MICHELLE DESMYTER: Buenos días, buenas tardes y buenas noches a todos, bienvenidos a la llamada del grupo de trabajo de redes sociales de At-Large, el jueves 04 de mayo del 2023. En la llamada del día de hoy tenemos en el canal en inglés a Denise Hochbaum, Eduardo Díaz, Natalia Filina, Prince Andrew Zutah, Priyatosh Jana, Samwel Kariuki, Sarah Kiden y Shah Rahman.

En el canal en español tenemos a Lilian Ivette De Luque. No hemos recibido ninguna disculpa y del personal tenemos a Siranush Vardanyan, Deborah Escalera, Claudia Ruíz y quien les habla, Michelle DeSmyter administrando la llamada.

Nuestros intérpretes en español el día de hoy son Verónica y Claudia. Les pido, por favor, que digan su nombre antes de hablar y que lo hagan a una velocidad razonable para nuestros intérpretes. Ahora le doy la palabra a Denise.

DENISE HOCHBAUM: Muchísimas gracias por participar, lo agradezco. Creo que la reunión va a ser muy positiva, en primer lugar, darles un panorama general de lo que pasó en las últimas dos semanas para quienes no pudieron participar y posteriormente les voy a dar una idea general de lo que va a suceder en la reunión del día de hoy, es una reunión de 90 minutos, así que, vamos a tener mucho tiempo para hablar.

Después de esta conversación sobre el plan básico, que se analizó en la primera llamada de este grupo de trabajo, Eduardo desarrolló nuestras ideas y generó una tabla donde se resume todo lo que vamos a hacer hasta completarlo. Entonces esto es muy directo para que todos entendamos cuál es nuestra hoja de ruta, lo que se hace en las redes sociales en ALAC y qué es lo que pueden hacer al respecto.

En su presentación él creó subgrupos y cada uno de ellos son responsables de una tarea que está en tráfico, esa es una forma muy democrática porque entonces no es solo que hay una persona responsable, sino que estos en todo el mundo son responsables, es una

***Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archive, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.***

forma excelente de comunicarnos unos con otros y creo que para el futuro va a haber más energía, entonces se generaron herramientas para las plataformas sociales.

Otro tiene que ver con la línea de tiempo de sus mensajes, otros tienen que ver con difusión y competencia, va a haber distintas acciones porque está dividido en la cabina, videos y seminarios web, después tenemos algunas otras cosas más.

Tenemos representantes de cada uno de los grupos que hemos trabajado durante toda la semana, intercambiando correos electrónicos, tratando de tener una mejor idea para que todos tengamos una mejor idea de cuál es la intención. Hoy está Siranush, Deborah y los NextGen, ellos pueden darnos algunas ideas sobre lo que puede ser la interacción con los becarios en este proceso.

También espero que esté con nosotros Hadia porque ella es líder del seminario web y está planeando la organización de un trabajo sobre políticas para el próximo semanario web para enseñarle a la gente cómo entender este proceso. Hablé con Jonathan Zuck también y él nos puede ayudar de esa manera, participar en el seminario web y darnos algunas herramientas sobre cómo comunicar las políticas en los sitios web.

Entonces tenemos a Eduardo que va a hablar de la implementación de la agenda del cronograma, así que, pasemos ahora al primero.

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: ¿Puedo hablar?

CLAUDIA RUÍZ: Sí:

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Tuvimos una breve discusión en línea y creemos que para enfrentar ese tema tenemos que tomar tres ángulos diferentes, en primer lugar, ver cuáles son las plataformas aprobadas, en este momento son Facebook, Twitter y LinkedIn, las plataformas optativas son Instagram y TikTok, sin

embargo, quien esté a cargo de las cuentas tiene que tener en cuenta la relación que nosotros podemos dar como equipo para poder integrar y sacar de una plataforma en particular.

Obviamente nuestra elección es un Instagram profesional, entonces quién este a cargo de esta plataforma tiene que entender cuáles son las cosas que tiene que hacer antes del evento para preparar las plataformas y que estén listas, siempre es muy fácil desde la plataforma de Instagram hacer un enlace con la página de Facebook e integrar el Facebook.

También es importante el equipo de la plataforma de Instagram, es decir, establecer una página que nos dé el enlace con Instagram, cuando esto esté integrado, entonces es muy fácil subir imágenes de Instagram a otras plataformas que pueden ser Facebook o Twitter, lo bueno es que cualquier cosa que publiquemos en estas plataformas también pueden publicarse directamente en LinkedIn y posiblemente en TikTok, si tenemos esto es más fácil trabajar con otros grupos como mencioné anteriormente.

En lo que tiene que ver con la capacitación me parece que es algo que puede hacerse fácilmente una vez que las plataformas estén bien integradas, el resto de lo que tenemos que hacer es… En realidad, la mejor forma de hacerlo es ir a Instagram, cuando tengamos el perfil lo único que se mira es, entonces el enlace a Facebook y de esa manera se puede elegir el enlace que quiera.

Con ese link fácilmente si tiene una página de Facebook se sube y si tiene más de una también se sube, pero en todos los casos tenemos un [rol 9:30] al final de Facebook, entonces es mucho más fácil y eso genera la publicación de Facebook.

Podemos tener un grado de esto con Twitter porque cuando vamos a Instagram pasamos directamente a configuración, vamos a Twitter y le ponemos la contraseña para que, entonces esté el perfil de Twitter integrado con el… En ese momento. Entonces en cualquier momento con cualquier grupo dentro de Instagram hacer publicaciones simultáneas en Instagram, Facebook y Twitter.

Finalmente, aunque no es importante, un mensaje continuo a la comunidad, que se pueda mandar incluso cuando hagamos la competencia.

Una que tenemos que tener presente es que tenemos que monitorear las tres plataformas, toda la información, el contenido y las imágenes que miramos tienen que tener hashtags, pero tienen que ser dos o tres, uno es para mostrar la organización en todo momento, el segundo tiene que ser el evento en sí mismo que es la ICANN77 o la palabra que queramos adoptar como segundo hashtag, tenemos que decidir cuál es el tema y si el tema va a durar mucho tiempo se usa otro hashtag, de lo contrario, con dos es suficiente. Gracias.

