Alzheimer's Disease International

# Mes Mundial del Alzheimer
# **Herramientas de la campaña**

2023

Alzheimer's Disease International

*The global voice on dementia*

# Tabla de contenidos


01 Introducción

02 Sobre Alzheimer's Disease International

03 Sobre el Mes Mundial del Alzheimer

04 Tema de la campaña

05-07 Mensajes claves

08-09 Materiales de campaña

10-11 Medios de comunicación

12 Redes sociales en el Mes Mundial del Alzheimer

13 Redes sociales: Consejos generales

14 Redes sociales: Planificación de contenidos

15 Redes sociales: ¿Cómo organizo mi campaña?

16-18 Redes sociales: Buenas prácticas

19 Patrocinadores

# Introducción de Paola

## Ha llegado el momento de empezar a planificar las actividades del Mes Mundial del Alzheimer de septiembre.

Septiembre es el mes en el que nos unimos para concienciar y desafiar el estigma que rodea a la demencia y este año queremos que el Mes Mundial del Alzheimer sea el más significativo de todos. La campaña de este año, "**Nunca es demasiado pronto, Nunca es demasiado tarde**", se centra en los factores de riesgo y en el papel crucial que desempeña su reducción para evitar, retrasar o incluso prevenir la enfermedad de Alzheimer y otras formas de demencia.

A estas alturas, la mayoría de nosotros sabemos que el número de personas que viven con demencia se triplicará de aquí a 2050, lo que la convierte en uno de los retos sanitarios más urgentes a los que se enfrenta nuestro mundo hoy en día. A la espera de que se desarrollen nuevos fármacos modificadores de la enfermedad y, potencialmente, algún día, una cura -lo que sigue siendo un esfuerzo continuo, largo y arduo-, la reducción de riesgos desempeña un papel especialmente importante. Tomando medidas proactivas para reducir los factores de riesgo, las personas pueden aumentar sus posibilidades de mantener la salud cerebral el mayor tiempo posible.

Por ello, el Informe Mundial sobre el Alzheimer de este año se centrará en la reducción de riesgos en la demencia utilizando un enfoque periodístico con estudios de casos que profundizarán en historias regionales o estudios innovadores. El informe, que explora a fondo los factores que impulsan la reducción de riesgos, abordará la reducción de riesgos a lo largo de toda la vida, cubriendo áreas como las medidas proactivas que pueden tomar los individuos para cambiar sus propios comportamientos, así como el papel de los gobiernos en los cambios sistémicos basados en la población para promover la salud del cerebro. Además, el informe explorará el riesgo genético y la importancia de la participación en la investigación, así como el papel de la reducción del riesgo tras el diagnóstico.

A través del Mes Mundial del Alzheimer, también pretendemos desafiar el estigma que rodea a la demencia, que con demasiada frecuencia conduce a la discriminación y la incomprensión, aislando aún más a quienes viven con la enfermedad y sus redes de apoyo y retrasando o impidiendo que las personas se acerquen a buscar información, asesoramiento, apoyo y diagnóstico. Los malentendidos en torno a la demencia también tienen efectos consecuentes en nuestros sistemas sanitarios, y nuestro Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2019 muestra que el 62% de los profesionales de la salud creen erróneamente que la demencia es una parte normal del envejecimiento. Aunque tú y yo sepamos que esto está lejos de la verdad, demuestra lo vital que es la concienciación en torno a la demencia durante el Mes Mundial del Alzheimer, ¡así como durante los 335 días restantes del año!

En 2022, 111 países participaron en el Mes Mundial del Alzheimer, y se registraron altos niveles de compromiso, alcance y participación en las redes sociales y en los medios de comunicación. Con tu ayuda, podemos hacer que la campaña de este año sea aún más impactante.

Tanto si organizas tu propia Caminata por la memoria como si muestras tu apoyo en línea compartiendo los hashtags de la campaña de este año, #NuncaDemasiadoPronto, #NuncaDemasiadoTarde y #ReducirRiesgoAhora, cada persona a la que llegamos marca la diferencia a la hora de cambiar las actitudes hacia la demencia y concienciar sobre las medidas que podemos tomar para reducir nuestro propio riesgo.

