



## **Guía para planificar con éxito una campaña del Mes Mundial del Alzheimer**

Mes Mundial del Alzheimer de 2021

[www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam)

# Kit de herramientas para la campaña Mes Mundial del Alzheimer de 2021 [www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam)

## Tabla de contenidos

---

<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>Alzheimer's Disease International</b> .....	<b>4</b>
<b>Mes Mundial del Alzheimer de 2021</b> .....	<b>4</b>
<b>Hoja informativa sobre la demencia</b> .....	<b>6</b>
<b>Mensajes clave</b> .....	<b>7</b>
<b>Calendario</b> .....	<b>8</b>
<b>Materiales de campaña</b> .....	<b>9</b>
<b>Organizar un evento</b> .....	<b>12</b>
<b>Eventos virtuales</b> .....	<b>13</b>
<b>Iluminación de monumentos famosos en color púrpura</b> .....	<b>15</b>
<b>Recaudación de fondos</b> .....	<b>16</b>
<b>Trabajar con su gobierno</b> .....	<b>17</b>
<b>Medios de comunicación</b> .....	<b>18</b>
<b>Organizar un acto mediático</b> .....	<b>23</b>
<b>Redes sociales</b> .....	<b>26</b>
<b>Medir su éxito</b> .....	<b>29</b>
<b>Patrocinadores</b> .....	<b>31</b>

## Introducción

**El mes de septiembre de 2021 marcará el décimo Mes Mundial del Alzheimer, una campaña internacional para aumentar la conciencia y desafiar el estigma. El año pasado, al menos 20 millones de personas participaron en actos de sensibilización, recaudación de fondos y educación en todo el mundo. Nuestro reto es superar esa cifra este año.**



La pandemia mundial ha afectado aún más a nuestra comunidad:

- Más del 25% de los fallecidos por la COVID-19 eran personas con demencia.
- Muchas personas con demencia han experimentado un deterioro cognitivo debido a la falta de compromiso social como resultado del aislamiento social, la protección, el distanciamiento y la falta de servicios sociales.
- Muchos cuidadores y personas con demencia han experimentado la aparición de depresión y ansiedad debido al distanciamiento social y a la falta de respiro y atención.
- Más recientemente, hemos empezado a estudiar el impacto de la COVID larga en el cerebro y nos preocupa mucho que la COVID-19 pueda causar más demencia.

**Ahora, más que nunca, necesitamos que todo el mundo dé un paso adelante y se asegure de que el mundo no olvida la demencia y la enfermedad de Alzheimer. El mundo debe CONOCER la enfermedad de Alzheimer y la demencia. #Conocer la Demencia #Conocer el Alzheimer** es el tema de la campaña de este año. Con el **conocimiento** viene la comprensión, la planificación, el asesoramiento y el apoyo.

**El Día Mundial del Alzheimer (21 de septiembre)** se puso en marcha en 1994 para conmemorar el décimo aniversario de Alzheimer's Disease International (ADI) y el Mes Mundial del Alzheimer hace diez años, y ambos han crecido considerablemente desde entonces. En 2020, sabemos que 97 países realizan actividades durante el mes, especialmente en torno al Día Mundial del Alzheimer. Nuestras asociaciones miembro, organizaciones asociadas, profesionales sanitarios, científicos e investigadores participan en la concienciación y estamos consiguiendo más cobertura mediática mundial, regional y nacional para amplificar el mensaje.

Este año, necesitamos más que nunca su dedicación y ayuda para seguir concienciando, sobre todo, sobre la falta de diagnóstico, a través de nuestra campaña "**Conocer la Demencia / Conocer el Alzheimer**". Aunque estamos en la cúspide de importantes avances en el tratamiento que requieren un diagnóstico a tiempo para ser eficaces, cada vez está más claro que hay personas en todo el mundo que no son diagnosticadas debido a la falta de especialistas, equipos de diagnóstico, recursos y a la estigmatización.

Alzheimer's Disease International volverá a movilizar sus redes para que todo el mundo participe activamente en la campaña. Le pedimos que haga lo mismo. No olvide contarnos lo que está haciendo para que podamos ayudar a promocionar sus actividades y eventos, y hable siempre con la prensa y los medios de comunicación. **Hable con los periodistas, pida a las emisoras de radio que cubran el tema u organice un encuentro telefónico sobre la demencia, promuévalo a través de las redes sociales.**

Este kit de herramientas le ofrece muchas opciones para facilitar sus actividades del Mes Mundial del Alzheimer: carteles, publicaciones para las redes sociales, mensajes clave e infografías estarán disponibles en los próximos meses en el **sitio web del Mes Mundial del Alzheimer**, lleno de inspiración e ideas.

**Conozca el Alzheimer! Actúa!**



**Paola Barbarino**, Directora General, Alzheimer's Disease International

# Alzheimer's Disease International

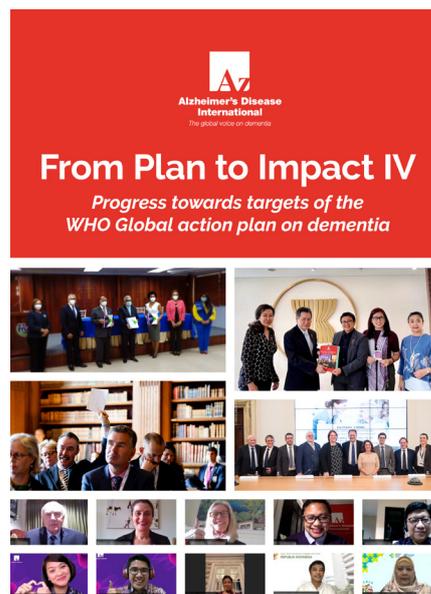
ADI es la federación internacional de **105 asociaciones de Alzheimer y de demencia** en todo el mundo, en relaciones oficiales con la Organización Mundial de la Salud (OMS). La visión de ADI es la prevención, el cuidado y la inclusión hoy, y la curación mañana.

ADI cree que la clave para ganar la batalla contra la demencia radica en una combinación única de soluciones globales y conocimiento local. Como tal, ADI está trabajando localmente, empoderando a las asociaciones de Alzheimer y de demencia para promover y brindar atención y apoyo a las personas con demencia y a sus cuidadores, mientras trabaja a nivel mundial para llamar la atención sobre la demencia y hacer campaña para cambios de política pública de parte de los gobiernos. La lista de los miembros de ADI está disponible aquí: <https://www.alzint.org/our-members/member-associations/> y la lista del personal de ADI aquí: <https://www.alzint.org/about-us/meet-the-team/>.

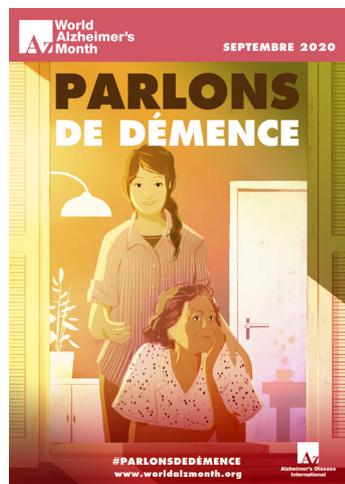
ADI aboga por la aplicación del **Plan de Acción Mundial Sobre la Respuesta de Salud Pública a la Demencia 2017-2025**, adoptado universalmente por los Estados miembros de la OMS en mayo de 2017. Los 194 Estados miembros de la OMS se han comprometido con siete áreas de acción: hacer de la demencia una prioridad de salud pública; aumentar el conocimiento y la concienciación sobre la demencia; reducir el riesgo de demencia; diagnosticar, tratar y gestionar la demencia; apoyar a los cuidadores; sistemas de información; e investigación e innovación. El Plan contiene objetivos para cada área que los gobiernos deben alcanzar para 2025.

Cada año, desde el lanzamiento del Plan Mundial de la OMS, ADI ha publicado un informe titulado **"From Plan to Impact"** (Del Plan al Impacto), en el que se detallan los avances de los Estados miembros en la consecución de los objetivos establecidos en el plan. Para saber más sobre las actividades de incidencia e investigación de ADI, visite nuestro **sitio web**.

ADI también está comprometido con la sensibilización y la desestigmatización de la enfermedad de Alzheimer y la demencia a través de diversas actividades, pero especialmente a través de su campaña del **Mes Mundial del Alzheimer**.



## Década del Mes Mundial del Alzheimer



Una década del Mes Mundial del Alzheimer: Una selección de materiales de los últimos 10 años

## Mes Mundial del Alzheimer de 2021

En septiembre de 2021 se celebrará la décima edición del **Mes Mundial del Alzheimer**, una campaña internacional de sensibilización sobre el Alzheimer y otras formas de demencia y de lucha contra el estigma. El objetivo principal del Mes Mundial del Alzheimer es implicar al mayor número posible de países en actividades de sensibilización y conseguir un compromiso primordial de todos los países que adopten el Plan de Acción Mundial de la OMS contra la demencia. Este mes de actividades demuestra una respuesta verdaderamente global, regional, nacional y local para promover la concienciación sobre la demencia y lo que podemos hacer para ayudar a las personas que padecen la enfermedad.

### **Conocer la Demencia / Conocer el Alzheimer**

La campaña del Mes Mundial del Alzheimer de este año se centra en el **diagnóstico**, impulsada por los recientes avances y posibles progresos en el tratamiento y el diagnóstico de la demencia. El Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2021 también se centra en el **diagnóstico** y se presentará durante el Mes Mundial del Alzheimer. Con un enfoque riguroso, examinaremos el papel de los gobiernos, los profesionales de la salud y la sociedad civil en el diagnóstico, poniendo de relieve las lagunas y sacando a la luz las experiencias de las personas con demencia y sus familias.

Al mismo tiempo, animamos a la gente a reconocer los posibles **signos de advertencia de la demencia** y a comprender la importancia de un diagnóstico a tiempo de la demencia, animando a la gente a buscar información, asesoramiento y apoyo, con el objetivo final de abordar el estigma que rodea el diagnóstico.

Esta iniciativa es una continuación del anterior tema del Mes Mundial del Alzheimer, **“Hablemos de demencia”**, cuyo objetivo era concienciar sobre la enfermedad de Alzheimer y combatir el estigma que persiste en todo el mundo.