DENISE HOCHBAUM: Muchas gracias por esta excelente explicación. Traten de resumirlo y ponerlo en un documento con viñetas porque es muy complejo, intensivo y a veces no podemos captar todo, le pido entonces que haga este documento para que después lo distribuyamos entre todos porque es muy importante. Después voy a copiar el documento que me mande para que todo el mundo tenga esta información, ¿le parece bien?

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Sí, hoy antes de que termine el día se lo voy a enviar.

DENISE HOCHBAUM: Gracias. Eduardo, le doy la palabra.

MICHELLE DESMYTER: Eduardo, vemos que su micrófono está silenciado, no lo podemos escuchar.

EDUARDO DÍAZ: Creo que tiene que ver con la representación, no cómo hacemos el enlace con la cuenta de LinkedIn de Instagram, tenemos Facebook, Twitter y LinkedIn, ¿es eso posible?

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: No, en este momento no es posible hacer la asociación con LinkedIn, pero cuando tengamos la imagen y contenido sí podemos publicar fácilmente en LinkedIn, pero funcionalmente LinkedIn está vinculado con Twitter, no hay forma de hacerlo de otra manera.

EDUARDO DÍAZ: Tengo otra pregunta. Una vez que definimos los hashtags, ¿los podría analizar para ver si son realmente los mejores para utilizar? Porque ustedes son los que lo han hecho antes, entonces no sé si tienen un hashtag en algún lugar para que los pueda mirar porque cuando se definieron estos hashtags no teníamos este marco, sino que era lo que nosotros pensábamos que era el hashtag correcto, ¿podría mirarlos?

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Sí claro. Hay que definir hashtag que sean fáciles de seguir y que categoricen la información, uno puede ser de la agenda, otro puede hablar de la ciudadanía At-Large, siempre es bueno separar esa información. También hay que agregar algo más que permita que exista un volumen de información que señale en esa dirección, puede ser quizás que dirija a otra plataforma directamente, pero entonces cuando enviamos algo tenemos que tener en cuenta no dar todos los detalles porque uno quiere captar la atención, entonces algo que sea más fácil de capturar.

EDUARDO DÍAZ: Denise, ¿podría recopilar los hashtag y enviárselos para que los miren?

DENISE HOCHBAUM: Claro que sí.

EDUARDO DÍAZ: Adebunmi, mi última pregunta es, y pido disculpas si no pronuncio bien el nombre. Yo sé que existen herramientas que le permiten tener

preparados todos estos mensajes antes de tiempo, uno los prepara y después espera para enviarlos, ¿conoce qué herramientas podemos usar para ello?

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Sí, lo podemos hacer con Facebook, es bueno siempre explicar qué es un hashtag, entonces cuando uno ve el primer hashtag o cualquier forma de abreviatura que se decide utilizar, van a ser educados, entonces le damos una definición y lo que queremos saber es cómo lo ponen en un programa, lo mejor es utilizar el programa de Facebook porque de esa manera en ese cronograma vamos de Facebook a Instagram, como dije anteriormente, después podemos hacer un LinkedIn de Twitter y LinkedIn.

Voy a verificar si ellos tienen eso o no porque me parece que Buffer es una de las herramientas porque ahí pueden hacer la programación, incluso ponerle fecha y hora para que envíen los mensajes, tenemos Buffer, pero también tendríamos que hacer un rastreo hacia los cronogramas y la información, si vamos a abreviar algo, entonces necesitamos explicarlo antes, siempre es importante empezar a mandar tuits tres o cuatro días antes para que la gente empiece a entender de qué se va a tratar.

Alguien mencionó en el chat que los hashtag son importantes en Instagram porque de esta manera pueden recopilar todo, pueden poner #at-large, entonces todo lo que esté publicado por cualquiera en cualquier lado del mundo con ese hashtag, lo van a poder ver.

EDUARDO DÍAZ: Perfecto, con esto termino mi intervención entonces. Gracias.

SHAH RAHMAN: Tengo una pregunta, no sé si me queda claro para Eduardo y para el resto, pero ¿cómo ponemos esto dentro de LinkedIn? ¿Cómo hacemos el enlace como hacemos en Facebook? Porque cada vez que compartimos cualquier cosa en algo individual como puede ser Facebook o Twitter

para enviarlo a LinkedIn, creo que se puede llegar a tener un enlace compartido como dijeron antes de integrar todo. Esa es la observación que tengo, no sé si Adebunmi puede responder la pregunta, si nos puede dar respuesta a algunas pautas para que nos sirva de ayuda.

La otra pregunta tiene que ver con el hashtag, nosotros sabemos que utilizamos dos o tres hashtag que son suficientes y entiendo que para la próxima competencia necesitamos quizás dos o uno, por mi experiencia anterior puedo decir que cuando hay demasiados hashtag realmente es muy confuso, es muy difícil identificar una publicación en particular o un debate en particular, entonces quería saber si podemos tener un máximo de tres hashtag porque esto sería útil para el equipo de competencia, no sé si esto puede ser posible. Muchas gracias.

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Con respecto a su primera observación, no le entendí completamente, así que, le pido que lo tipee en el chat si puede. En el segundo caso, sí tiene razón, lo podemos reducir a tres o dos, por ejemplo, en Twitter uno puede ir al siguiente paso porque tiene un límite, si puede ir al siguiente paso y hacer un comentario, entonces lo postea y cuando se hace un comentario en el post se pueden agregar hashtags porque queremos que se entienda que están estos hashtags y que trae también más tráfico estos hashtag.

También podemos decidir para que otras personas lo hagan y se les notifica automáticamente lo que se ha posteado, eso es en Twitter. En Instagram siempre hay espacio para hacer eso, pero cuando hacen la primera observación les pido por favor escriban en el chat su primer comentario de observación. Gracias.

DENISE HOCHBAUM: Estamos teniendo una muy buena conversación sobre los procedimientos. Después de que nos envíen sus ideas, yo las voy a compartir con los participantes junto con la información para que la podamos debatir de manera conjunta antes de comenzar a hacer los posteos. Eduardo, ahora le toca a usted hablar de los plazos.

EDUARDO DÍAZ: Creo que Adebunmi quiere acotar algo.

DENISE HOCHBAUM: Perdón, Adebunmi, no lo vi.