**Paola Barbarino**
Directora General

# Sobre
# 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, la atención 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**, así como el equipo de ADI, se puede encontrar en **nuestro sitio web**.

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.

Desde su lanzamiento en 2017, ADI ha publicado una serie de informes llamados **From Plan to Impact** (Del Plan al Impacto), que documentan el progreso de los Estados miembros hacia el logro de los objetivos establecidos en el plan.

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.

# Sobre el
# **Mes Mundial del Alzheimer**

Septiembre de 2023 marca el 12º aniversario del Mes Mundial del Alzheimer, nuestra campaña internacional de sensibilización y lucha contra el estigma.

En 2022, más de **111 países participaron** en actos de promoción, recaudación de fondos y sensibilización con motivo del Mes Mundial del Alzheimer, y muchos de ellos trabajaron para aumentar la sensibilización general y pedir más apoyo para los más afectados en sus comunidades.

El mes de actividades muestra una verdadera respuesta a nivel mundial, regional, nacional y local para promover la concienciación sobre la demencia y lo que podemos hacer para ayudar a apoyar a quienes viven con la enfermedad, ahora y en el futuro.

Sólo mediante una mayor concienciación habrá más personas que busquen información, asesoramiento y apoyo. Con el potencial de mejorar los índices de diagnóstico, fomentar la investigación en áreas como la reducción de riesgos y hacer frente a la creciente demanda de acceso a tratamientos y cuidados, el Mes Mundial del Alzheimer nunca ha sido tan importante.

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

El alcance de esta campaña es cada vez mayor, pero la estigmatización y la desinformación que rodean a la demencia siguen siendo un problema mundial.

Es importante que presentemos una imagen positiva y un mensaje coherente sobre el Mes Mundial del Alzheimer en todas las asociaciones, grupos y organizaciones del mundo, amplificando las voces de las personas que viven con demencia, sus cuidadores y familiares. Normalizar el lenguaje en torno a la demencia y mostrar lo que se puede hacer es la clave del cambio.

Por ello, pedimos a todas las organizaciones o asociaciones interesadas en participar en el Mes Mundial del Alzheimer que utilicen el siguiente texto al describir el mes: "**Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer, una campaña internacional para concienciar sobre la demencia y hacer frente al 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.**"

# Tema de la campaña

## Nunca es demasiado pronto, Nunca es demasiado tarde

El tema central de la campaña del Mes Mundial del Alzheimer de este año, "**Nunca es demasiado pronto, Nunca es demasiado tarde**", se centra en los factores de riesgo y en su reducción, y pretende hacer hincapié en su papel crucial a la hora de retrasar y, potencialmente, prevenir la aparición de la demencia, así como en la reducción continua de riesgos para quienes ya han sido diagnosticados.

**Dado que el número de personas con demencia se triplicará de aquí a 2050**, nunca ha sido tan importante reconocer los factores de riesgo asociados a la demencia y tomar medidas proactivas para reducirlos.

Además de luchar contra el estigma que rodea a la demencia y promover una mejor comprensión de la enfermedad, podemos trabajar juntos para reducir el impacto de la demencia en las personas, las familias y la sociedad en su conjunto.

## Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2023
## **Disponible el 21 de septiembre**

El Informe Mundial sobre el Alzheimer de este año, redactado en estilo periodístico con estudios de casos clave, se centrará en **la reducción de riesgos de demencia**. El informe examinará los factores que impulsan la reducción de riesgos, incluida la reducción de riesgos a lo largo de toda la vida y los pasos que los individuos pueden dar para reducir su riesgo, así como el papel del gobierno a la hora de proporcionar cambios sistémicos basados en la población para promover la reducción de riesgos y la importancia de la investigación sobre la demencia.

# Mensajes clave

Esta selección de mensajes en torno a áreas clave relacionadas con la enfermedad de Alzheimer y la demencia puede utilizarse para dar forma a los mensajes, tanto en línea como en los medios de comunicación.