El tema de la campaña **Conocer la Demencia/Conocer el Alzheimer** es el poder del conocimiento. Una vez que sepa más sobre la enfermedad, armado con información, consejos y apoyo, podrá prepararse y adaptarse mejor. El conocimiento es poder!

**En los materiales de campaña y en el kit de herramientas que se presenta a continuación, se puede ver que la combinación de enfoques, utilizando tanto las *signos de advertencia* como el tema “Conocer la Demencia / Conocer el Alzheimer”, es muy eficaz.**

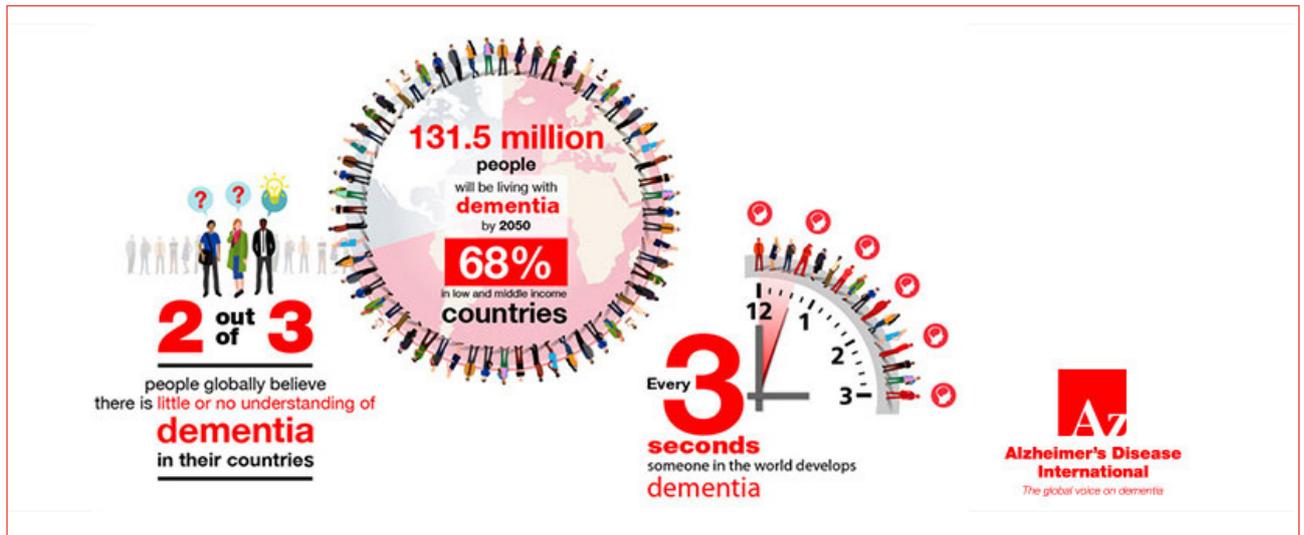
### **Cómo describir el Mes Mundial del Alzheimer**

Es importante presentar una imagen positiva y un mensaje coherente para el Mes Mundial del Alzheimer de parte de todas las asociaciones, grupos y organizaciones de todo el mundo. Les pedimos a nuestros miembros y simpatizantes que usen el siguiente texto para describir el Mes Mundial del Alzheimer :  
*“Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer, una campaña internacional para crear conciencia sobre la demencia y luchar contra el estigma. Cada año, las asociaciones de Alzheimer y de demencia, así como todos los que participan en el tratamiento, la atención y el apoyo a las personas con demencia, unen sus fuerzas en todo el mundo para organizar actos de concienciación e información, así como Caminatas por la memoria y jornadas de recaudación de fondos.»*

El alcance de esta campaña no deja de crecer, pero el estigma y la desinformación que rodean a la demencia siguen siendo un problema mundial. Septiembre es un mes de acción, en el que podemos unirnos para pedir el cambio.

**Únase a la campaña! Visite [www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam) para ver cómo puede participar. Puede encontrar más consejos y ejemplos de eventos anteriores aquí.**

## Hoja informativa sobre la demencia



**La demencia es un nombre colectivo para los síndromes cerebrales degenerativos progresivos que afectan la memoria, el pensamiento, la personalidad y las emociones.** La enfermedad de Alzheimer y la demencia vascular son los tipos más comunes de demencia, que afectan hasta al 90% de las personas con demencia. Los síntomas pueden incluir:

- Pérdida de memoria
- Dificultad para encontrar las palabras adecuadas o para entender lo que se dice
- Dificultad para realizar tareas que antes eran rutinarias
- Cambios de personalidad y de humor

La demencia no conoce fronteras sociales, económicas o geográficas. La demencia será experimentada de forma diferente por cada individuo, pero los afectados se volverán gradualmente incapaces de cuidarse a sí mismos y necesitarán ayuda con los aspectos esenciales de la vida diaria. Actualmente no hay cura para la mayoría de los tipos de demencia, pero sí algunos tratamientos limitados, lo que subraya la importancia de los cuidados, la información, el asesoramiento y el apoyo.

Cada 3 segundos, alguien en el mundo desarrolla demencia. El número de personas con demencia en todo el mundo supera los 50 millones, y se prevé que se triplique hasta alcanzar los 152 millones en 2050. El coste global anual de la demencia es de más de un billón de dólares, que se duplicará en 2030.

### **La demencia es ahora ampliamente reconocida como una de las crisis sanitarias más importantes del siglo XXI.**

En ausencia de políticas públicas sobre la demencia, los gobiernos están lamentablemente mal preparados para la epidemia de demencia. Es esencial que los gobiernos de todo el mundo actúen ahora para reducir el impacto de la demencia, concienciando y promoviendo la reducción de riesgos, así como apoyando la mejora del diagnóstico, la atención y la investigación. Es fundamental que todos los gobiernos creen y financien planes nacionales contra la demencia, en línea con el Plan de Acción Mundial Sobre la Respuesta de Salud Pública a la Demencia.

Para más información, visite: [www.alzint.org/about](http://www.alzint.org/about)

## Key messages

---

### COVID-19 y la demencia

1. El brote de COVID-19 ha puesto de manifiesto la falta de preparación de los sistemas sanitarios de todo el mundo para proporcionar servicios rutinarios y apoyo a las personas que viven con enfermedades crónicas como la demencia.
2. Durante el confinamiento y las restricciones, es esencial que las personas mayores, especialmente las que viven con demencia, no sean excluidas socialmente.
3. Durante la pandemia de COVID-19, es imperativo que la gente siga hablando de la demencia, buscando información, consejo y apoyo.
4. No espere hasta el final del confinamiento o las restricciones para hablar con su médico sobre los síntomas de la demencia. Hable con su médico y póngase en contacto con su **asociación** nacional de Alzheimer o de demencia.
5. Durante la COVID-19, hable con su **asociación** nacional de Alzheimer o de demencia. Utiliza sus líneas de ayuda, sitios web, redes sociales y eventos en línea para estar al día de los consejos e información sobre las **ayudas disponibles**.

### Diagnóstico

1. La demencia no es una parte normal del envejecimiento. Un diagnóstico puede ayudarle a tomar el control y planificar el futuro.
2. Actualmente no existe una prueba sencilla para detectar la enfermedad de Alzheimer y otras demencias. Se está investigando y desarrollando nuevos biomarcadores menos invasivos y menos costosos, pero actualmente se necesita una combinación de pruebas de memoria y escáneres.
3. En los países de renta baja y media (PRMB), sólo se diagnostica al 10% de los afectados. En los países de renta alta, se diagnostica aproximadamente la mitad.
4. En todos los países, el apoyo posterior al diagnóstico, el tratamiento y el acceso a la atención siguen siendo obstáculos importantes.
5. Recibir un diagnóstico de demencia a tiempo le permitirá acceder a información, recursos y apoyo para usted y sus seres queridos; desmitificar y desestigmatizar su enfermedad; maximizar su calidad de vida y recibir apoyo; y conocer las terapias farmacológicas y no farmacológicas disponibles que pueden aliviar los síntomas y mejorar la cognición. Todo esto puede ayudarle a planificar el futuro y a explicar a su familia, amigos y colegas lo que ha cambiado en su vida y cómo pueden ayudarle.
6. Hay pruebas de que cuando las personas con demencia y sus familias están bien preparadas y reciben apoyo, los sentimientos iniciales de conmoción, ira y dolor se ven compensados por una sensación de tranquilidad y empoderamiento.

### Estadísticas

1. Hay más de 50 millones de personas con demencia en el mundo.
2. Cada tres segundos, alguien en el mundo desarrolla demencia.
3. Se prevé que el número de personas con demencia se triplique hasta alcanzar los 152 millones en 2050.
4. El coste global anual de la demencia es de más de un billón de dólares, que se duplicará en 2030.
5. Casi el 62% de los profesionales de salud de todo el mundo creen erróneamente que la demencia es una parte normal del envejecimiento.
6. Casi el 80% del público en general está preocupado por desarrollar demencia en algún momento y 1 de cada 4 personas piensa que no hay nada que pueda hacer para prevenir la demencia.

7. El 35% de los cuidadores de todo el mundo declararon haber ocultado el diagnóstico de demencia de un familiar.
8. Más del 50% de los cuidadores de todo el mundo declararon que su salud se había deteriorado como consecuencia de sus responsabilidades, al tiempo que expresaban sentimientos positivos sobre su papel.

## Incidencia

1. Los gobiernos tienen la oportunidad y la responsabilidad de aumentar significativamente la concienciación, la detección y el diagnóstico de la demencia, alcanzando los objetivos del Plan de Acción Mundial sobre la Demencia de la Organización Mundial de la Salud (OMS).
2. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha reconocido la carga de la epidemia al presentar el **Plan de Acción Mundial Sobre la Respuesta de Salud Pública a la Demencia 2017 - 2025**. La concienciación es una de las siete áreas de acción clave del plan, con el objetivo de que el 100% de los Estados miembros realicen campañas nacionales para 2025.
3. Los planes nacionales de demencia son la mejor herramienta para que los gobiernos den una respuesta contundente a la demencia en su país. En la actualidad, sólo existen 40 planes nacionales contra la demencia (32 en los Estados miembros de la OMS).
4. Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer, una campaña internacional para concienciar sobre la demencia y luchar contra el estigma. Cada año, las asociaciones de Alzheimer y de demencia unen sus fuerzas en todo el mundo para organizar actos de concienciación e información, así como Caminatas por la memoria y jornadas de recaudación de fondos.