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Yo quería responder a lo que dice Shah. Shah, tiene mucha razón con respecto a postear individuos y para lograr más audiencia, básicamente esto se basa en el seguimiento de personas, la cantidad que va a responder a un posteo es diferente, por eso siempre es bueno utilizar este tipo de oportunidades.

Si nosotros, por ejemplo, publicamos sobre At-Large, es mejor etiquetar entre todos para que en la segunda respuesta… En Twitter también se puede etiquetar y vamos a ver que van a responder porque están etiquetados, aunque no lo hagan todos. Cuando lo hacemos con nosotros mismos, por ejemplo, en Twitter, Instagram y LinkedIn uno puede ver el posteo rápidamente y puede responder también rápidamente a eso, pero ese sería el segundo mensaje para Twitter, en el mismo mensaje para Instagram y en el mismo mensaje para LinkedIn. Gracias.

SHAH RAHMAN: Gracias.

DENISE HOCHBAUM: Gracias. Eduardo, ahora sí tiene la palabra.

EDUARDO DÍAZ: Michelle o Claudia les pido que coloquen en pantalla la línea de tiempo. Este grafico tiene mucha información, voy a tratar de explicar brevemente cuál es mi pensamiento aquí, les pido disculpas a los miembros de mi grupo porque lo terminé hoy y lo envié apenas unas

horas antes de la reunión, recibí algunos mensajes, pero no tuve la oportunidad de trabajar con ellos, seguramente de aquí en adelante vamos a poder redefinirlo o abordarlo un poco más.

Esta es una propuesta porque es mucho más fácil así hacer el seguimiento, se divide en dos líneas, una va del 15 al 31 de mayo y otra va del 01 al 30 de junio. Esto muestra los mensajes y cuando se deberían enviar, no lo muestro porque no tengo el control, pero vamos a empezar desde la izquierda en la parte superior, allí es donde nos encontramos el día de hoy.

Nuestra próxima reunión será el 11 de mayo, para ese momento entonces vamos a tener un poco más de conocimiento sobre estas herramientas tal como mencionamos hoy y si estamos un poco confusos sobre lo que se mencionó o de las herramientas, siempre recuerden que está la transcripción a la cual pueden acceder y pueden leer si tienen dudas de lo que se dijo, también está disponible la grabación en caso de que la necesitan.

Entonces cuando vemos el primer corchete que dice del 12 al 14 de mayo que es viernes, sábado y domingo, aquí mi idea para todo el trabajo es que nosotros comencemos a agendar los mensajes para que después no tengamos que interrumpir lo que estamos haciendo para enviar los mensajes o verificar que estemos en una zona horaria correcta o no nos confundamos de zona horaria.

Entonces nos podemos sentar allí con una de estas herramientas que se mencionó, por ejemplo, Facebook Business, etc., hacer esta programación de los mensajes y luego enviarlos en la fecha y la hora que se pensó. Después pasamos a la segunda reunión, esto va a pasar después de nuestra próxima reunión.

El siguiente lunes que es el 15 de mayo comienza el envío de mensajes, obviamente aquí vamos a tener unos días que van a salir los mensajes y en cada mensaje hay un Set A1, A2, A3 y A4. Si ustedes ven son los conjuntos de mensajes que se fueron agendando o programando de antemano, por ejemplo, nuestra próxima reunión después del 11 va a ser el 18, entonces vamos a seguir enviando mensajes que fueron

programados para el grupo A y ese grupo de mensajes que se va a enviar esa semana van a ser sobre Outreach o difusión externa.

Cuando digo Outreach o difusión externa me refiero a lo que mencionó Adebunmi, es decir, explicar cómo se usan los hashtag, que la gente conozca al respecto, ponemos todo junto para que el grupo de mensajes de Sarah y su grupo puedan trabajar dentro de este marco y dice: "Si vamos a trabajar sobre Outreach o difusión externa y tenemos un conjunto A o B, ¿qué tipo de mensajes tenemos que compilar para la difusión externa? ¿Qué vamos a hacer para el tema de la competencia?" No estamos haciendo brainstorming ahora, pero esa sería mi propuesta.

Entonces cuando vayamos al grupo A como primer grupo de mensaje que se va a enviar sobre Outreach o difusión externa sería entre el 18 y el 21 o el 19 y el 21, así que, ustedes pueden, por ejemplo, programarlo en horario y día y después se olvidan.

Vamos al segundo conjunto, todavía estamos enviando el conjunto A, pero vamos a comenzar con el conjunto B desde el 22 en adelante y propongo que enviemos dos mensajes por día, no sé si eso les parece mucho o muy poco, pero creo que al menos un mínimo de dos en diferentes zonas horarias o en diferentes horarios del día, yo tengo una tabla donde dice qué día de la semana y qué horario es más conveniente para cada plataforma, para Twitter, LinkedIn, Facebook, etc., pero en cualquier caso esto es lo que quiero contar sobre los Set o los conjuntos, los cronogramas, y cuándo se deberían ejecutar.

Los que vamos a hacerlos más cerca de la reunión son los que están a la derecha que van a partir del 15 de junio, en ese caso, tendríamos que enviar mensajes que tengan que ver con la participación o sobre lo que va a suceder en la reunión, cuestiones más específicas porque para ese entonces la gente ya va a saber que se va a llevar adelante la reunión ICANN77.

Habíamos hecho ya difusión externa explicando esto, entonces tendríamos que hablar, hacer la participación y hablar en estos mensajes de participación sobre las políticas para que la gente pueda comprender y durante la reunión creo que deberíamos hacerlo en el último conjunto,

el conjunto E donde le vamos a contar a la gente que tenemos otra reunión que está en curso, se van a enviar links para que asistan a una determinada sesión, lo podemos hacer, podríamos definir qué queremos agregar para atraer a las personas y aquí nuestra audiencia básicamente va a ser toda la audiencia que esté disponible.

Entonces aquí tendríamos que ver qué es lo que tendríamos que colocar, qué es lo que sería más específico, pero hay que definirlo para que cuando pasemos a la parte de participación, ese cronograma E… Perdón, aquí tengo un error, dice cronograma B dos veces en la parte inferior, entonces debería ser E no B, pero bueno, ese cronograma va a salir durante la participación, veremos lo que sucede en ese momento, con eso se puede hacer también la programación de todos estos mensajes.

