYS

1. BEFORE GOING OUT TO TAKE PHOTO AND VIDEO, THINK ABOUT THE VARIETY OF IMAGES YOU WANT TO CAPTURE.
2. HOLD YOUR PHONE HORIZONTALLY WHEN TAKING A PHOTO OR VIDEO
3. FRAME YOUR SUBJECT: CENTER, LEFT OR RIGHT
4. SHOW US THE ACTION! FOLLOW THE MOVEMENT, CAPTURE DETAIL CLOSE UP.



Technical Assistance | Asistencia técnica

Sheila Quintana Aguilar (she/her/ella)

Communications Specialist

ALIANZA NACIONAL DE CAMPESINAS, INC.

(610) 732 - 0116 |

sheila@campesinasunite.org

Jose Quintana

HRSA Communication Coordinator

ALIANZA NACIONAL DE CAMPESINAS, INC.

jose.quintana@campesinasunite.org

COVID-19 Prevention/*Prevención de COVID-19*

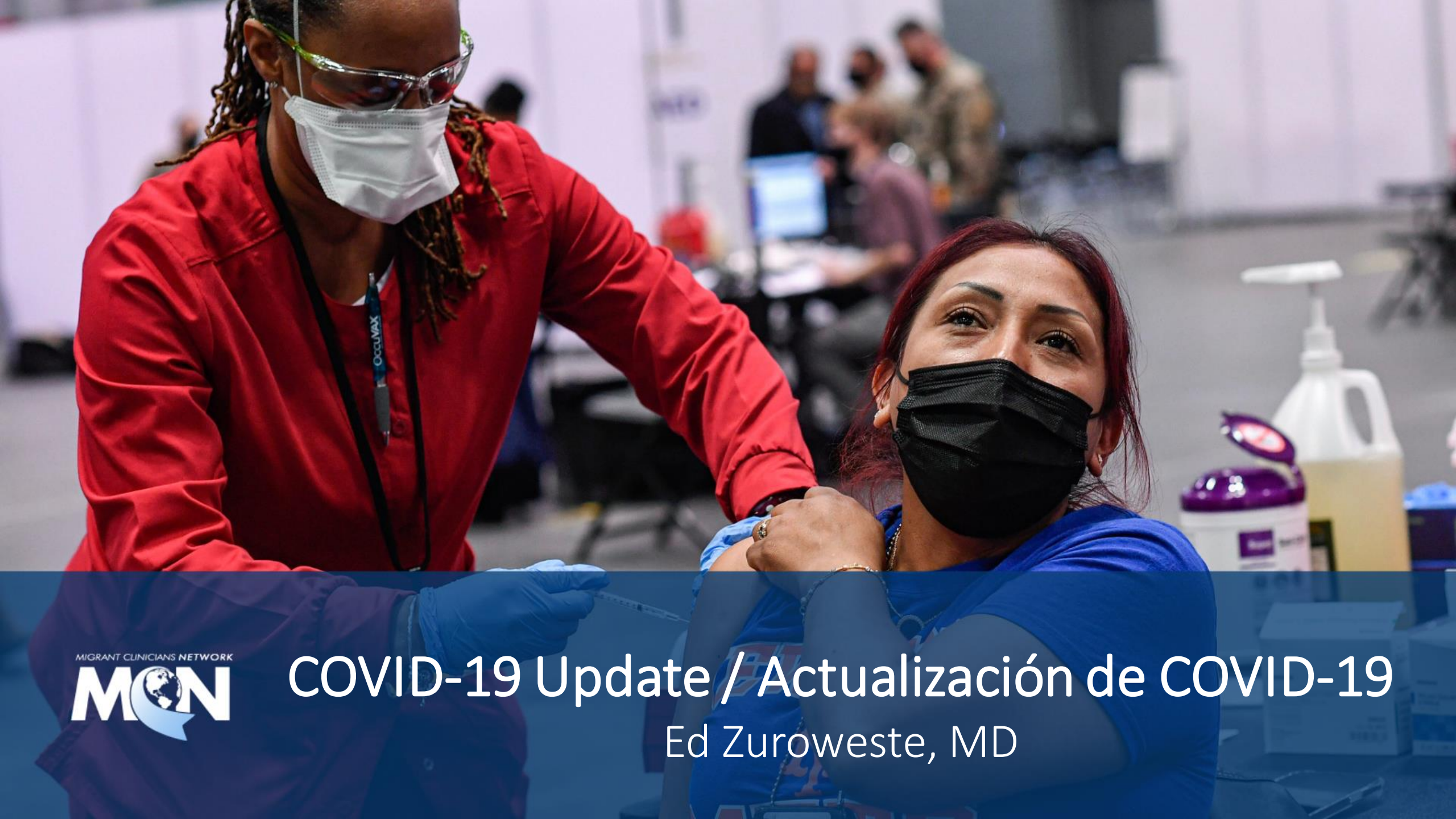
- **Wash/Sanitize your hands often**
 - Use soap and water for at least 20 seconds
 - Or use hand sanitizer that contains at least 60% alcohol
 - **Social Distance**
 - Stay 6 feet away from others
 - **Wear a mask**
 - Consider wearing a mask in crowded settings even if you are fully vaccinated
 - Wearing a mask over your nose and mouth is required on planes, buses, trains, and other forms of public transportation
 - **GET VACCINATED**
- **Lávese / desinfecte sus manos con frecuencia**
 - Use agua y jabón durante al menos 20 segundos
 - O use un desinfectante para manos que contenga al menos un 60% de alcohol
 - **Distancia social**
 - Manténgase a 6 pies de distancia de los demás
 - **Usar una mascarilla**
 - Considere usar una mascarilla en entornos con mucha gente, incluso si está completamente vacunado
 - Se requiere usar una máscara sobre la nariz y la boca en aviones, autobuses, trenes y otras formas de transporte público.
 - **VACUNARSE**