## Calendario

**A principios de junio:** kit de herramientas y materiales de campaña disponibles para el Mes Mundial del Alzheimer.

**Junio:** se abren las solicitudes de becas del Mes Mundial del Alzheimer (asociaciones miembro)

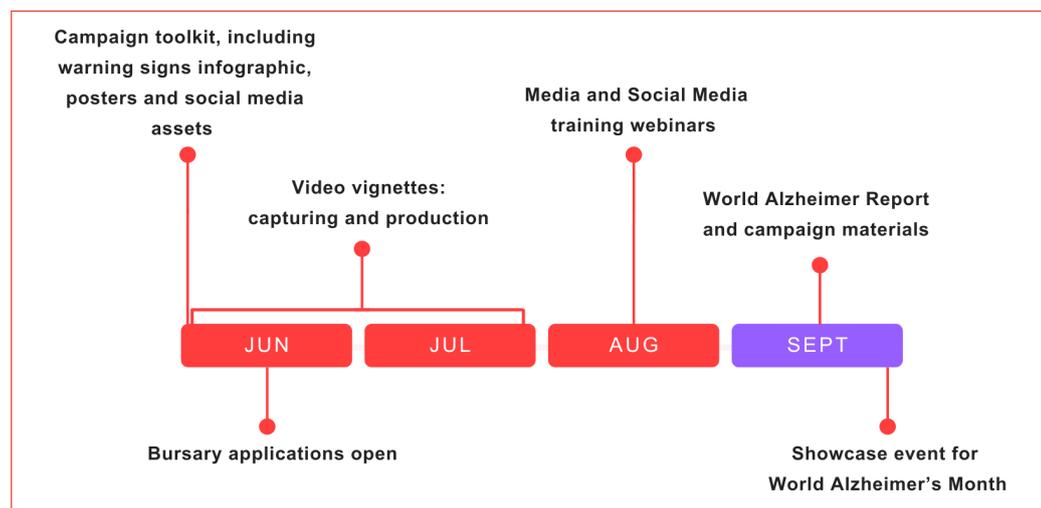
**Junio-julio:** Rodaje de viñetas de vídeo - testimonios de la experiencia de diagnóstico en todo el mundo

**Agosto:** Formación en medios de comunicación y redes sociales impartida por Edelman y Mana Communications

**Septiembre:** Mes Mundial del Alzheimer

**21 de septiembre:** Presentación del Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2021 y Día Mundial del Alzheimer

**30 de septiembre:** Seminario Web sobre las actividades del Mes Mundial del Alzheimer organizadas por las asociaciones miembros de ADI h



**Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer • #WorldAlzMonth**

## Materiales de campaña

Este año, proporcionamos carteles, banners para las redes sociales, infografías, viñetas de vídeo e información específica relacionada con el Informe Mundial sobre el Alzheimer (que estará disponible cuando se acerque la fecha de publicación, en septiembre).

Para 2021, hemos aumentado considerablemente el número y el tipo de carteles y banners disponibles, y también hemos incluido infografías sobre los signos de advertencia.

### Carteles

Como organización internacional, reconocemos la importancia de la diversidad en nuestros materiales, por lo que la selección de este año ha seguido ampliando su tamaño y sus opciones: [www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam).



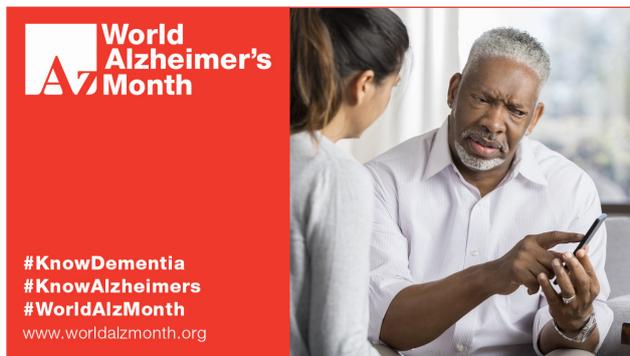
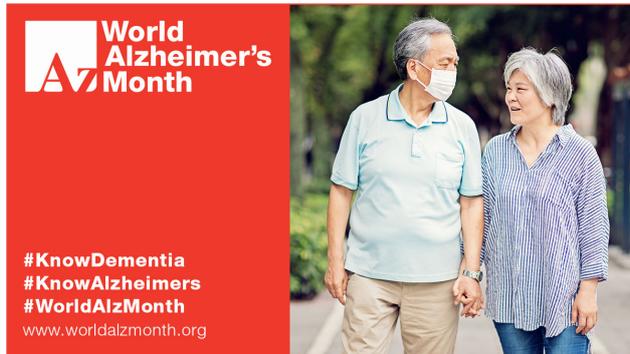
### 10 signos de advertencia de la demencia (infografía)

Este año hemos actualizado nuestra infografía "10 signos de advertencia de la demencia", que describe visualmente 10 de los signos más comunes que pueden estar relacionados con la aparición de la demencia. Para ver la versión de alta resolución, visite: [Infografía sobre los signos de advertencia de la demencia Alzheimer's Disease International \(ADI\) \(alzint.org\)](http://Infografía sobre los signos de advertencia de la demencia Alzheimer's Disease International (ADI) (alzint.org))

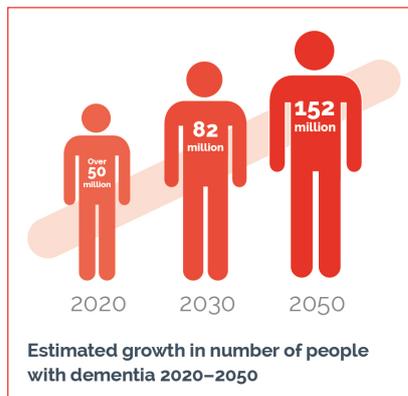


## Banners para las redes sociales

Al igual que con los carteles, hemos desarrollado mucho los banners basados en fotos para las redes sociales. A continuación se muestran algunos ejemplos, pero no dude en visitar el sitio web para ver el conjunto completo: [www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam)



## Infografías



## Organizar un evento

Un evento exitoso le permitirá hacer llegar su mensaje a su público objetivo clave, a la vez que contribuye a reforzar su imagen pública. Es importante asegurarse de que las personas que acuden a su evento saben por qué tienen que asistir, que se les avisa con suficiente antelación y que el día se desarrolla sin problemas y está bien organizado. Algunos de nuestros miembros llevan más de 25 años organizando eventos, por lo que tienen una gran experiencia sobre lo que funciona y lo que no. A continuación, algunos de sus consejos para organizar un evento con éxito.

**Le rogamos que sólo celebre actos en persona si se siente seguro y si las medidas de distanciamiento social de su país permiten las reuniones públicas.**

### Antes del evento

**Identifique tanto a su público objetivo como a sus posibles socios.** Decida a quién quiere influir con su campaña: puede ser a los responsables políticos o al público en general. A continuación, identifique y asóciase con personas y organizaciones interesadas en planificar actividades del Mes Mundial del Alzheimer. Algunas ideas son: hospitales, grupos de personas mayores, escuelas, colegios, universidades, grupos de mujeres, grupos religiosos, organizaciones benéficas de personas mayores, personas que trabajan en el campo de las enfermedades no transmisibles y grupos de salud mental.

**Elija una actividad con objetivos claramente definidos y alcanzables.** Sin objetivos, no puede medir si su evento ha sido un éxito o no. Por ejemplo: organizar un acto con 50 participantes o asegurar la presencia de un alto funcionario.

**Sea realista sobre lo que puede hacer su asociación.** No hay que subestimar los recursos humanos y financieros necesarios. Es mejor organizar un evento pequeño y exitoso que uno más grande y caótico.

**Anuncie su evento** Utiliza las redes sociales, los folletos, los carteles, la televisión, la radio, los periódicos y los anuncios publicitarios para asegurarse de que el mayor número posible de personas conozca su evento y quiera asistir.

**Delegar: tener claro quién es responsable de qué.** Dé a las personas plazos para completar las tareas y celebre reuniones periódicas para comprobar el progreso.

**Invite a la gente a su evento.** A quién invite dependerá de su público objetivo. Podría invitar al funcionario de mayor rango en el gobierno, como el Ministro de Salud, si está abogando ante su gobierno. Las propias invitaciones sirven para sensibilizar y animar a la gente a participar. Una llamada telefónica de seguimiento suele ser una herramienta eficaz.

### El mismo día

El buen funcionamiento de un evento es esencial, ya sea presencial o virtual. **Organizar una reunión previa al evento con todos los implicados** para establecer el programa del día, la información de contacto clave y los acuerdos con los medios de comunicación.

Asegúrese de que **su personal está bien informado sobre sus responsabilidades**, sobre lo que debe hacer en caso de emergencia y sobre el mensaje que quiere transmitir a los participantes. Son los embajadores de su asociación.

**Destacar el aspecto global del Mes Mundial del Alzheimer.** Llame la atención sobre el trabajo realizado tanto por su asociación como por ADI.

#### \*CONSEJO\*

¿Busca ideas?  
Consulte nuestros  
Informes del Mes  
Mundial del Alzheimer  
para inspirarse

**Involucrar a los medios de comunicación.** Informar a sus portavoces y al fotógrafo. Los portavoces deben tener una lista de temas de conversación y estar familiarizados con sus mensajes clave. El fotógrafo debe saber lo que se espera de él.

## Después del evento

**No olvide dar las gracias a todas las personas que han hecho posible que su evento sea memorable.** Esto puede incluir patrocinadores, invitados y voluntarios. Esto hará que las personas se sientan valoradas y las animará a apoyar a su asociación en el futuro.

**Evalúe sus actividades.** Esto puede hacerse preparando un sencillo cuestionario para recoger las opiniones de los voluntarios y los participantes. ¿Se han cumplido los objetivos fijados? ¿Qué es lo que ha tenido éxito y qué es lo que hay que recordar? ¿Comprenden mejor los asistentes la demencia? ¿Se respondió a sus preguntas? Este proceso es fundamental para aprovechar los resultados de las futuras campañas del Mes Mundial del Alzheimer.