Esto no quiere decir que uno no pueda postear en Twitter cada vez que lo desee, si uno quiere enviar un Twitter lo puede hacer, si quiere usar Facebook lo puede hacer, pero esto es simplemente para poder dar apoyo a la estrategia que tenemos en el grupo de redes sociales, cuanto más quieran tuitear mejor y en la parte de competencia también vamos a hacer algo de eso.

Así que, teniendo en cuenta esto que les muestro, ahora sí estoy abierto a escuchar preguntas, comentarios, algo que haya que modificar o mejorar. Por cierto, esta figura gráfica tiene como objetivo ayudarlos a enviar mensajes o a programar los mensajes durante cierte tiempo porque eventualmente vamos a tener un tabla que muestre la fecha y el grupo de mensajes va a redactar el mensaje que nosotros vamos a querer enviar sobre la base de esta línea de tiempo, así que, va a ser una cuestión de mirar esto.

También lo puede cambiar a su idioma y enviarlo en el idioma de cada uno, yo muchas veces tomo algunas cosas y las traduzco al español porque yo me relaciono más con gente que son hispanoparlantes, pero bueno, yo entiendo, por ejemplo, los mensajes que llegan en mi idioma los entiendo mejor que aquellos que son en inglés.

¿Hay alguna pregunta, algo que quieran acotar o algo que quieran mencionar al respecto? No soy experto en redes sociales, pero creo que hacer cosas como estas nos van a ayudar a todos porque todos nosotros al utilizar algo que podamos conocer y que todos sepamos que va a suceder, es importante. Esto es algo que hemos pensado de antemano con ayuda de todos ustedes y esto es otro experimento, lo podemos usar ahora, más adelante o podemos utilizar en la próxima oportunidad algo diferente si quieren.

Ahora sí les doy la palabra para que me hagan llegar sus comentarios o ideas.

DENISE HOCHBAUM: Creo que Adebunmi quiere compartir algunas ideas porque las colocó en el chat, puede tomar la palabra.

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Todo lo que usted dijo es muy importante, yo aparte de la parte de información que ya tenemos publicada, siempre se puede postear porque es lo que tenemos que hacer y hay que ser creativo, sabemos que hay posteos que son automáticos, pero también los podemos cambiar en nuestro propio idioma.

Entonces cada vez que lo hagamos, nos podemos inspirar y a veces vemos otra información que no está en nuestro cronograma, pero que sí es importante porque tenemos el hashtag y lo tuiteamos, entonces tenemos que tomar en cuanta esto porque siempre voy a mencionar que cuando ponemos a un individuos también tenemos que poner a At-Large, pero no estamos respondiendo a At-Large, sino que estamos publicando algo que está relacionado a At-Large.

Entonces At-Large lo va a poder ver y va a poder retuitear esta información, esto va a ser material para la comunidad.

EDUARDO DÍAZ: Gracias. ¿Le parece entonces que agregamos un hashtag acá o es el comentario sobre el hashtag?

ADEBUNMI ADEOLA AKINBO: Yo esperaría que se envíe el hashtag, que adoptemos el hashtag. El material que se supone que voy a enviar hoy lo voy a colocar ahí, Denise lo puede enviar y podemos mirar entre todos antes de la próxima reunión y ver si está bien o si necesita alguna especie de modificación.

EDUARDO DÍAZ: Estoy de acuerdo con usted y creo que todos están de acuerdo, vamos a crear todos estos mensajes, después uno los puede tomar, acotarlos, traducirlos, agregarle información, pero al menos uno no tiene que sentarse y decir: "Bueno, tengo que tuitear algo, ¿qué pongo? ¿Qué escribo?" Esto nos va a dar una directiva, entonces si queremos hacer difusión externa vamos a tener mensajes relacionados a la difusión externa y el mensaje que va a salir va a estar sincronizado con la estrategia, no sé si esto que digo tiene sentido.

Yo no voy a postear cosas aquí de una reunión que va a llevarse a cabo, por ejemplo, el 13 de junio a las 3:00 de la tarde horario de Washington, pero sí lo voy a hacer más cerca de la fecha. Sarah es parte del grupo de mensajes, espero que puedan utilizar esta línea de tiempo para que los mensajes estén dirigidos más o menos en el sentido que acabo de colocar aquí.

Hadia puede ayudar a resumir esto en lo relacionado a las políticas y lo vamos a hacer también la reunión de la ICANN, quizás vamos a resumir cosas, pero ese es el tipo de cuestiones que necesitamos y después hacer el resto. Con esto termino.

SHAH RAHMAN: Gracias, es un cronograma muy interesante. Una cosa, Eduardo, quizás podemos ayudar al grupo, quizás podamos desarrollar esto en los husos horarios porque hay diferentes regiones con diferentes horarios y el horario es importante, por ejemplo, en Asia quizás pueda ser desde las

11:00 de la mañana en adelante, ese sería el horario pico y en algunas otras regiones el horario nocturno es el horario pico.

Entonces quizás si podemos tener esa información puede ser de mucha utilidad para saber en qué horario es apropiado postear la información.

EDUARDO DÍAZ: No solamente eso, en nuestra última reunión creo que alguien mencionó que, en África, por ejemplo, Facebook no es tan importante o no tiene tanta difusión como Twitter, entonces cada región se centra en una plataforma distinta. Creo que hay un gráfico que muestra todas las regiones en el mundo y dice qué porcentaje de personas utiliza qué plataforma, entonces creo que también tendríamos que compartir esa información.

SHAH RAHMAN: Sí, yo también lo voy a compartir por correo electrónico para ver qué plataformas y en qué horarios para ver qué tipo de información enviar, eso creo que también va a ser de utilidad y va a aportar a esta línea de tiempo.

EDUARDO DÍAZ: Shah, tenemos que trabajar de manera conjunta esta semana para poder hacer eso. Adelante, Prince.

PRINCE ANDREW ZUTAH: Yo, primero, quiero felicitarlo por el gran trabajo que ha hecho y también quiero saber cómo vamos a gestionar las diferencias horarias, por ejemplo, cuando publicamos contenido porque a veces tenemos un horario nocturno en un lugar en áfrica y la mañana en otra parte de África, entonces cómo vamos a publicar esto de la mejor manera para la audiencia porque hay horarios en los cuales quizás estén durmiendo. Eso es lo que quería aclarar.

