

The Scarlet Letters

We are in trouble. As we face the third decade of the HIV/AIDS epidemic, stigma, dogma and silence, propelled mostly by fear and a bit by ignorance, are permeating our communities and hijacking our imaginations. This is happening at a time when being poor, gay and/or of color heightens both the chance for exposure to HIV and the likelihood of substandard sometimes inaccessible treatment. This is happening at a time when the civil liberties of people infected with HIV are being contested, while our bodies go up for grabs in the social marketplace of drug companies and public health message-makers. This is happening at a time when the condom is at once a symbol of sexual constraint and freedom of speech. This is happening at a time when misogyny, homophobia, and racism rein free and unchecked, veiled under the cloak of evidence-based public health. Public outcry is muffled for fear of retribution that could come from those who hold the financial purse strings of our social services organizations, and places of work and worship.

We must counter stigma, dogma and silence unapologetically, courageously and with our collective imaginations fully deployed. It is in this spirit that we introduce *The Scarlet Letters*. *The Scarlet Letters* is part of a series of new publications being launched by APLA, designed to stimulate public debate and to encourage a renewed sense of possibility within the AIDS industry. In Nathaniel Hawthorne's original novel, "*The Scarlet Letter*" (1850), an adulterous woman is branded with a large red "A," a public humiliation tactic used to reveal to her community her

(continued on page 6)

Tenemos problemas. A medida que encaramos la tercera década de la epidemia del VIH/SIDA, el estigma, el dogma y el silencio - empujados por el miedo y un poco de ignorancia- impregnan nuestras comunidades y secuestran nuestra imaginación. Esto pasa cuando ser pobre, gay y/o de color incrementa el riesgo de exposición al VIH e incrementan los algunas veces inaccesibles tratamientos subestandarizados. Esto pasa cuando las libertades civiles de personas que viven con el VIH/SIDA se ponen bajo prueba, cuando nuestros cuerpos van por el mejor postor en el mercado de las compañías farmacéuticas y los creadores de mensajes de prevención. Esto pasa cuando el condón es un símbolo de restricciones de la sexualidad y de la libertad de expresión. Esto pasa cuando la misoginia, la homofobia y el racismo toman las riendas y están sin vigilancia, cubiertos detrás de un manto de evidencias basadas en salud pública. La crítica pública es enmudecida por el miedo al castigo que pueden ejercer los que controlan las cuerdas financieras de nuestras organizaciones sociales, lugares de trabajo y de espiritualidad.

Tenemos que oponernos al estigma, al dogma y al silencio sin disculparse con nadie, con coraje y con nuestra imaginación colectiva completamente desplegada. Este es el espíritu con el que introducimos *The Scarlet Letters*. *The Scarlet Letters* es parte de una serie de nuevas publicaciones lanzadas por APLA, cuyo diseño estimula el debate público y promueve un sentido renovado de diferentes posibilidades dentro de la industria del SIDA. En la novela original, "*The Scarlet Letters*" de Nathaniel Hawthorne (1850), una mujer adúltera lleva la letra roja "A", una táctica de humillación pública que revela a su comunidad su trasgresión social. Por el con-

(continúa en la última página 6)

Introduction by George Ayala, Psy. D.

1

Invierno 2003

Re-imagining Our Response to AIDS

By/Por Patrick "Pato" Hebert

Recently the STOP AIDS Project released a new HIV prevention campaign in San Francisco.¹ According to the STOP AIDS Project website, the bus shelter and print ads feature HIV-positive men who describe "the impact of a specific side effect of HIV disease or anti-HIV medication," conditions such as Crix belly, lipodystrophy, diarrhea, facial wasting and night sweats. In its effort to mobilize community consciousness, the 'HIV Is No Picnic' campaign dangerously mobilizes fear instead.