DY Suharya, Directora Regional de ADI para Asia-Pacífico, con la mascota de ALZI, Elphie, el elefante, en el Día Mundial del Alzheimer en Yakarta (Indonesia)

## Eventos virtuales

A continuación se presentan algunos ejemplos de plataformas de eventos virtuales que ADI ha probado. Sin embargo, hay muchas plataformas y aplicaciones que se han desarrollado en respuesta a la renovada necesidad de interacciones virtuales, así que no dude en revisarlas también. Asegúrese de comprobar que la plataforma es segura, utilizando una contraseña de reunión si es posible.



A la hora de elegir la plataforma adecuada, es importante comprobar que cuenta con las funciones que necesita para el evento o la reunión: por ejemplo, chat, preguntas y respuestas, encuestas en directo, posibilidad de compartir pantalla, diapositivas o vídeo, salas de chat, etc. Estas funciones interactivas pueden ser muy importantes para atraer a su público y recibir comentarios. Merece la pena pensar en la naturaleza de su público y en la importancia de los distintos elementos de interacción, sobre todo si la plataforma es apta para personas con demencia.

- **Zoom** – Adecuado para eventos más grandes; una gama de opciones de suscripción, incluyendo una versión gratuita que puede acomodar hasta 100 participantes.
- **Google Hangouts** – gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas, con un máximo de 25 participantes en vídeo, pero hasta 150 personas pueden participar en el chat
- **Skype** – gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas de hasta 50 personas.
- **WhatsApp** – gratuito; adecuado para pequeñas reuniones o llamadas.

### Elija la fecha y la hora correctas

Una vez que haya definido su público y elegido su plataforma, la siguiente consideración es cuándo programar el evento. Si se dirige a un público internacional, puede ser conveniente elegir una hora que corresponda a la mayoría de las zonas horarias. El uso de una aplicación como **Timeanddate.com** puede ser útil para que su audiencia sepa cuándo es el evento en su zona horaria. Investiga un poco para asegurarse de que no hay otros eventos o fiestas importantes ese día que puedan interferir con su evento. Hacer un tweet en directo durante el evento y poner a disposición las grabaciones es una forma útil de llegar a un público más amplio con su información y divulgación.

### Promover el evento

**Este paso no debe pasarse por alto.** Con tantos eventos que se celebran hoy en día en Internet, es importante que promueve sus eventos de forma eficaz para que aparezcan rápidamente en los calendarios de la gente. Asegúrese de proporcionar información clave sobre el evento, como las tarifas o donaciones, los ponentes, las actividades, la duración y el motivo por el que se organiza el evento. Plataformas como Eventbrite (o incluso una simple hoja de Excel) pueden ser útiles para recopilar información como nombres y ocupaciones, para saber a quién esperar ese día.

Es importante seleccionar los canales más eficaces para enviar esta información. Las redes sociales, el correo electrónico y los boletines informativos son un buen punto de partida, pero es importante adaptar la información a cada canal de comunicación. La creación de gráficos claros y llamativos es una forma eficaz de atraer la atención, y puede utilizar el contenido de vídeo para explicar la inscripción y presentar los objetivos del evento, lo que básicamente hace que la gente se interese y se entusiasme con el evento. También es una buena forma de recaudar fondos

## El mismo día

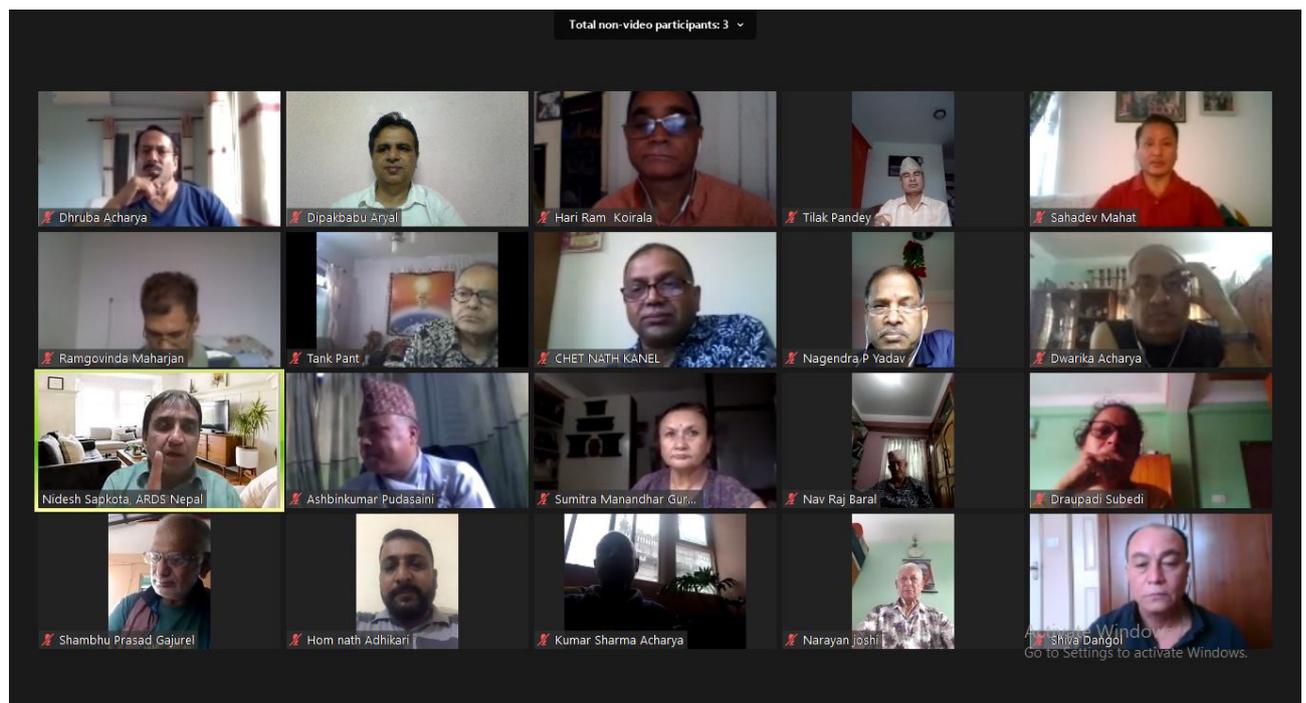
Lo más importante es que su evento sea atractivo. Un público comprometido tiene más probabilidades de obtener algo del evento, especialmente una donación. Al igual que en un evento en directo, haga preguntas a su público utilizando las funciones de chat, preguntas y respuestas o encuestas. Fomentar el debate y el intercambio de conocimientos, ideas y experiencias. Puede hacerlo dividiendo el debate en pequeños grupos y seleccionando a los oradores que puedan preparar sus argumentos de antemano.



Fija una hora concreta y reparte la sesión lo más posible. Será difícil mantener la atención del público en actos que duren más de 90 minutos, por lo que le recomendamos que los limite a 60-75 minutos si es posible. Es importante programar descansos y animar a los participantes a que se levanten y se estiren si la sesión es mayoritariamente sentada. Además, no olvide repasar las normas generales de organización para que el evento se desarrolle sin problemas.

## Después del evento

Lo más importante después de su evento es dar las gracias a los participantes, incluyendo a otros organizadores, participantes, ponentes y patrocinadores. Hacer un resumen del evento puede ser una forma útil de dejar a la gente con resultados definidos. Anime a compartir el evento en las redes sociales, incluso proporcionando la grabación y/o las presentaciones en formato PDF. Una encuesta puede ser útil para entender qué se puede mejorar para la próxima vez, y también para proporcionar testimonios a los patrocinadores. Asegúrese de tener los permisos necesarios para guardar los datos de los participantes y pedirles que se inscriban para futuros envíos, de acuerdo con **la normativa internacional de protección de datos**.



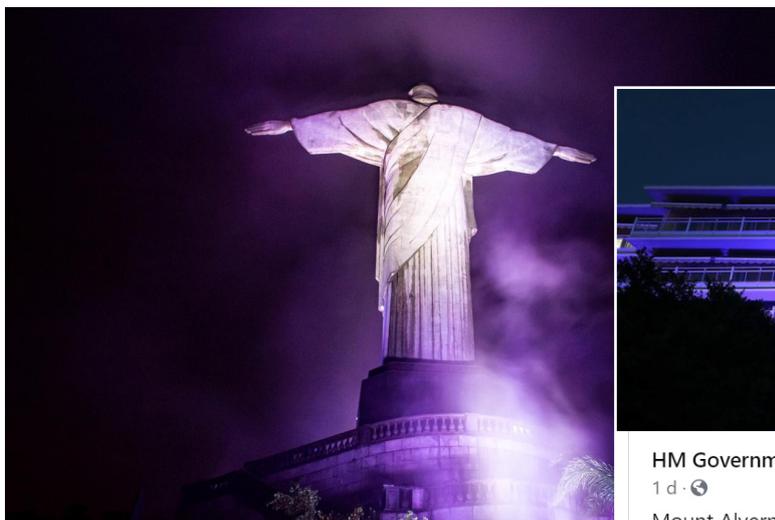
Alzheimer and Related Dementia Society Nepal (ARDS-Nepal) organizó una docena de eventos en línea durante el Mes Mundial del Alzheimer.

## Llamada a la acción: iluminar los monumentos famosos de color púrpura

Animamos a nuestros miembros a solicitar la iluminación de los monumentos para conmemorar el Mes Mundial del Alzheimer o el Día Mundial del Alzheimer. Por ejemplo, tras la pandemia de COVID-19, hemos visto la iluminación de grandes monumentos como el Empire State Building, la pirámide de Khufu y el Shard en reconocimiento a la contribución de los trabajadores sanitarios.

Si quiere pedir que los monumentos conmemorativos se iluminen de color púrpura (o del color que considere más representativo de la demencia en su país) como gesto simbólico del compromiso de su país de apoyar a las personas con demencia y a sus cuidadores, sea sensible a la pandemia actual y no se sorprenda si encuentra más resistencia de la habitual. También habrá que tener en cuenta cuántas personas podrán ver el monumento sin tener acceso al transporte público, etc., pero compartir las imágenes en las redes sociales es una forma estupenda de ampliar el alcance del mensaje. Es posible que la televisión o la prensa local también quieran cubrir el evento.