EDUARDO DÍAZ: Creo que sí, esto tenía que ver con eso, ¿no? Hemos visto en algunos lugares que… Tenemos que ver cómo enviamos los mensajes en diferentes horarios, la verdad que todavía no lo pensé, por ejemplo, "yo vivo en África" "yo vivo en la India" "yo vivo en Bangladesh" "en Nepal…" Entonces, ¿cuándo envía estos mensajes? O algo por el estilo.

DENISE HOCHBAUM: Bueno, tenemos acá un comentario de Jonathan Zuck y creo que es importante entender cuál es la plataforma y los horarios que tiene cada región, y dónde está la mayor audiencia para cada plataforma, entonces yo voy a utilizar este gráfico y Jonathan también puede venir y hablarnos sobre algunas estrategias.

EDUARDO DÍAZ: Yo terminé, Denise.

DENISE HOCHBAUM: Bueno, ahora le doy la palabra a Sarah entonces. Sarah.

SARAH KIDEN: En primer lugar, esperaba que alguien más estuviera a cargo del equipo de mensajes, estoy de acuerdo con esto para que en la agenda de la próxima reunión aparezca, así como lo digo. Todavía no miro los mensajes o el cronograma que compartió Eduardo con nosotros, pero nosotros sí tenemos algo que es básicamente lo propuesto a lo que, en realidad, está en línea, quizás tengamos que alinearlo un poco más. Creo que para el equipo de mensajes lo mejor es tener un documento Google compartido parta que todo el mundo pueda acceder a él y en ese documento vamos a poner una tabla, en la tabla vamos a preparara algunos mensajes para hacer comunicados en distintas plataformas, un tuit, por ejemplo, con lo más importante y quizás también agregar algún horario.

La idea es quizás asignar estos mensajes a una persona en particular para ayudarnos a nosotros a mantener un registro de quién está publicando

qué cosa. En lo que tiene que ver con los mensajes en sí mismo, si estamos utilizando distintos tipos de mensajes, que también tiene que ver con antes, durante y después, que es lo que Eduardo llama el período de difusión, relacionamiento y participación. La idea es empezar lo antes posible, yo creo que la semana que viene podemos empezar a hablar de la registración porque ya está abierta la inscripción para la ICANN77.

Después, cuando terminemos con la agenda, yo sé que el equipo de planificación de la ICANN77 está terminando de armar el programa, entonces podemos publicar el tipo de sesiones que esperamos, puede haber una sesión de política y lo otro, ¿qué vamos a hablar? ¿Sobre qué vamos a discutir? Pero estos son los operadores propuestos. También se puso en el chat, lo dijo Claudia, que íbamos a usar los puntos de conversaciones, entonces es también una idea de ver qué es lo que se va a debatir.

Cuando hablamos del tiempo durante la ICANN77 podemos decir: "Bueno, únanse a nosotros para esta sesión en esta charla con este enlace en particular". Quizás puede ser 15 minutos antes de la sesión o 30 minutos antes de la sesión, no sé, tenemos que ponernos de acuerdo en eso y después de las reuniones tenemos dos tipos de después, uno que es inmediatamente después de una sesión en particular y hay otro después que es luego de la ICANN77.

Para el inmediato tengo algunas propuestas para hacer, espero que este equipo me dé cierta orientación. Podemos tener un breve resumen que señale lo importante de la reunión y como ya hicimos previamente otras reuniones alguien puede decir: "Bueno, si siguió otras sesiones, estos son los cinco puntos especiales de esta sesión". Como puntos salientes nada más, la idea es si queremos tener cinco puntos quizás para señalar, puede ser en algunas de las plataformas, incluso Facebook y después también hablar obviamente de los temas de discusión de la ICANN77 después de la reunión, cuando ya se publicaron las grabaciones.

Yo sé que, en general, hay un informe de las reuniones y sé que hay gente que lo lee, entonces podemos decir: "Acá está el informe, pueden leer acá lo que se subió". Después, cuando hablamos del horario, yo voy

a hablar solamente durante la reunión de la ICANN donde íbamos a utilizar el horario local de la reunión porque la mayor parte de las personas van a estar siguiendo las sesiones, pero antes y después sí podemos pensar un poco más sobre el horario.

El equipo de mensajes va a tener que trabajar junto con el equipo de herramientas y el equipo de cronograma porque antes de terminar tengo una pregunta, ¿vamos a utilizar las cuentas personales? ¿Las de las RALO? ¿Cuáles son las cuentas que vamos a utilizar para los mensajes? No sé si hay alguien del equipo de mensajes que quiera agregar algo a lo que yo he dicho. Gracias.

EDUARDO DÍAZ: No entendí el final, Sarah, no entendí lo último que mencionó.

SARAH KIDEN: Estoy preguntando, ¿cuáles son las cuentas que vamos a utilizar? ¿Las de las RALO? ¿Las personales para los mensajes? Esta fue mi pregunta y no sé si Hadia está en la llamada, pero ¿alguien nos puede decir? Creo que Shah también está, ¿no?

SHAH RAHMAN: Sí, creo que [podemos diferir] entre las RALO o entre las páginas de Facebook de las RALO, creo que podría haber alguna configuración para lo que es oficial dentro de la reunión. Natalia, por favor.

NATALIA FILINA: Hola a todos, ¿me escuchan?

EDUARDO DÍAZ: Sí.

NATALIA FILINA: Perfecto. Puede participar en algunas llamadas, pero veo que hay muchas ideas brillantes y excelentes que vienen de nuestros miembros

del grupo de trabajo, quería decir, en términos generales, que ustedes saben que no importa cuál es el canal o la red social que elijamos porque necesitamos entender que hay una regla muy importante para la presencia y es que, tenemos que tener un buen diseño y romper con los estereotipos porque la información sobre nuestras reuniones de la ICANN, sobre nuestras agendas, los temas que vamos a debatir no son fáciles de entender, entonces necesitamos captar la atención, necesitamos crear algo que sea llamativo, hacer preguntas para que la gente hable, para que las personas importantes dentro de nuestro público también puedan hablar.