Though it is important for us to talk about the often painful realities of AIDS, the 'HIV Is No Picnic' campaign relies on fear tactics, a strategy which long ago proved ineffective.² With increased government audits of community-based agencies like the STOP AIDS Project, and a post-9/11 national narrative spun around notions of assault and defense, it was only a matter of time before such a campaign came to the fore. Scare tactics are not a new strategy for mobilizing community opinion, yet with effort, we³ in the HIV prevention community can keep them from becoming the norm. Communities at risk need a heightened sense of complexity, not urgency.

Billed as "hard hitting," it seems the campaign ushers in a new era of fear-based strategies to be used in the "struggle" against the disease. Such strategies ought to be more cognizant of the challenges in representing HIV-positive individuals, lest we further stigmatize and demonize bodies already besieged by disease. We can be proactive without being defensive. Real and imagined divisions regarding serostatus have drained our intellectual, financial and human resources for years. How does this campaign contribute to our wellness or to our much needed sense of agency? How does this campaign contribute to our need to come

Recientemente STOP AIDS Project lanzó una nueva campaña de prevención sobre el VIH en San Francisco.¹ De acuerdo a la página electrónica de STOP AIDS Project, las campañas publicitarias en las paradas de autobuses y otros gráficos muestran a hombres con el VIH que describen "el impacto de algunos efectos colaterales específicos de la enfermedad causada por el VIH o por los medicamentos anti-VIH", condiciones como la panza de crix, diarrea, desgaste facial y sudores nocturnos. En lugar de movilizar y concienciar a la comunidad, la campaña de "El VIH no es un día de campo", la moviliza peligrosamente hacia el miedo.

Aunque es importante hablar de las dolorosas realidades del SIDA, la campaña "El VIH no es un día de campo" se apoya en las tácticas de miedo, estrategia que hace mucho tiempo comprobó ser ineficiente.² Con el incremento de las auditorías gubernamentales a agencias comunitarias como STOP AIDS Project y una narrativa nacional post-9/11 que está hilada con el concepto de asalto y defensa, era de esperar que una campaña como esta apareciera pronto como punta de lanza. Las tácticas de temor no son una nueva estrategia para movilizar la opinión pública, sin embargo, con esfuerzo, nosotros,³ desde el campo de la prevención en la comunidad del VIH, podemos mantenerlas alejadas de que se conviertan en la norma. Las comunidades en riesgo necesitan un alto sentido de complejidad, mas no de urgencia.

Sellada como "golpeando fuerte", la campaña parece introducir una nueva era basada en estrategias de miedo que se utilizarán en la "lucha" contra la enfermedad. Estrategias como estas requieren ser más conocedoras de los retos inherentes que conlleva la representación de individuos que viven con el VIH para que no estigmaticemos más y satanicemos los cuerpos ya asediados por la enfermedad. Podemos ser proactivos sin ser defensivos. Divisiones reales e imaginadas con respecto al estatus serológico han

2

Re-imaginando Nuestra Respuesta al SIDA

Traducido por Omar Baños

together across serostatus?

Why not create representations of resilience as a response to “dis-ease”? Such an approach need not repeat the saccharine images initially released by pharmaceutical companies or even the bland feel-good campaigns that have defined public prevention discourse in different parts of the country.⁴ Instead we could construct informed, nuanced, imperfect, poetic and complex messages that would resonate with the fullness of the lives we live in relationship to HIV.

Lately, a pervasive belief has been aired by some of us who are middle-aged and HIV positive. Whether in focus groups, staff meetings or over dinner with friends, we utter the assumption that ‘young guys just don't get it.’ Perhaps this is a generational difference, a desire to pass on our hard-earned wisdom in the hope of saving young lives. Maybe this is simply a projection of the very real fears that come as we face the

consumido nuestros recursos intelectuales, financieros y humanos durante años. ¿Cómo contribuye esta campaña a nuestro bienestar o a nuestro tan necesitado sentido como agencia? ¿Cómo contribuye esta campaña a nuestra necesidad de unirnos en los estatus serológicos?