- Los responsables de los sitios reciben muchas solicitudes por diferentes eventos y causas (especialmente desde la pandemia mundial de COVID-19). Es posible que algunos monumentos no puedan hacerlo, porque son monumentos “catalogados”, porque ya tienen una colaboración con una determinada organización benéfica o porque no quieren pagar. No se desanime.
- Una llamada telefónica es siempre aconsejable. También puede consultar el sitio web del monumento. Algunos monumentos bien establecidos, como el Empire State Building, tienen una sección dedicada a la solicitud de iluminación en su sitio web. Si no encuentra la información adecuada, el correo electrónico es siempre la mejor opción.
- La mejor persona con la que hablar siempre variará, pero el servicio de atención al cliente, de las operaciones o de la publicidad son siempre un buen punto de partida y pueden orientarle en la dirección correcta. Para los sitios más pequeños, es probable que tenga que hablar con el gerente. Cuando escriba su solicitud, siempre es una buena idea hacer su correo electrónico/carta más personal explicando por qué está participando en la campaña y por qué es tan importante para usted. Utilice sus contactos actuales.
- Si ha organizado la iluminación del monumento con mucha antelación (lo cual es aconsejable), asegúrese de volver a ponerse en contacto con él cuando se acerque el evento para asegurarse de que todavía es posible.



Ejemplos del Mes Mundial del Alzheimer de 2020. De izquierda a derecha: Ayuntamiento de Antananarivo, Madagascar, y Monte Alvernia, Gibraltar. Cristo Redentor iluminado de color púrpura por el Día Mundial del Alzheimer



HM Government of Gibraltar

1 d · 🌐

Mount Alvernia, the home of many residents living with Dementia and the largest residential care home for the elderly, has been lit in purple to mark World Alzheimer's Day

## Recaudación de fondos

La recaudación de fondos puede ser una parte importante de cualquier evento y puede tener un impacto increíble en la capacidad de ADI y sus organizaciones miembros para aumentar la concienciación y reducir el estigma. Hemos creado un **paquete de recaudación de fondos a medida para el Mes Mundial del Alzheimer**, lleno de consejos y trucos para impulsar su recaudación. Tanto si se trata de un individuo que se enfrenta al reto de su vida en septiembre, como si se trata de amigos que quieren reunirse o de una empresa que quiere organizar una actividad de formación de equipos, tenemos algo para todos.

Sabemos que el distanciamiento social y las restricciones para viajar pueden dificultar la recaudación de fondos, pero aquí hay algunas formas de recaudar dinero virtualmente para el Mes Mundial del Alzheimer:

- **Organizar un quiz virtual:** Se puede organizar una noche de quiz de forma virtual, lo cual es una forma estupenda de ponerse al día con los seres queridos y de elevar la moral. Organiza un quiz virtual y pide a sus amigos que paguen por participar.
- **Dona su viaje al trabajo:** Con tanta gente trabajando desde casa, nos ahorramos enormes cantidades de dinero en gastos de viaje, ¿por no hablar del tiempo! Puede donar una semana de viaje a ADI.
- **Ponse rojo, morado o naranja, ¡prácticamente cualquier cosa!** Lleva sus camisas, camisetas y monos con los colores de la asociación durante toda una semana y consigue patrocinio por ello. Actualiza sus redes sociales y muestra a sus seguidores lo que está haciendo.
- **Mañana de café virtual:** Asíciense con una empresa u organice su propia mañana de café virtual, en la que la gente dona el coste de su bebida favorita a una organización benéfica. También es una forma estupenda de mantener el interés de sus seguidores y patrocinadores en sus actividades.
- **Carrera virtual:** Anime a sus seguidores a correr al mismo tiempo, ya sea al aire libre o en una cinta de correr. A continuación, organice un evento de transmisión en directo para celebrar los logros de sus participantes y, por supuesto, felicite al ganador. Se pueden recaudar fondos a través de las inscripciones al evento.
- **Recaudación de fondos para cumpleaños:** Ya que muchos de nosotros no podemos celebrar nuestros cumpleaños, ¿por qué no pedir a la gente que done el dinero que hubiera gastado en celebrar su cumpleaños con usted a ADI, para ayudar a miles de personas de todo el mundo que viven con demencia?
- **Caminatas virtuales por la memoria:** Organice una Caminata por la memoria patrocinada. Es una forma fantástica de recaudar fondos con la familia, respetando el distanciamiento social, para ayudar a las personas con demencia y a sus cuidadores.



Alzheimer's Disease Association - Singapore organizó "Walk2Remember"



Gran fin de semana de la Caminata por la Memoria de 2020 de Alzheimer's Scotland - ¡tu caminata, tu camino!

# Trabajar con su gobierno

## Organizar una reunión exitosa con ministros y funcionarios del gobierno

Investiga a fondo y prepara tu visita. Tenga claro el objetivo de su visita y lo que quiere conseguir. Desarrolle, reelabore y perfeccione sus mensajes con antelación. Estar al tanto de la evolución de las políticas es muy importante (por ejemplo, si hay un cambio de altos cargos sanitarios en el gobierno, como un Ministro de Salud, ¿están a favor de actuar sobre la demencia?)

- Deja que el funcionario exprese su punto de vista.
- Los funcionarios públicos, ya sean elegidos o nombrados, tienen muchas personas que compiten por su atención. Utilice su tiempo de forma constructiva y trabaje en su presentación mientras espera su turno.
- Los funcionarios del gobierno y su personal son humanos y esperan cortesía. Puede que le resulten más **útiles** si los trata con respeto.
- Vaya al grano rápidamente. Demuestre que sabe lo valioso que es su tiempo.
- Que sea sencillo. No sea demasiado técnico, demasiado detallado, demasiado complejo o demasiado indirecto. Vaya al grano, cubra los puntos esenciales y asegúrese de que el empleado entiende su punto principal.
- Un grupo difícil de manejar puede hacer que todos se sientan incómodos, distraer la atención de su mensaje y desperdiciar un valioso tiempo de preparación. Asegúrese de que el grupo ya ha elegido un portavoz y mantén esa decisión.
- Si es posible, involucre a una persona con demencia o a un cuidador - la voz de la experiencia vivida es poderosa.
- Su reputación es fundamental. Se pierde credibilidad si no se está preparado.
- Pide siempre apoyo al funcionario.
- No olvide llamar o enviar una nota de agradecimiento a la persona que ha visitado para recordarle que ha venido. También puede enviarles un tuit para agradecerles o recordarles el debate.
- Haga un seguimiento de su visita con una llamada telefónica o cartas posteriores si no se satisfacen sus peticiones.
- Los funcionarios están ocupados, pero es más probable que le escuchen si hace sentir su presencia mediante una correspondencia frecuente.
- Utilice hechos, estadísticas, estudios de casos, historias e involucre a las personas con demencia y a sus cuidadores.
- Vea la clase magistral “Principios de incidencia” impartida por Glenn Rees, Vicepresidente Honorario de Alzheimer’s Disease International, en **inglés** y **español** (hay subtítulos de IA disponibles para la mayoría de los demás idiomas en YouTube).
- Vea la clase magistral titulada “Actualización del Plan de Acción Mundial contra la Demencia”, impartida por la Dra. Katrin Seeher, Oficial Técnica del Departamento de Salud Mental y Abuso de Sustancias de la Organización Mundial de la Salud (OMS) , en **inglés**.

**Puede pedir a ADI que redacte una carta de apoyo para facilitar una reunión o un contacto con el Ministerio de Sanidad.**



**El Ministro Principal de Gibraltar, Fabian Picardo, grabó un mensaje de vídeo para el Día Mundial del Alzheimer**

## Cómo involucran a la gente en sus actividades de incidencia y política pública

- El número de personas que atraiga a su evento es importante. El tamaño de su grupo en un evento dice mucho sobre su mensaje y su causa.
- Llame a los miembros de su junta directiva, a los líderes de los grupos de apoyo y a los proveedores de servicios con los que tiene buenas relaciones. Se trata de excelentes fuentes de personas que entienden su mensaje y serán más propensas a ayudar a reclutar a otros para que asistan a su evento.
- La falta de transporte y la dificultad para encontrar servicios de guardería pueden ser obstáculos para los cuidadores que quieren asistir a los eventos. Si puede ayudar a superar estas barreras, ¡hágalo!
- Un funcionario de la asociación (miembro de la junta directiva o del personal) debe estar presente en el acto para orientar a los participantes, atender sus preocupaciones y asegurarse de que son conscientes del papel de la asociación.
- Identificar y preparar a un portavoz para los medios de comunicación.
- En general, la seguridad se toma muy en serio, especialmente cuando se visita a funcionarios del gobierno. Si la información que se le da sobre un evento se llama "confidencial", es por una razón. Asegúrese de que lo sea.
- Dar la mejor información posible a todos los participantes.
- Llame y pida directamente a la gente que asista a un evento. No dé por sentado que una invitación o un folleto atraerá a la gente cuando la necesite.
- No olvide decir "gracias" a todos los cuidadores e interesados que participan en un evento. Un simple "gracias" ayuda mucho a garantizar su apoyo en el futuro.



La Virgin Islands Alzheimer's Association participando en el Mes Mundial del Alzheimer 2020

## Medios de comunicación

El Mes Mundial del Alzheimer es un momento importante para la actividad mediática de su organización. Es una gran oportunidad para obtener cobertura en la televisión, la radio y los periódicos y para que la gente de su país y región sepa que su asociación existe para apoyar a las personas con demencia y a sus cuidadores.

### Medios de comunicación sugeridos como objetivo

- Periódicos y semanarios nacionales, regionales y locales
- Medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y emisoras en línea, así como personas influyentes.
- Revistas de salud y estilo de vida
- Revistas especializadas, por ejemplo, revistas de demencia, revistas de cuidados, revistas sin ánimo de lucro.
- Revistas médicas, por ejemplo, revistas para médicos generales, enfermeras y psiquiatras.
- Redes de televisión nacionales, regionales y locales
- Radios nacionales, regionales y locales

### Mensajes sugeridos

Antes de ponerse en contacto con los medios de comunicación, hay que tener claro cuáles son los mensajes clave y a quién se quiere llegar con ese mensaje. Tiene aquí algunas sugerencias:

#### Público en general

- Si le preocupa su memoria, hable con su médico.
- Póngase en contacto con su asociación local de Alzheimer o de demencia, que podrá proporcionarle información, apoyo y detalles de los servicios disponibles en su zona.
- Aunque en la actualidad no existe una cura, hay algunos tratamientos disponibles, y el diagnóstico ofrece la oportunidad de hablar sobre la demencia y planificar el futuro para optimizar su calidad de vida.