Siempre funciona para LinkedIn, para Facebook, pero quizás hay cosas que no pueden utilizarse en Instagram y tenemos que entender la diferencia entre estas redes sociales. Es muy importante recordar que necesitamos entretener a la gente, necesitamos hacer algo vistoso, pero sabemos que es muy difícil captar la atención de gente que tiene también la agenda completa para los días de la reunión de la ICANN, quizás es importante hacerlo en la mañana durante las pausas del café, si vamos a estar cerca de ese lugar.

Necesitaríamos explicar nuestros temas, nuestra presencia en la reunión, pero lo más importante es que debemos influir en la gente dentro de nuestra agenda y dentro de nuestro trabajo, tenemos que trabajar para atraer a gente que esté interesada en obtener información y que también participe en nuestro trabajo, eso es muy importante. Creo que sería muy importante pensar en distintas zonas horarias, en distintos idiomas, ustedes saben que nosotros…

(Los intérpretes pedimos disculpas, pero estamos perdiendo el audio de Natalia).

También sabemos que existen códigos QR que permiten que una gente se comunique a través de ello, como Telegram, por ejemplo, un canal de Telegram y si lo vamos a utilizar, vamos a utilizar nuestras imágenes, nuestras actualizaciones, nuestros informes para tener un diálogo continuo. Entonces creo que…

(Los intérpretes pedimos disculpas, pero el sonido de Natalia se entrecorta).

MICHELLE DESMYTER: Perdón, Natalia, pero la verdad que se entrecorta su audio y los intérpretes no pueden seguir con la interpretación.

NATALIA FILINA: Bueno, lo lamento mucho, pero podría enviar mensajes por correo electrónico, perdón.

DANIEL NANGHAKA: ¿Puedo decir algo?

EDUARDO DÍAZ: Adelante.

DANIEL NANGHAKA: Voy a hacer una pregunta, ¿los mensajes en las redes sociales deben publicarse en las cuentas de las RALO o en las cuentas individuales? Yo creo que para mejorar la comunicación tenemos que limitarnos a cuáles son las cuentas desde las que se van a publicar estos mensajes de redes sociales y creo que, para que quede más claro, deberíamos utilizar menciones en nuestros mensajes de Twitter, por ejemplo, si hay una sesión liderada por Sarah Kiden y alguien quiere asistir, quizás podría mencionar a Sarah con el hashtag de la sesión y también reflejando lo que es el tuit de Sarah porque de esta manera aumentamos la participación, nos salen las comunicaciones.

Después cuando hablamos de la programación de mensajes, es bueno hacer esta programación, pero tenemos que tener en cuenta la zona horaria… Muchísimas gracias por lo recordado, pero creo que tenemos que ver cómo vamos a medir estas métricas que tienen que ver con la participación en las redes sociales, ¿por qué? Porque ese es el

rompecabezas, ver cómo medimos esta participación porque realmente con las redes sociales puede resultar dificultoso.

Creo que a veces se asigna una ubicación en los mensajes que se envía y lo más importante es el nivel de interacción en las redes sociales. Esta es mi sugerencia, gracias.

DENISE HOCHBAUM: Gracias. Sarah, le doy la palabra.

SARAH KIDEN: Gracias, por los comentarios. Creo que, si bien entendí de Natalia, no sé si ella estaña diciendo que el mensaje también tenía que tener los flyers, no sé si lo sugirió porque la verdad se entrecortaba el sonido, pero ¿dijeron algo como de crear los flyers? Bueno, no sé.

Para responder a Daniel, como ahora es parte del equipo de mensajes, creo que vamos a poder obviamente tener los nombres de los oradores y hacer un etiquetado de sus nombres, ¿no? Para ver también qué publican ellos.

DANIEL NANGHAKA: Sí, creo que hay algunos participantes que son muy activos, pero creo que podemos planear una planilla Excel y tener al menos una lista de oradores, de personas que van a hablar y creo que esto puede guiar entonces la composición de estos… O como alternativa podemos generar [planillas] de cálculo con todo lo que esperamos y a medida que nos acercamos a los mensajes o conocemos a personas que van a estar a cargo de las sesiones, o personas comunes ser etiquetados. Yo creo que puedo hacer mi aporte a eso, mientras esto obviamente esto se comparta a tiempo. Gracias.

SARAH KIDEN: Gracias, voy a compartir un documento inmediatamente cuando terminemos esta llamada.

DENISE HOCHBAUM: Tengo muchas cosas acá, pero ahora tengo un blog… Bukola, ella va a ser responsable, me parece, del lugar físico o del stand… Primero, le voy a dar la palabra a Bukola, después le voy a dar la palabra a Siranush y a Deborah. Bukola, tiene la palabra.

BUKOLA ORONTI: Espero que todos me puedan escuchar bien. Sobre la base de la última reunión algunas de las ideas que pude analizar o proponer para este stand o lugar físico porque se pensó un poco, la idea es que esto genere un relacionamiento y una participación en el stand, basándonos en lo que fue la experiencia en la ICANN76. Hablamos de un marco de fotos y tener diferentes, no sé, sombreros para que la gente pueda sacar sus fotos y algunas de estas fotos sean compartidas, por ejemplo, en lugares de AFRALO, para atraer la participación utilizando esto.

Y después también nos dimos cuenta que la gente quería utilizar estos sombreros para las fotos, entonces diría que tendríamos que tener un lugar de fotos y también un café u otra forma de sacar fotos, pero no sé, puede haber algún tipo de vestimenta que sea de Washington D.C para también sacarse fotos. También hablamos de juegos, por ejemplo, tenemos muchas siglas, entonces podemos agregar algo de eso, algunos juegos de preguntar y puede haber un lugar donde tengan varias siglas, sacan una sigla y tienen que decir qué significa esa sigla.

Hay algo para dar después. Otra cosa es que, digamos que muchas veces no es lo suficientemente cómodo, podemos armar como un lugar para sentarse, que sea cómodo dentro de ese stand, para que la gente permanezca tiempo, para que puedan venir de otras Unidades Constitutivas y nos hagan comentarios, acercarnos a ellos o también a los miembros que estén en el stand, pero quizás podemos tener dos o tres, suficiente como para tener un área para sentarse.