## General

- La demencia no forma parte del envejecimiento normal.
- Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer, una campaña internacional para concienciar sobre la demencia y hacer frente al estigma. Cada año, las asociaciones de Alzheimer y de demencia de todo el mundo se unen para organizar actos de concienciación e información, así como Caminatas por la memoria y jornadas de recaudación de fondos.
- Está demostrado que cuando las personas con demencia y sus familias están bien preparadas y cuentan con el apoyo necesario, los sentimientos de conmoción, rabia y dolor se compensan con una sensación de tranquilidad y empoderamiento.
- En muchas partes del mundo, el acceso al diagnóstico y al apoyo posterior es insuficiente, de difícil acceso o inexistente.
- Los Planes Nacionales de Demencia son la mejor herramienta de que disponen los gobiernos para hacer frente a la demencia.
- Además de los fármacos y las ayudas médicas, el apoyo social, incluido el diseño adaptado a la demencia, las actividades sociales, las sesiones de reminiscencia y el descanso, son vitales para maximizar la independencia de las personas con demencia y sus cuidadores.
- Tras un diagnóstico de demencia, es vital que exista apoyo para los cuidadores, de modo que la persona diagnosticada cuente con un sólido sistema de apoyo postdiagnóstico a su alrededor.

## Estadísticas

- Hay más de 50 millones de personas con demencia en el mundo.
- Cada tres segundos, alguien en el mundo desarrolla demencia.
- Se prevé que el número de personas con demencia aumente drásticamente hasta alcanzar los 139 millones en 2050.
- La demencia es la séptima principal causa de muerte en todo el mundo y, en un número cada vez mayor de países, la principal causa de muerte.
- La carga económica de la demencia asciende a 1,3 billones de dólares

# Estadísticas

- La carga económica de la demencia asciende a 1,3 billones de dólares anuales, cifra que se duplicará con creces en 2030.
- Casi el 62% de los profesionales de salud de todo el mundo cree erróneamente que la demencia forma parte del envejecimiento normal.
- Casi el 80% de la población está preocupada por la posibilidad de desarrollar demencia y 1 de cada 4 personas cree que no se puede hacer nada para prevenir la demencia.
- El 35% de los cuidadores de todo el mundo afirma haber ocultado el diagnóstico de demencia de un familiar.
- Más del 50% de los cuidadores de todo el mundo afirman que su salud se ha resentido como consecuencia de sus responsabilidades asistenciales, incluso cuando expresan sentimientos positivos sobre su papel.
- El 50% de los costes de la demencia están relacionados con los cuidados informales.
- El número global anual de horas de cuidados informales prestados a personas con demencia que viven en casa fue de unos 133.000 millones de horas en 2021, el equivalente a más de 67 millones de trabajadores a tiempo completo.
- Las mujeres proporcionan una proporción sustancial de los cuidados informales a las personas con demencia, y alrededor de dos tercios de los cuidadores primarios son mujeres. Esta cifra es significativamente mayor en los países de ingresos bajos y medios (PIBM), zonas que representarán el 71% de la prevalencia mundial de la demencia en 2050.
- En los PBI y los PIM, el 90% de la atención a las personas con demencia se presta en el hogar.

# Incidencia

- Los gobiernos tienen la oportunidad y la responsabilidad de aumentar drásticamente la concienciación, la detección y el diagnóstico de la demencia, cumpliendo los objetivos del Plan de acción mundial sobre la demencia de la Organización Mundial de la Salud (OMS).
- 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.
- Los Planes Nacionales de Demencia son la mejor herramienta de que disponen los gobiernos como respuesta contundente a la demencia en sus países. Actualmente hay sólo 50 PNDs (41 de Estados Miembros de la OMS).
- Solo el 21% de los gobiernos, que se comprometieron previamente a desarrollar Planes Nacionales de Demencia en 2017, lo han hecho.

# Incidencia

- Unos modelos sólidos de apoyo tras el diagnóstico pueden permitir a los gobiernos y a los sistemas sanitarios apoyar mejor a las personas que viven con demencia y pueden ahorrar costes, retrasando o reduciendo los ingresos hospitalarios y asistenciales y permitiendo a las personas y a los cuidadores permanecer en el trabajo, la carrera profesional y la educación.
- A medida que surgen tratamientos modificadores de la enfermedad y avances en el diagnóstico, la mayoría de los sistemas sanitarios están mal equipados para apoyar el diagnóstico y el acceso a los medicamentos.