¿Por qué no se crean representaciones adaptables como una respuesta a la enfermedad? Tal acción no necesita repetir las melosas imágenes que inicialmente fueron lanzadas por las compañías farmacéuticas ni tampoco las insípidas campañas de “siéntete bien” que han definido el discurso de prevención en Los Angeles y otras partes del país.⁴ Más bien, podemos construir mensajes informados, matizados, imperfectos, poéticos y complejos que resuenen con la plenitud de las vidas que vivimos en relación con el VIH.

Sin embargo, últimamente se ha difundido una creencia muy penetrante por algunos de nosotros que somos de mediana edad y vivimos con el VIH. Ya sea en grupos de enfoque, reuniones de trabajo o en cenas

“Too often young gay men are told that sex with other men can only be unsafe and dangerous, doomed to a future of suffering. Our generations should be sharing with one another, not scaring one another.”

“Demasiadas veces se les dice a los hombres jóvenes gays que el sexo con otros hombres solamente puede ser inseguro y peligroso, destinado a un futuro de sufrimiento. Nuestras generaciones deberían de estar compartiendo entre si, y no asustarse unos a otros.”

disease daily and live longer than we had ever allowed ourselves to imagine. Yet however well-intentioned this veteran mentorship may be, fear based approaches are simply counterproductive.

The HIV-negative population is not *en masse* disinterested in HIV/AIDS, nor are we naïvely motivated by a sense of false security. Some of us are men who stopped having sex at 40 because of our fears and/or as a strategy for survival. Some of us are involved in sero-discordant romances that challenge our boundaries and inspire connectedness. Some of us hoped that if we managed to stay negative into our 30s then HIV would go away. Others of us have had to confront our own fears and preconceptions about people living with HIV. Some of us are gay men who have carefully created lives of fulfilling

Photo courtesy of Buddy Akin



con amigos, nosotros expresamos la suposición que “los chicos jóvenes no lo agarran”. Quizá esto sea una diferencia generacional, el deseo de pasar nuestra sabiduría ganada a pulso con la esperanza de salvar jóvenes vidas. Tal vez esto sea una simple proyección del verdadero miedo que llega cuando enfrentamos la enfermedad a diario y vivimos más tiempo del que hubiésemos podido imaginar. Aunque esta veterana mentoría sea bien intencionada, este abordaje basado en el miedo es, simplemente, contraproducente.

La población con estatus de VIH negativo no es una masa desinteresada en el VIH/SIDA, ni tampoco somos motivados ingenuamente por un sentido de falsa seguridad. Algunos de nosotros somos hombres que dejamos de tener sexo a los 40 años de edad por nuestros temores y/o como una estrategia para sobrevivir. Algunos de nosotros estamos involucrados en romances

desire while testing and staying HIV-negative year after long, sometimes lonely, year. And some of us are teens who are already safe sex advocates with our peers. We all are hungry for an understanding of HIV that does not make the disease a mistake, problem or pariah, but rather a challenge and reality with which all of us must contend. We make an effort to acknowledge the ways in which HIV stigma has diminished the possible richness of our lives. Clearly we all have much to learn. Isn't that what a well lived life is for?

Young people are not simply ignorant or stuck in self-absorbed ideas of invincibility. It is true that young men did not live through the trauma of the early '80s, AZT hangovers or the decimation of social circles and civil rights advancements. We live(d) through crack, intense gentrification of our neighborhoods, an increasingly fearful and conservative community discourse, and a sexual reality that has never known the collective bliss of being free of the need for condoms. Too often young gay men are told that sex with other men can only be unsafe and dangerous, doomed to a future of suffering. Our generations should be sharing with one another, not scaring one another. We should be offering messages that imagine a future of fierceness, possibility and strength, not struggle and incapacitation.