Para los voluntarios que trabajen ahí creo que tiene que haber una identificación específica, decir que es un voluntario, algo que identifique porque puede ser como un delantal o algo que diga: “Soy voluntario”,

algo lindo, ¿no? Pero también puede ser algún tipo de [etiqueta], pero que diga que es voluntario, algo que identifique a esos voluntarios. Sugeriría algún tipo de delantal o algo por el estilo, cuando uno entra se lo pone como voluntario y después obviamente se lo saca.

Esas son las cosas en las que estuve pensando, como para ver qué es lo que puede suceder. También pensé en tener como una pizarra de fondo para que la gente pueda firmar y poner lo que puede ser un nickname o la firma, como decir: “Bueno, yo pasé por acá”, y, además, la foto que se tomaron puede estar ahí. No sé, algo para que la gente pueda quizás firmar con marcador o algo así, pueda firmar con su alias o con su nombre para que podamos ver en esa pizarra todas sus firmas para quienes pasaron, creo que eso también puede resultar atractivo.

Estas son mis sugerencias para el stand sobre la base también de lo que decidimos y después obviamente quiero escuchar los comentarios de Siranush y Deborah sobre esos voluntarios. Gracias.

DENISE HOCHBAUM: Es fantástico, muy bueno, muy buenas ideas esto de incluir un área para sentarse, van a trabajar muy bien. Ahora, por favor, Siranush, adelante.

SIRANUSH VARDANYAN: Muchas gracias, Denise. Creo que le voy a dar la palabra a Deborah porque ella está gestionando el stand y luego yo voy a tomar la palabra.

DEBORAH ESCALERA: Gracias, Siranush. Primero, permítanme colocar el enlace para el stand, lo voy a colocar en el chat, creo que hay algunos malos entendidos con respecto a este stand, en este caso, va a estar abierto en un período de tiempo todos los días y creo que hay un plan de las 10:00 a las 11:00 el martes, de 12:00 a 14:00 el miércoles, etc., lo cual está bien, pero lo que quiero saber es si van a tener esos horarios son responsables entonces en ese horario, ese sería el horario de ustedes y no deberían esperar que ningún otro voluntario esté en ese horario que ustedes reservaron.

Esa sería la cabina para ustedes durante ese horario únicamente, entonces ese es su horario y ustedes son responsables de traer sus propios suministros o sus cosas y lo que hagan en la cabina o en el stand va a depender de ustedes. Los suministros que van al stand nosotros no lo brindamos, el ALAC tiene los propios y ustedes van a proveer lo propio, quizás podemos dar una pizarra con marcadores, eso no sería un problema, pero cualquier otro suministro o cuestión que necesiten, bueno, le pueden preguntar a Heidi cuáles son las cosas que va a necesitar y cuál es el presupuesto, y eso viene del ALAC.

Cuando otro grupo se anote para utilizar el stand, lo mismo, son responsables de decir o solicitar los suministros para sus actividades y cuando, por ejemplo, yo haga mi actividad, yo voy a brindar los suministros necesarios para esa actividad. En cuanto el área para sentarse eso depende del equipo de reuniones, yo no tengo control al respecto de ese tema, si quieren, por ejemplo, planificar un área para sentarse voy a tener que hablar con ellos para que ellos lo ordenen de una manera agradable.

Entonces este cronograma para el stand no va solamente para ustedes, va para otros grupos también, se va a enviar a otros grupos, entonces es importante que lo tengan en cuenta y que sepan que las horas que reservan ustedes van a ser los responsables y si ustedes no van a poder estar allí en ese horario pedido, bueno, les piden que nos avisen para poder poner a alguien más o cubrir ese horario.

Otra idea es que estén en pares, que uno quizás solo no quiera estar allí, sino que haya dos personas. Y, por último, en ICANN76 el día 1 tuvieron la bienvenida de At-Large, tuvieron oradores durante el almuerzo, en el día 2 tuvieron algunas actividades, en el día 3 había otro tipo de actividades, por ejemplo, sobre el desarrollo de políticas de At-Large. Todas estas ideas que… Les cuento porque eso fue lo que se hizo en ICANN76, ustedes tienen sus propias ideas, no sé si de lo que estuvieron hablando hoy va a estar dentro de las 02:00 y las 03:00 o si están hablando de otros horarios, pero la cabina va a estar el lunes, martes y miércoles desde las 10:00 a las 14:00.

También veo que están hablando de las redes sociales, me parece que es una idea fantástica y lo que planeen… Bueno, yo voy a estar prestando atención al cronograma del stand y voy a hacer mi parte para que NextGen y los becarios sepan qué va a suceder en el stand y que estén atentos a todas las actividades que se van a llevar a cabo. ¿Tienen alguna pregunta?

DENISE HOCHBAUM: Gracias, Deborah, muy claro. Creo que, en una semana, quizás en dos semanas, vamos a poder comenzar a elaborar un poco más esta tabla porque el que usted nos mandó es para todos, vamos a comenzar a poner los nombres una vez que tengamos más claras las actividades y cómo las vamos a llevar adelante. Entonces quizás tengamos que tener alguna conversación, es algo que vamos a trabajar en forma conjunta.

Y yo quería preguntarle a Siranush también lo siguiente. ¿Pueden pedirle a los Fellows y a los becarios que también participen en el stand? Esa sería mi pregunta, si pueden participar.

SIRANUSH VARDANYAN: Gracias, Denise. El gráfico o el documento que Deborah compartió habitualmente se comparte con los Fellows y becarios también, con todos los Fellows del programa, no solamente con los nuevos participantes para invitarlos al stand y si hay algún nuevo participante que viene y busquen formación, bueno, el documento se comparte después de que se publica la agenda oficial de la reunión ICANN77 para que todo el mundo sepa qué sucede.

Pero estoy de acuerdo con la sugerencia de que todos los que estén asignados que coloquen la información, cuáles son las actividades que se van a planificar en ese bloque horario específico que van a representar. Para los becarios que van a estar ocupando un bloque para las actividades con el grupo de NextGen y los becarios, y los cursos que tenemos y que Deborah tiene para los nuevos participantes, bueno, eso va a estar disponible para nuestro grupo que va a ocuparse o va a ocupar el bloque correspondiente.