#### Personas con demencia y cuidadores

- Póngase en contacto con su asociación local de Alzheimer o de demencia: podemos proporcionarle información y apoyo para ayudarle.
- Si eres un cuidador, recuerda que debes cuidarte a ti mismo.

14 GIBRALTAR CHRONICLE *Wednesday 16th September 2022*

## World Alzheimer's Day this Monday

The month of September marks World Alzheimer's Month and to raise awareness the Gibraltar Alzheimer's and Dementia Society has submitted this article to the Chronicle.

**5 ways to help reduce your risk of dementia**

Scientists suggest the healthiest lifestyle may be to reduce a person's risk of dementia by 50% and this can be achieved by following the following 5 ways to help reduce your risk of dementia:

**1. Stay active**

Regular physical activity can help reduce your risk of dementia. Aim for at least 150 minutes of moderate-intensity exercise per week.

**2. Eat a healthy diet**

A diet rich in fruits, vegetables, whole grains, and healthy fats can help reduce your risk of dementia. Avoid processed foods, sugary drinks, and saturated fats.

**3. Stay socially active**

Staying socially active can help reduce your risk of dementia. Join a club, group, or community organization.

**4. Manage your blood pressure**

High blood pressure can increase your risk of dementia. Keep your blood pressure under control.

**5. Manage your diabetes**

Diabetes can increase your risk of dementia. Keep your blood sugar levels under control.



**1 in 4 people think there is nothing we can do to prevent dementia**



**62% of healthcare practitioners still believe that dementia is part of normal ageing**



**2 in 3 people still think that dementia is caused by normal ageing**

**1 in 4 people think there is nothing we can do to prevent dementia**

**62% of healthcare practitioners still believe that dementia is part of normal ageing**

**2 in 3 people still think that dementia is caused by normal ageing**

to ask them and to post photos on social media. We encourage everyone to keep talking about dementia as this is a great opportunity for everyone to become more educated about the disease. The hard truth is that many of us, if we haven't already, will start experiencing amongst our own family and friends in the coming years. It is still widely misunderstood that dementia is a normal part of ageing; it is NOT. It can happen to anyone!

*For Support and Information contact:*  
The Gibraltar Alzheimer's & Dementia Society  
Tel: (0539) 58061422  
Email: [info@ademosoc.org](mailto:info@ademosoc.org) or visit our Facebook - [www.facebook.com/gibraltardemenciansociety](https://www.facebook.com/gibraltardemenciansociety)

Uno de tres artículos para el Mes Mundial del Alzheimer en The Gibraltar Chronicle

## Gobierno/responsables políticos

- El número de personas con demencia aumentará drásticamente a medida que la gente viva más tiempo. Desarrolla ahora los servicios adecuados para apoyar a las personas con demencia y a sus familias.
- Nuestra asociación representa a las personas con demencia y a sus familias y puede aconsejarle sobre qué hacer.

## Profesionales de la salud

- Los problemas de memoria no son una parte normal del envejecimiento. Si un paciente está preocupado por la memoria, desorientado o confuso, no descarte los síntomas: busque las posibles causas.
- Si diagnostica a alguien con demencia, dé a la persona y a su cuidador la información de contacto de la asociación de Alzheimer o de demencia local.
- Actualice sus conocimientos sobre el diagnóstico, la gestión y el tratamiento de la demencia y considere la posibilidad de convertirse en asesor médico de la asociación de Alzheimer de su localidad.

## Planifique siempre su estrategia de medios de comunicación antes de empezar cualquier otra cosa.

- ¿Cuál es su objetivo?
- Público objetivo
- Calendario
- ¿Necesita un presupuesto?
- ¿Cómo será el éxito?

## Los inicios

Parece obvio, pero es esencial conocer su organización, lo que representa, sus objetivos y las estrategias actuales para alcanzarlos.

Asegúrese de que todos los posibles portavoces estén equipados con mensajes clave fáciles de entender y algunas estadísticas notables que puedan utilizar. Es un buen punto de partida para cualquier entrevista y un buen punto de referencia. No tienes que ser exhaustivo, intenta ceñirte a 5 puntos que sean siempre relevantes.

Además de conocer su organización y sus objetivos, también debe conocer a su público objetivo, los medios de comunicación a los que se dirige y las partes interesadas internas. Estas listas serán muy útiles a la hora de tratar con los medios de comunicación.

El panorama de los medios de comunicación está cambiando. Atrás quedaron los días de los largos almuerzos y los plazos fáciles. Los periodistas están sometidos a una presión constante para hacer más con menos tiempo.

Si bien es cierto que es más difícil conseguir cobertura mediática, un poco de organización y preparación le dará una ventaja. Hay un verdadero apetito por las noticias relacionadas con la demencia, especialmente por las historias de interés humano. Los periodistas suelen optar por una historia fácil, así que hazla entretenida e informativa, asegúrese de que ya tiene citas en su comunicado de prensa y proporciona una tercera parte o un "estudio de caso" para resaltar su punto de vista desde un punto de vista externo.

## ¿Se darán cuenta de mi correo electrónico? ¿Les gustará? ¿Me comerán vivo?

Es parte de su viaje en el panorama de los medios de comunicación. Cada periodista, emisora y publicación es diferente. Algunos tienen hábitos y expectativas extrañas, otros son fáciles de llevar. Cuanto mejor los entienda, más probable será que respondan.

El mayor consejo que podemos dar es que “el teléfono es su amigo”. No puede tratar sus relaciones con los medios de comunicación como las relaciones en su lugar de trabajo: un correo electrónico, en la mayoría de los casos, no servirá.

Recuerde que los periodistas pueden recibir cientos de correos electrónicos al día. Puede que no vean el suyo, que estén ocupados cuando lo envíe o que su titular no haya captado su atención lo suficiente como para abrirlo.

Llamando al periodista, consigue su atención. Ahora le toca a usted brillar.

Que sea corto, dulce y sencillo. Comprueba si han recibido el correo electrónico, dile por qué deben cubrir la noticia y qué puede hacer por ellos.

A menudo dirán “ya veremos cómo va” o “nos pondremos en contacto con usted”, pero no siempre será así. Sigue llamando hasta que le digan que sí o que no. A veces pueden ser agresivos o colgar. Puede que no les interese, pero no pasa nada. No se desanime, sé persistente y obtendrá resultados.

### \*CONSEJO\*

A los periodistas les gustan los estudios de casos locales

## Consejos prácticos

Una cosa es entender a los medios de comunicación y otra es generar cobertura mediática. Tiene aquí algunas medidas que puede tomar para tener más posibilidades de obtener cobertura mediática.

- 1 Investiga la publicación o el presentador y hazle saber que sigue su trabajo. Apreciarán la atención.
- 2 Conozca su contenido. Si lo presenta, más vale que sepa “venderlo”. Practica antes de llamar.
- 3 Identifique a su portavoz y al contacto de relaciones públicas/medios de comunicación. Infórmales con antelación para que se informen.
- 4 Organice la historia de alguien para compartirla como estudio de caso, compruebe su disponibilidad e infórmele de los mensajes clave. La experiencia vivida es muy poderosa, las voces de las personas con demencia y sus cuidadores suelen ser conmovedoras y persuasivas. Los profesionales, especialmente los médicos y las enfermeras, también son muy atractivos para los medios de comunicación. Asegúrese de que todos los recursos están preparados: fotos (incluyendo retratos), vídeos, estadísticas y gráficos.
- 5 ¿Hay algún evento local que pueda enlazar? ¿O su historia entrará en conflicto con otro evento local?
- 6 ¿Ha contactado con las principales partes interesadas antes que con los medios de comunicación? Envíeles un aviso, se lo agradecerán.
- 7 ¿Ha contactado con el alcalde, el ministro u otras personas influyentes? Puede que sean disponibles.
- 8 Prepara un archivo para registrar la respuesta de cada periodista. Esto le será útil para su próximo lanzamiento.

## Mensajes clave

Los mensajes clave son esenciales en las relaciones con los medios de comunicación, ya sea en un comunicado de prensa, una entrevista, una cita o en el sitio web. Los mensajes clave son temas de conversación que puede repetir con entusiasmo tan a menudo como sea posible. Ayudan a promover la organización o la misión/objetivo de una manera convincente e informativa.

Otro gran uso de los mensajes clave es que pueden ser muy útiles en las entrevistas. Puede haber momentos en los que su portavoz esté perdido, confundido o se enfrente a una pregunta difícil de responder. Disponer de unos cuantos mensajes clave ya preparados que puedan decir con facilidad y precisión, sin esfuerzo ni reflexión, puede ser de gran ayuda.

Esta lista no debe ser larga, entre tres y cinco puntos suelen ser suficientes. Deben ser lo más fáciles de recitar posible. E incluya mensajes clave sobre su propio país.

### Algunos ejemplos de mensajes clave a incluir:

- Cada 3 segundos, alguien en el mundo desarrolla demencia.
- La demencia se ha convertido en una enfermedad de un billón de dólares en 2018.
- La demencia es la séptima causa de muerte en el mundo.
- El cuidado informal de personas con demencia equivale a 40 millones de trabajadores a tiempo completo.
- Un número desproporcionado de mujeres son cuidadoras informales. Las mujeres, que en su mayoría viven en los países de ingresos bajos y medios, aportan el 71% de las horas anuales de cuidados informales en el mundo: ¡58.000 millones de horas de cuidados!
- La mayoría de las personas con demencia no están diagnosticadas ni reciben apoyo.
- Hoy en día, casi 50 millones de personas en todo el mundo viven con demencia.
- A medida que la población envejece, se prevé que la prevalencia de la demencia alcance los 152 millones de personas en 2050.