HIV prevention message framing and intervention development should encourage intergenerational, cross status, multiracial dialogues about the challenges that HIV poses for our communal wellness. Wellness cannot be reactionary, for it simply cannot survive if its primary fuel is fear. Wellness needs to be nurtured, and for our representations to nourish we must put the social back in social marketing. We do this by emphasizing the important role played by quality social relations. Our sense of self and purpose are ulti-



Photo courtesy of Carlos Peña

serodiscordantes que retan nuestros límites e inspiran conexión. Algunos de nosotros esperamos que si logramos mantenernos negativos al llegar a los 30 años, entonces el VIH desaparecerá. Otros hemos tenido que enfrentar nuestros propios temores y prejuicios preconcebidos sobre las personas que viven con el VIH. Algunos de nosotros somos hombres gays que cuidadosamente hemos creado enriquecedoras vidas de deseo mientras las pruebas de VIH se mantienen negativas año tras año, algunas veces años solitarios. Y otros somos jóvenes que abogamos por sexo seguro con nuestros amigos. Todos estamos sedientos de comprender un VIH que no hace de la enfermedad un error, problema o paria (exilio), si no mas bien, un reto y realidad en la que todos nosotros tenemos que luchar. Nosotros hacemos el esfuerzo para reconocer las maneras en que el estigma del VIH ha disminuido la posible riqueza de nuestras vidas. Claramente tenemos mucho que aprender. ¿No es para eso una vida bien vivida?

La gente joven, no es que sea ignorante o simplemente esté atorada en ideas absorbentes de auto-invincibilidad. Es cierto que los hombres jóvenes no vivieron el trauma del principio de la década de los años 80, las resacas de AZT, o la pérdida de círculos sociales y de avances en los derechos civiles. Hemos vivido y vivimos con crack, un intenso aburresamiento de nuestros vecindarios, un creciente discurso público conservacionista y atemorizante y una realidad sexual que nunca ha conocido la dicha colectiva de sentirse libre de la necesidad de los condones. Demasiadas veces se les dice a los hombres jóvenes gays que el sexo con otros hombres solamente puede ser inseguro y peligroso, destinado a un futuro de sufrimiento. Nuestras generaciones deberían de estar compartiendo entre si, y no asustarse unos a otros. Deberíamos de estar ofreciendo mensajes que imaginan un futuro de fiereza, posibilidad y fuerza, en lugar de lucha e incapacidad.

El desarrollo de las estructuras de los mensajes e intervenciones de prevención para el VIH deberían promover diálogos

Understanding what contributes to the persuasiveness of HIV prevention social marketing campaigns can help guide decisions regarding message framing, tailoring, cultural targeting, use of fear appeals, as well as the message, source and channel of the communication to be used.⁵

El comprender qué contribuye a los persuasivos mensajes de las campañas públicas puede ayudar a guiar las decisiones que se toman al momento de elaborar los mensajes, los grupos culturales que lo reciben, el uso del miedo, así como la fuente del mensaje y los canales de comunicación que se utilizarán.⁵

mately tied to our relationships, the very relationships that give meaning to our lives. Effective prevention efforts are those that remember and reinforce the power of sex and desire, reciprocity in romance, flexible family ties, nurturing friendships and service-provider networks, and self-knowledge that is at once critical and caring.

Now more than two decades into this dilemma, on any given day we may find ourselves feeling utterly exhausted, unsure of what aging, treatment changes, and the pressure to live healthy lives will do to our daily routines, our relationships, our sex. Of course our fears will continue to morph and challenge us in unexpected ways. But our imaginations should do no less. Informing all community members about the realities of living with HIV should be part of our collective task. Dividing ourselves via weak assumptions and scare tactics should not.

The effort against AIDS can best be realized in the realm of our imaginations. If we are to achieve sustainable HIV victories, we must stay creative in the ways we imagine our lives unhindered by HIV. This was important when we mobilized in the days of GRID* and central to our survival before HAART.** At this critical moment, with federal calls for abstinence compounding collective fatigue and a pandemic that is burgeoning worldwide, fear must not keep us from the picnic ground of our minds.