Open Discussion/ *Discusión abierta*

How do we address vaccination with
our staff?/*Cómo abordamos la
vacunación con nuestro personal?*





COVID-19 Update / Actualización de COVID-19

Ed Zuroweste, MD



Questions
Preguntas

Technical Assistance | Asistencia técnica

Point of Contact:

Moises Arjona Jr., MS

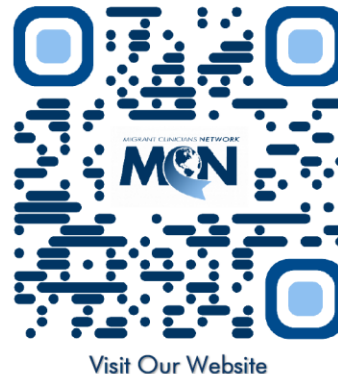
Migrant Clinicians Network
Consultant/Program Manager
marjona@migrantclinician.org

Giovanni Lopez-Quezada

Migrant Clinicians Network
Communications and Graphic Designer
glopez-quezada@migrantclinician.org

Salvador Sanez

Migrant Clinicians Network
Artist and Graphic Designer
ssaenz@migrantclinician.org



One-on-One Meeting/Reunión uno a uno

- **Know your organization and the work you are doing**
- **Get to know the diversity of organizations in the project**
- **Ask some questions about the work you intend to do, and the information collected**
- *Conocer a su organización y el trabajo que hacen*
- *Conocer la diversidad de organizaciones en el proyecto*
- *Hacer algunas preguntas sobre el trabajo que se proponen hacer y la información que recogen*

Aníbal Yariel López Corre

alopezcorre@migrantclinican.org

Esther Rojas

erojas@migrantclinician.org

Wilmarí de Jesus Álvarez

wdejesus@migrantclinican.org

PLEASE TAKE A FEW MINUTES TO COMPLETE THE SURVEY



Participant Evaluation for the Learning Collaborative

Evaluación de la comunidad de aprendizaje



Survey

Resources/Recursos

- **Migrant Clinicians Network**

- <https://www.migrantclinician.org/COVID-19-pandemic>
- [Learning Collaborative Recordings](#)
- <https://www.migrantclinician.org/blog/2021/jul/faq-covid-19-vaccine-and-migrant-immigrant-and-food-farm-worker-patients.html>

- **National Resource Center for Refugees, Immigrants and Migrants**

- <https://nrcrim.org/>

- **Centers for Disease Control and Prevention**

- <https://www.cdc.gov/>



**Next Learning
Collaborative/
Próximo aprendizaje
colaborativo**



**August 10, 2021
10 de agosto del 2021**

**Closing Reflection/
*Reflexión final***

Dr. JohnElla Holmes and Dr.
Tammy Counts



Kansas Black Farmers Association, Inc.

**Thank you for your
participation!**

**¡Gracias por su
participación!**