Madagascar Alzheimer Masoandro Mody organizó una rueda de prensa con motivo del Día Mundial del Alzheimer

## Organizar un acto mediático

Una forma eficaz de conseguir que los medios de comunicación cubran su evento es celebrar una rueda de prensa o un acto mediático. Utilice la siguiente lista de comprobación para ayudarle a organizar una:

- Lista de invitados: prensa, radio, televisión, online. No se olvide de sus propios portavoces o partes interesadas.**
- Hora y fecha: trate de no competir con otros eventos.**
- Oportunidades de foto/vídeo.**
- Llame a la prensa invitada para confirmar su asistencia.**
- Kit de prensa: incluye un comunicado de prensa, biografías, antecedentes, hoja informativa, fotos, etc.**
- Anticipe las posibles preguntas de los medios de comunicación y prepare las respuestas.**
- Centrar todas las respuestas en un número reducido de mensajes clave.**
- Organización in situ - reserva de salas/espacios, tableros con nombres en el podio/ mesa para los oradores, equipo audiovisual.**
- Refrescos si se desea.**

## Dirigirse a los medios de comunicación

### Antes de la entrevista

Pregunta a su entrevistador por qué quiere entrevistarle, qué sabe del tema y qué quiere saber más. Pregunte a su entrevistador cuál será su primera pregunta, para estar preparado. Intenta identificar a otras personas a las que podrían entrevistar sobre el tema y averigua todo lo que puedas sobre la publicación o el programa para el que trabajan.

Cuanto mejor conozca a su entrevistador, más relajado estará y mejor será su rendimiento. Como mínimo, hay que recordar que los periodistas suelen trabajar a gran velocidad y bajo una intensa presión. Tienen que encontrar un ángulo interesante que atraiga al lector o al espectador. Si puede ayudarles a hacerlo sin dejar de ser fiel a su propia organización, tendrá muchas más posibilidades de que le vuelvan a llamar.

No vaya a una entrevista sin haber preparado antes algunas notas sobre el tema que va a tratar. Si un periodista le pide un presupuesto inmediato por teléfono, prométale que le devolverá la llamada y que dedicará al menos unos minutos a preparar su presupuesto.

Puede que tenga varios puntos que exponer, pero su público recordará como mucho dos o tres. Cuanto menos diga, más recordarán. Por ello, intente identificar los asuntos y temas que más interesen a su público.

### Durante la entrevista

Recuerde las 3 C's: Confianza, Claridad, Control

**Confianza** - Confía en tus propios conocimientos. Usted conoce su tema mejor que el reportero.

**Claridad** - Utilice un estilo claro y conversacional. No establezca más de tres mensajes clave e ilustre sus puntos con ejemplos anecdóticos para mayor credibilidad. Evite la jerga.

**Controlar** - Hacerse cargo del mantenimiento. La preparación es la clave. No existe una pregunta incorrecta, sino una respuesta incorrecta.

- A.** Reconoce y responde a la pregunta. “**Es una buena pregunta**”, “**Sí, no, no lo sé, no puedo responder a esa pregunta**”.
- B.** Sin embargo, lo que puedo decirte es que... seamos claros... excelente pregunta, voy a empezar...
- C.** Control y claridad: mensajes clave de su entrevista
- D.** Lo que es realmente interesante es... (Señala la historia en tu dirección)

## Redactar un comunicado de prensa

### Formato y estilo

Utilice el membrete de la organización y un formato acordado, a doble espacio, en una página, dos como máximo. Escriba “Comunicado de prensa” y la fecha en letra grande en la parte superior de la página. Incluya el nombre y el cargo de la persona a la que va dirigido el comunicado.

El estilo debe ser conciso, periodístico y lo más pegadizo e intrigante posible. Imagine que el lector no sabe nada de su organización. ¿Destaca esta historia? ¿Es claramente interesante para los lectores/espectadores? En resumen, ¿es tentador para un editor inundado de comunicados de prensa a diario?

### Encabezamiento/título

Un título corto y pegadizo que da una idea de la historia en muy pocas palabras.

### Primer párrafo

Es absolutamente esencial que sea breve (idealmente no más de 30 palabras), relevante y que valga la pena. Debe indicar claramente: **quién, qué, dónde, cuándo y por qué** (en cualquier orden). Este párrafo debe ser independiente como información concisa.

### Segundo párrafo

Proporcione la siguiente información: más detalles sobre lo anterior o nueva información.

### Tercer párrafo

Este párrafo debe ser una cita efectiva de una persona involucrada que esté dispuesta a hablar con la prensa si se le pide. La cita debe añadir una nueva dimensión y un mensaje clave.

### Párrafos adicionales

Debe ser información necesaria y esencial para el artículo O información de contacto de otros portavoces.

El nombre, el cargo, y el número de teléfono móvil deben figurar en letra clara y en negrita en la parte inferior del documento.

### Información adicional

Describa su asociación en pocas palabras. Facilite estadísticas básicas e información general sobre su asociación (por ejemplo, cuándo se fundó, número de sucursales).

## Envío de imágenes a los medios de comunicación

Es mejor adjuntar las imágenes en formato jpeg. Si las imágenes son demasiado grandes, utilice WeTransfer o el método que prefiera el reportero.

A continuación incluimos un ejemplo de comunicado de prensa de la campaña del Mes Mundial del Alzheimer del año pasado. Antes de septiembre de 2021 se publicará una nueva versión para este año.

Embargoed until 00:01, 21 September 2020



Alzheimer's Disease  
International

The global voice on dementia

**News release**

World's largest attitudes to dementia survey reveals two thirds of people still think that dementia is a normal part of ageing, rather than a medical condition

*95 per cent of participants think they could develop dementia in their lifetime – a survey of 70,000 people across 155 countries finds*

- 2 in 3 people still think that dementia is a normal part of ageing
- 62 per cent of healthcare practitioners still think it is a normal part of ageing
- 78 per cent of people are concerned that they will develop dementia
- 52 per cent of carers said their health had suffered and 62 per cent that their social life had suffered due to their caring responsibilities
- Around 50 per cent of people living with dementia feel ignored by healthcare professionals (physicians and nurses)
- Over 85 per cent of respondents living with dementia stated that their opinion had not been taken seriously and 33 per cent of people thought that if they had dementia, they would not be listened to by health professionals or doctors
- 45 per cent of people living in South-East Asia and 48 per cent of healthcare practitioners in the region feel that people with dementia are dangerous
- 1 in 5 people attribute dementia to bad luck, almost 10 per cent to God's will and 2 per cent to witchcraft
- Every 3 seconds someone in the world develops dementia

**London, September 21** – Results from the world's largest survey on attitudes to dementia reveals a startling lack of global knowledge around Alzheimer's disease, as two thirds of people still think the disease is a normal part of ageing rather than a neurodegenerative disorder.

Today, September 21, Alzheimer's Disease International (ADI) marks **World Alzheimer's Day** with the release of the World Alzheimer's Report 2019: *Attitudes to dementia*. Conducted with the London School of Economics (LSE), the report reveals the results of the largest ever attitudes to dementia survey undertaken to date – reaching almost 70,000 people across 155 countries and territories. It reinforces that stigma around dementia is preventing people from seeking the information, advice, support and medical help that could dramatically improve their length and quality of life for what is one of the world's fastest growing causes of death globally. The number of people living with dementia is forecast to more than triple from over 50 million currently to 152 million by 2050.

The report reveals astonishing attitudes around dementia, from survey respondents that included people living with dementia, carers, healthcare practitioners and the general public. A major cause for concern is still how many people across the world think that dementia is a natural part of the ageing process.

**Forty-eight per cent of respondents believe a person with dementia's memory will never improve, even with medical support, while one in four people think there is nothing we can do to prevent dementia.**

## Redes sociales

Las redes sociales son uno de los medios más eficaces para ayudarnos a difundir el mensaje del Mes Mundial del Alzheimer. A continuación encontrará banners para las redes sociales y ejemplos de mensajes que puede utilizar o adaptar.



### Twitter

**@AlzDisInt**

Interactúa con nosotros en Twitter y utiliza los hashtags oficiales del Mes Mundial del Alzheimer: **#ConocerlaDemencia #ConocerelAlzheimer #WorldAlzMonth**. No olvide mencionar a @AlzDisInt para que podamos compartir sus mensajes.



### Facebook

**/alzdisint**

No olvide darle un "me gusta" a nuestra página de Facebook y compartir nuestras publicaciones del Mes Mundial del Alzheimer. Conéctase con nosotros y comparte sus actividades, actualizaciones y fotos, y podrá formar parte del álbum de fotos oficial de la campaña.



### LinkedIn

**linkedin.com/company/alzdisint**



### Instagram

**instagram.com/alzdisint**



### Youtube

**youtube.com/user/alzdisint**



En este [#WorldAlzMonth](#) y más allá, es importante [#ConocerelAlzheimer](#) y conocer los signos de advertencia de la [#demencia](#)

Aquí tiene algunos ejemplos de mensajes que puede utilizar para Facebook y Twitter. Cópialos y pégalos o crea los suyos propios.

- Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer Este [#WorldAlzMonth](#), únese a nosotros y a @AlzDisInt para ayudar a concienciar sobre la demencia en todo el mundo. [#ConocerelAlzheimer](#) [#ConocerlaDemencia](#)
- Si cree que usted o un ser querido están experimentando síntomas de [#demencia](#), es importante hablar con un médico, incluso durante la [#COVID19](#). Este [#WorldAlzmonth](#), conoce los signos de advertencia de la [#demencia](#) [#ConocerelAlzheimer](#) [#ConocerlaDemencia](#)
- La demencia no es una parte normal del envejecimiento. Un diagnóstico a tiempo puede ayudarle a tomar el control y planificar el futuro. En este [#WorldAlzMonth](#), todos deberíamos [#ConocerelAlzheimer](#) [#ConocerlaDemencia](#)

No olvide incluir elementos visuales cuando publique. **Las publicaciones con fotos y vídeos en las redes sociales tienen más probabilidades de ser vistas y compartidas por su público.** Puede utilizar y adaptar nuestros banners aquí: [www.alzint.org/wam](http://www.alzint.org/wam).