5

intergeneracionales, estatus mixtos, y multi-raciales sobre los retos que el VIH antepone a nuestro bienestar común. El bienestar no puede ser reaccionario ya que simplemente no podría sobrevivir si su fuente primaria de energía es el temor. El bienestar tiene que ser fomentado y para que nuestras representaciones lo nutran, tenemos que traer de regreso lo social a las campañas públicas. Hacemos esto al enfatizar la importancia del rol que tienen las relaciones sociales de calidad. Nuestro sentido de nosotros mismos y nuestro propósito están, finalmente, atados a nuestras relaciones, las mismas relaciones que dan significado a nuestras vidas. Los esfuerzos eficaces en prevención son aquellos que recuerdan y refuerzan el poder del sexo y el deseo, la reciprocidad en el romance, la flexibilidad en los lazos familiares, el cultivo de relaciones y redes de servicios de proveedores, así como el auto-conocimiento, el cual es crítico y constructivo.

Hoy, más de dos décadas en este dilema, en cualquier día nos podemos encontrar completamente exhaustos, inseguros de lo que el envejecimiento, los cambios de tratamiento, y la presión de vivir vidas saludables nos hará a nuestras rutinas diarias, nuestras relaciones, nuestro sexo. Por su puesto que nuestros temores continuarán con su metamorfosis y nos retarán de maneras inesperadas. Pero nuestra imaginación no debería ser menos. Informar a los miembros de la comunidad sobre la realidad de vivir con el VIH debería ser parte de nuestro trabajo colectivo. Y no deberían serlo el dividirnos nosotros mismos a través de débiles suposiciones y tácticas de temor.

Los esfuerzos contra el SIDA se pueden comprender mejor en el reino de nuestra imaginación. Si en realidad vamos a lograr VIH victorias sostenibles, tenemos que ser creativos en las maneras que imaginamos nuestras vidas sin los estorbos del VIH. Esto fue importante cuando nos movilizamos en los días de GRID* y fue central en nuestra sobrevivencia antes de la era de HAART.** En este momento crítico, con la presión federal sobre abstinencia, combinada con una fatiga colectiva y una pandemia que está ramificándose por todo el mundo, el temor no debe alejarnos de los terrenos placenteros de nuestras mentes.



Photo by: Jaime Cortez

Patrick "Pato" Hebert is the Associate Director of Education, Prevention for APLA where he oversees HIV Prevention programs, including social marketing. He has worked in HIV prevention since 1993. Prior to joining APLA, Hebert was a visiting assistant professor in art at Scripps College, and a creative consultant for the L.A. County Commission on Human Relations, where he helped to conceive "No Haters Here," a hate crime prevention campaign for youth.

Patrick "Pato" Hebert es el director asociado de educación en prevención de APLA. Él está a cargo de los programas de prevención de VIH, incluyendo las campañas publicitarias. Ha trabajado en el campo del VIH desde 1993. Hebert fue profesor invitado de arte en la universidad Scripps College y también fue consultor creativo para la Comisión de Relaciones Humanas del Condado de Los Angeles para la creación de "No Haters Here", una campaña para jóvenes de prevención de crímenes de odio.

(continued from first page)

social transgressions. In turn, she uses gold thread to embellish the letter she is forced to wear, an act of defiance and resiliency that recasts her history and life for all the public to see. The parallels to modern day social issues - AIDS, sexuality and a woman's right to self-determination - are uncanny and too irresistible not to make. APLA's *The Scarlet Letters* will showcase essays and op-ed pieces that push us to re-think our attitudes, dogma and silences in order to recast the social conditions within which we must work to end HIV/AIDS. No vaccine will accomplish this but our imaginations can.