Si At-Large quiere, por ejemplo, llevar adelante alguna actividad cada uno se ocupa de su propio bloque asignado. Con respecto a la participación de los Fellows o becarios yo no podría decir más, siempre con gusto nosotros compartimos toda la información con los Fellows o becarios para que se acerquen al stand y si hay alguna actividad específica que van a poner en el documento eso está bueno que también lo comuniquen para poder hacerlo llegar porque el equipo de becarios son siempre muy amables, tenemos solamente cuatro días, es un foro de política y tienen sus agendas muy ocupadas con todas las sesiones.

Entonces quizás puedan acercarse durante un receso, durante el almuerzo. Ahora bien, los toros bloques horarios ya también están reservados porque tienen que estar en las sesiones que son obligatorias, son sesiones planificadas por mí y por los sectores de interés a los que van a asistir.

Tenemos a Shah que es parte del programa de fellowship de la reunión ICANN77, él tiene acceso a nuestra lista de correo electrónico, él puede compartir también la información sobre los próximos eventos, juegos, las competencias de Twitter, etc., para los Fellows directamente y si no yo siempre estoy allí disponible o si alguien, por ejemplo, de su comité organizador nos envía información estamos allí para ayudarlos, como ya saben. Gracias, eso sería todo de mi parte.

DENISE HOCHBAUM: Muchas gracias. ¿Alguna pregunta que quieran hacer? Bueno, ahora me toca a mí, voy a ser muy breve. Yo invito a todos a que hagan un video, un breve video, yo ya envié la invitación a algunas personas, a mí me gustaría que los videos estuviesen en sus propios idiomas, por ejemplo, Lilian piensa hacer un video en el idioma de su pueblo al cual pertenece, entonces ella va a emitir el mensaje en el idioma de sus ancestros.

Estaría muy bueno eso porque no es un solo video o un video editado, si no que habrá varios videos que se van a poder publicar, según las instrucciones en las plataformas y en los horarios o husos horarios estipulados. Esto es interesante porque ya tenemos el texto y después lo

pueden usar de manera creativa, pueden adaptarlo, como hizo Jonathan en la última oportunidad.

Entonces no necesariamente tienen que estar frente a la pantalla y hablar sin pensar, pueden ser creativos, pueden crear situaciones, pueden hacer que nuestra comunicación sea más fluida. El video es para la parte de difusión externa, es para atraer personas, es para atraer participantes… Para que la gente sepa y que se puedan publicar en Facebook, Instagram, a la gente le gusta ver imágenes divertidas que atraen la atención.

Esa es una forma. Glenn McKnight fue el primero que envió su video, espero que en la próxima semana tengamos o pueda yo recibir más videos, por supuesto, así que, voy a, nuevamente, reiterar la invitación a todos porque es importante que estén en la lista de correo electrónico para que puedan compartir información y también para poder enviar la información a todos.

No sé si Hadia está conectada, creo que no, bueno, básicamente a mí me gustaría que Hadia… Hadia promovió tres políticas en las cuales está trabajando para la reunión ICANN77. Hablamos de determinado contenido y de usarlo como información en las redes sociales, Jonathan también con gusto nos va a ayudar a desarrollar este programa. Estamos pensando que este seminario va a ser el lunes, no tenemos todavía el tiempo, pero creo que va a ser en este horario, a las 15:00 o 16:00UTC, y va a ser de 90… A ver, permítanme verificar.

Perdón, la fecha es el 22 de mayo donde pensamos tener el seminario web. Ahora le doy la palabra a Eduardo para hablar de los próximos pasos de la reunión, Eduardo, adelante por favor.

EDUARDO DÍAZ: Estaba por decir que nos salteamos a Lilian.

DENISE HOCHBAUM: Sí, ella estaba conectada, pero está en un avión y creo que estaba conectada telefónicamente, pero estaba en la sala de espera, nos avisó que esto iba a ser así.

EDUARDO DÍAZ: Bueno, no lo sabía. Entonces pasemos a los próximos pasos, necesitamos los mensajes para poder categorizarlos, al menos la lista de mensajes para el primer conjunto, para poder trabajar con esos mensajes para la próxima semana, puede ser un borrador o algo que podamos directamente empezar a usar. Yo propongo comenzar con la implementación de estos mensajes el viernes, simplemente para poner una fecha, en mi cronograma yo tengo el 15 de mayo, sería la fecha para comenzar a enviar los mensajes.

Nos quedan algunos días después de nuestra próxima reunión para poder determinar o terminar de definir cómo va a ser eso. Luego también se mencionó Telegram, Shah, Shreedeep y Adebunmi, por favor verifiquen eso con el equipo de Telegram porque eso tiene que ver con las plataformas y las herramientas que se van a usar, verifiquen si Telegram es algo viable para incorporar la estrategia y si es así, en la próxima oportunidad nos pueden contar qué les parece o qué piensan al respecto.

Natalia mencionó que hay algunas cuestiones que se deberían tomar en cuenta para utilizarlo. Como dijo Denise, el seminario web de políticas y en relación a la reunión va a estar listo y se va a presentar el 22 de mayo. Eso sería todo, no sé si hay alguna pregunta…

Y la otra cuestión es planificar otra reunión de 90 minutos, me parece que después de la próxima reunión ya no va a ser necesario agendar otra reunión de 90 minutos una vez que ya estemos en la implementación de todo eso, simplemente vamos a tener que informar cómo van las cosas, pero mientras estemos en este período de planificación sí, así que, esta semana tenemos que refinar y revisar el trabajo que estamos haciendo y ver qué vamos a enviar, cuándo y cómo compartir con el grupo.

Así que, bueno, eso sería todo de mi parte.

DENISE HOCHBAUM: Creo que con Michelle podemos programar una reunión de 90 minutos, ¿correcto? Es importante para la parte de planificación y mismo horario. Les agradezco a todos por las contribuciones, por la participación de todos porque toda la información ha sido muy valiosa, hemos aportado mucho contenido y muchas ideas para comenzar a trabajar de manera conjunta, así que, les agradezco a todos. Sin más, nos vemos en la próxima reunión.

MICHELLE DESMYTER: Muchas gracias, Denise, gracias a todos.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]