### No olvide utilizar los hashtags

**#WorldAlzMonth, #ConocerelAlzheimer y #ConocerlaDemencia.**

## Consejos para las redes sociales

- Utilice un lenguaje claro, amable y positivo. No escriba demasiado en un solo mensaje, resuma lo que quiere decir, y luego ponga un enlace a un sitio externo para proporcionar más información si es necesario. Asegúrese de mantenerse fiel al mensaje en todo momento.
- Utilice imágenes o vídeos animados de alta calidad para captar la atención. Cuando entramos en las redes sociales, nuestra capacidad de atención suele ser mucho menor, por lo que es posible que la gente no se fije en sus publicaciones si no tienen elementos visuales atractivos (por ejemplo, gráficos, animaciones o vídeos).
- Sea creativo en su campaña, no tenga miedo de probar algo nuevo.
- Publica sus contenidos con regularidad. Asegúrese de repartir sus publicaciones para no abrumar a sus suscriptores.
- Piensa en formas innovadoras de involucrar a sus seguidores lanzando debates y campañas interactivas, por ejemplo, utilizando las funciones de la plataforma (por ejemplo, las encuestas de Twitter y Facebook Live). ¿Qué le haría detenerse a leer un post o un tuit, o participar en una campaña?
- Si puede, pida a uno o dos voluntarios o miembros del personal que gestionen sus cuentas. De este modo se garantiza que los mensajes no se repitan y que la gestión sea clara.
- Haga preguntas a su público. Pídales que participen, dejen comentarios o compartan su mensaje.

## Mejores prácticas en las redes sociales

### Facebook

- Se utiliza como una forma de conectar con los usuarios a través de amigos, colegas y otras personas que comparten intereses similares o tienen un fondo común.
- La gente le dará “me gusta” a su página, lo que significa que sus publicaciones aparecerán en su feed de noticias (página de inicio). A continuación, pueden comentar o dar “me gusta” a las publicaciones y, sobre todo, compartirlas con sus amigos de Facebook.
- También puede conectarse a organizaciones similares o de apoyo y a redes mundiales como ADI para ver sus actualizaciones en su propio feed de noticias.
- Los contenidos basados en las emociones, incluidos los vídeos, funcionan especialmente bien en Facebook. (Un buen ejemplo de “contenido impulsado por las emociones” es la popular cuenta de Instagram “Humans of New York”).
- No olvide darle un “me gusta” a nuestra página de Facebook y compartir nuestras publicaciones del Mes Mundial del Alzheimer. Conéctase con nosotros y comparte sus actividades, actualizaciones y fotos en nuestro muro y podrá formar parte del álbum de fotos oficial de la campaña.

### WhatsApp

- Una aplicación de mensajería gratuita que permite a los usuarios enviar mensajes, chatear y compartir medios, incluidos mensajes de voz y vídeos, con personas o grupos.
- Ideal para organizar y mantener el contacto con grupos o simpatizantes.
- La posibilidad de compartir audio, imágenes y vídeo permite a los participantes del grupo compartir sus propios medios, que pueden utilizarse para publicar en las redes sociales u otras comunicaciones.

## Twitter

Permite compartir rápidamente las noticias sin tener que “conectarse” o hacerse “amigo” directamente, como ocurre en Facebook.

- Utilizando el hashtag oficial del Mes Mundial del Alzheimer #WorldAlzMonth, puede unirse a una conversación o debate y ampliar el alcance de su tuit.
- Conéctese con nosotros en Twitter (@AlzDisInt) etiquetando, dando “me gusta” y retuiteando nuestros tuits. No olvide seguirnos para que podamos ver sus actualizaciones y retuitear sus publicaciones.

**\*CONSEJO\***

Utilice un sitio web como [www.bitly.com](http://www.bitly.com) para acortar la URL, especialmente para los sitios de redes sociales como Twitter que tienen un límite de caracteres.

## Los mejores hashtags para incluir en las publicaciones en las redes sociales:

- #MesMundialDelAlz
- #ConocerelAlzheimer
- #ConocerlaDemencia
- #WAM2021

## Calendario social sugerido para el Mes Mundial del Alzheimer

Es importante planificar las publicaciones en las redes sociales para poder anunciar y presentar los eventos con éxito, pero también para garantizar la coherencia de la entrega a sus seguidores. Planificar con antelación también es útil si tiene varios miembros trabajando en su equipo.

Para ayudarle a planificar sus fechas y mensajes para el Mes Mundial del Alzheimer, hemos elaborado un **calendario gratuito del Mes Mundial del Alzheimer**, que puede descargar para Microsoft Excel, Numbers (Apple) y Sheets (Google). Este documento incluye un modelo de calendario para ayudarle a organizar fechas concretas en septiembre, así como un diseño (con mensajes de ejemplo) para organizar sus redes sociales. (se muestra a continuación).

**\*CONSEJO\***

Hay varias herramientas en línea que puede utilizar para organizar y programar sus publicaciones en las redes sociales con antelación. Sin embargo, tenga en cuenta que la mayoría de estos servicios no son gratuitos y le cobrarán después de un periodo de prueba. (Puede programar directamente sus publicaciones en Facebook y Twitter de forma gratuita.)

**Siempre hay que tener en cuenta la fecha y la hora de las publicaciones.** Cada plataforma tiene **diferentes días y horas que son mejores** para que otros vean su contenido.

DATE	TIME	GENERAL MESSAGE	LINK	CHANNEL	IMAGE FILE
01/09	10:00 AM	September is World Alzheimer's Month! This #WorldAlzMonth, join us and @AlzDisInt in helping to raise dementia awareness around the world: [URL]	<a href="http://www.worldalzmonth.org">www.worldalzmonth.org</a>	Twitter, Facebook	WorldAlzMonth.jpeg
02/09	04:30 PM	If you are concerned that you or a loved one is showing symptoms of #dementia, it's important that you talk to a doctor, even during #COVID19. This #WorldAlzMonth, #KnowDementia warning signs: [URL]	<a href="http://www.alzint.org/about/symptoms-of-dementia/">www.alzint.org/about/symptoms-of-dementia/</a>	Twitter, Instagram	(You should have your social media images saved in a folder on your computer. Put the name of the image file that you will use with the message here, so you know when and how often you have used it!)

# Medir su éxito

---

Medir el contenido general y el rendimiento de una campaña es una de esas cosas que a menudo se pasan por alto o se olvidan. Pero si se ha tomado la molestia de organizar un acto para el Mes Mundial del Alzheimer, sería útil saber si sus actividades tuvieron sentido para usted y para las personas a las que pretendía llegar.

Esto dependerá de quiénes sean sus evaluadores, por ejemplo, sus patrocinadores, la junta directiva de su asociación o sus participantes. La evaluación no sólo debe ayudarle a medir el éxito de su evento, sino también a aprovechar al máximo el Mes Mundial del Alzheimer y a garantizar que todas sus actividades se desarrollen de forma fluida y eficaz.

Una planificación eficaz es necesaria para que su evento tenga éxito, y una planificación eficaz implica una evaluación sobre la marcha. Identifique a su público objetivo y lo que espera conseguir con su evento del Mes Mundial del Alzheimer, y podrá medir la eficacia de sus metas y objetivos.

Es necesario evaluar todos los aspectos de su trabajo en el Mes Mundial del Alzheimer para poder informar de manera significativa. Para cada aspecto, debe identificar algunos objetivos y cómo medirá si ha logrado o no estos objetivos. He aquí algunas medidas que podría considerar:

## 1. Planificación

- Establezca un horario para su evento
- Después del evento, compruebe si el programa fue realista. ¿Ha tenido que hacer algún cambio?
- ¿Cuál es la opinión de las personas implicadas sobre el progreso de su plan?

## 2. Las personas implicadas

- Enumere todas las personas y organizaciones con las que ha contactado para que participen en su evento.
- Después del acto, haz una lista de todas las personas y organizaciones que hayan acudido.
- ¿Qué funciones realizaban?
- Pregúnteles qué les pareció el evento. ¿Qué les ha gustado y qué no les ha gustado? ¿Qué ha funcionado bien y qué no?

## 3. El evento

- Registrar los detalles de la ubicación, las instalaciones y los materiales utilizados
- ¿Cuánto material distribuyeron en el evento?
- Hacer fotos del evento
- Realizar un estudio de observación de la respuesta del grupo objetivo
- Registre la cobertura mediática que generó, por ejemplo, las palabras pronunciadas, el número de artículos y el número de palabras escritas.

## 4. Su público

- Indique quién era su grupo objetivo
- Utiliza encuestas para saber a cuántas personas ha llegado, si sabían que era el Mes Mundial del Alzheimer, si han participado, qué acciones han realizado.
- Anote el número de personas con las que ha hablado, el número de folletos que ha repartido.

## 5. Los medios de comunicación

- A la hora de evaluar los resultados de su cobertura mediática, no se limite a medir el número de artículos o entrevistas de televisión. Desarrolla un sistema de puntuación para evaluar la calidad en función del número de mensajes clave comunicados.
- ¿La cobertura mediática fue positiva o negativa?

### Tiene aquí algunas formas de obtener respuestas para su proceso de evaluación:

- Cuestionarios in situ. Que sean breves y fáciles de completar. Sólo pida información que vaya a utilizar
- Comentarios informales: anime a los participantes a expresar sus opiniones en los libros de visitas, los muros de grafiti o las cajas de imágenes.
- Investigación: haga un seguimiento de la cantidad de material que distribuyó y de cuántas personas asistieron a su evento, visitaron su sitio web ese día y llamaron a su línea de atención telefónica.

Recuerde que el Mes Mundial del Alzheimer es un momento de concienciación, pero debe mantenerse durante todo el año. Las personas que asistieron a su evento tienen interés en su asociación. Intenta mantener el contacto con ellos: podría convertirlos en potenciales voluntarios o donantes.

### Tiene aquí algunas formas de mantenerse en contacto:

- Recoge los datos de contacto de los participantes ese día y envíales una carta o un correo electrónico agradeciéndoles su asistencia y compartiendo tu opinión sobre el acto. Háblales de lo más destacado, de lo que has conseguido y de lo que planeas para el próximo año.
- No olvide enviar rápidamente toda la información prometida.
- Invite a las personas que asistieron a su evento a repetirlo al año siguiente



La Fundación AlzRus abrió el 6º Café Alzheimer en los suburbios de Moscú

## Patrocinadores

No podríamos llevar a cabo todo lo que hacemos durante el Mes Mundial del Alzheimer sin el amable y continuo apoyo de nuestros patrocinadores:

*Campeones del Mes Mundial del Alzheimer: Roche y Biogen*



*Socios del Mes Mundial del Alzheimer:*

**Janssen Neuroscience, Otsuka America Pharmaceutical y Novo Nordisk**



*Patrocinadores del Mes Mundial del Alzheimer: GT Diagnostics, Eli Lilly, Home Instead, AbbVie, Boehringer Ingelheim, MSD, Acadia, GE Healthcare y IQVIA*