Notes

1. For more information about the "HIV Is No Picnic" campaign, see www.stopaids.org.
 2. Rosser, B. and Simon, R. 1991. 'The Effects of Using Fear in Public AIDS Education on the Behavior of Homosexually Active men.' *Journal of Psychology and Human Sexuality*. 4, 3, 123-134.
 3. This commentary utilizes a complicated notion of the "we," one that does not deny our differences but rather inhabits them. This "we" aims to respect the integrity of the complexity of the HIV community. There is risk in this, for instance the risk of assuming that HIV positive and HIV negative people have the same experiences. Though our experiences may be different, they may also be shared, for example through the messiness of love, stigma and sex. In fact, HIV spreads precisely because our experiences are shared. Therefore this "we" is utilized as a strategy to keep us from distancing ourselves from one another and the challenging dynamics of risk. This layered "we" positions us together to be part of and own the potential solutions to the HIV pandemic. Though difficult to grasp and even harder to sustain, this "we" is crucial to our survival.
 4. To see a range of social marketing strategies, see: www.lapublichealth.org/aids/, www.hivstopswithme.org/, www.weholife.org/media.htm
 5. Devos-Comby, L. & Salovey, P. 'Applying Persuasion Strategies to Alter HIV-Relevant Thoughts and Behavior,' *Review of General Psychology*, 2002, Vol.6, No.3, 287-304.
- * Gay-related-immune disorder.
** Highly Active Anti-Retroviral Therapy.

(viene de la primera página)

trario, ella usa hilos de oro para embellecer la letra que ha sido obligada a llevar, un acto de desafío y de resistencia que difundió su historia y su vida a todo el público. No hacer la conexión y ver paralelos a cuestiones sociales de hoy en día - el SIDA, la sexualidad y los derechos de las mujeres a la auto-determinación- es arriesgado e irresistible. *The Scarlet Letters* de APLA mostrarán ensayos y escritos de opinión que nos harán re-pensar nuestras aptitudes, el dogma y el silencio para poder difundir las condiciones sociales en las que nosotros debemos trabajar para ponerle fin al VIH/SIDA. Ninguna vacuna logrará esto, sólo nuestra imaginación.

Notas

1. Para más información sobre la campaña de "El VIH no es un día de campo", vea www.stopaids.org
 2. Rosser, B. and Simon, R. 1991. 'The Effects of Using Fear in Public AIDS Education on the Behavior of Homosexually Active men.' *Journal of Psychology and Human Sexuality*. 4, 3, 123-134.
 3. Este comentario utiliza una noción complicada de "nosotros", que no niega nuestras diferencias sino que las habita. Este "nosotros" intenta respetar la integridad de la complejidad de la comunidad del VIH. Existe un riesgo al hacer esto, por ejemplo, el riesgo de suponer que las personas con y sin VIH tienen las mismas experiencias. Aunque nuestras experiencias pueden ser diferentes, también pueden ser compartidas, por ejemplo, a través del desorden del amor, el estigma y el sexo. De hecho, el VIH se contagia porque compartimos nuestras experiencias. Por lo tanto, este "nosotros" se utiliza como estrategia para mantenernos más cercanos los unos a los otros y para los retos presentados por la dinámica de riesgo. Este estrato de "nosotros" nos posiciona juntos para que seamos parte de y nos adueñemos de las posibles soluciones a la pandemia del VIH. Aunque es difícil de comprender y mucho más difícil sostenerlo, este "nosotros" es crucial para nuestra sobrevivencia.
 4. Para ver una variedad de campañas publicitarias, vea: www.lapublichealth.org/aids/, www.hivstopswithme.org/ www.weholife.org/media.htm.
 5. Devos-Comby, L. & Salovey, P. 'Applying Persuasion Strategies to Alter HIV-Relevant Thoughts and Behavior,' *Review of General Psychology*, 2002, Vol.6, No.3, 287-304.
- * Desorden inmune relacionado a homosexuales.
** Terapia Antiviral Altamente Activa.

6

CONTRIBUTING STAFF / COLABORADORES

George Ayala, Psy. D., Editor, Director of Education
Patrick "Pato" Hebert, Contributor, Associate Director of Education, Prevention
David Pieribone, Associate Director of Education, Treatment
Omar Baños, Design, Layout, Translations, Impacto! Editor
Mónica Leibovich, Impacto! Associate Editor
Tracy Sigrist, Publications Coordinator