# Reducción de riesgos y factores de riesgo

- Las investigaciones sugieren que hasta el 40% de los casos de demencia son evitables y que, introduciendo cambios en 12 áreas clave, muchos casos podrían retrasarse o prevenirse.
- Nunca es demasiado pronto ni demasiado tarde para ser proactivo y tomar medidas que reduzcan la probabilidad de desarrollar demencia.
- Las personas a las que se les ha diagnosticado demencia deben seguir practicando actividades de reducción de riesgos que podrían ayudarles a vivir mejor y más tiempo.
- Practicar la reducción de riesgos tras el diagnóstico puede seguir siendo beneficioso para las personas que viven con demencia, ya que mejora el bienestar y garantiza la conexión con los demás.
- La reducción de riesgos de demencia, incluida la concienciación sobre su importancia, debe practicarse en todas las etapas de la vida.
- Consumir menos alcohol y dejar de fumar puede reducir significativamente el riesgo de demencia.
- Someterse a revisiones auditivas periódicas y tener acceso a audífonos, y utilizarlos en caso necesario, es un importante factor de reducción de riesgos.
- Evitar traumatismos craneoencefálicos graves y tener cuidado en el deporte desde una edad temprana es un factor de protección.
- Garantizando que todos los niños tengan acceso a una educación y al apoyo y los conocimientos necesarios para mantener un peso saludable mediante la nutrición y el ejercicio, podrían reducirse los casos de demencia.
- Mejorar el sueño y mantener un estilo de vida saludable es beneficioso tanto para la salud cerebral como para el bienestar general.
- Muchos factores de riesgo están asociados a disparidades sociales y económicas, por lo que es imperativo que los gobiernos aborden estas desigualdades cruciales para la prevención de la demencia.
- A medida que aumentan las tasas de demencia en los países de ingresos bajos y medios, los esfuerzos para concienciar sobre la reducción de riesgos y las medidas preventivas generales pueden tener un impacto significativo en la ralentización de las tasas de prevalencia en estas regiones.
- Las personas con demencia necesitan una atención integral, que aborde tanto la salud física y mental como las necesidades sociales.
- Incluso en ausencia de una cura o de tratamientos modificadores de la enfermedad, existen medicamentos que pueden ayudar con algunos de los síntomas.

# Materiales de campaña

En 2023, hemos puesto a su disposición una selección de tarjetas para las redes sociales, carteles, vídeos e infografías. Ese mismo día estarán disponibles otros materiales centrados en las principales conclusiones del Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2023, que se publicará el **21 de septiembre, Día Mundial del Alzheimer**.

Como organización internacional, reconocemos la importancia de la diversidad en nuestros materiales, por lo que la selección de este año ha seguido manteniendo esta diversidad, incluyendo una nueva selección de materiales para abarcar a las personas con otras discapacidades, además de la demencia.

Para los materiales de este año, encontrará dos conjuntos diferentes de tarjetas y carteles para las redes sociales, uno que incluye imágenes fotográficas y otro que utiliza ilustraciones relacionadas con la reducción de riesgos y las actividades de reducción de riesgos.

**Tarjetas de redes sociales**

**Carteles**

**Infografía**

# Materiales de campaña

Además, hemos reunido cuatro documentos complementarios a este kit de herramientas que pueden ayudarle en sus esfuerzos de concienciación y/o campañas, especialmente si es **una asociación de Alzheimer o de demencia o una empresa u organización** sin ánimo de lucro que quiere mostrar su apoyo durante el Mes Mundial del Alzheimer.

Sin embargo, estos documentos se pueden utilizar fuera del Mes Mundial del Alzheimer y pueden ser de ayuda, en particular para las asociaciones miembros de ADI que participan **en la campaña #CuálEsSuPlan** u otras iniciativas de campaña en su país.

## Documentos de acompañamiento para el **Mes Mundial del Alzheimer**

Una '**Hoja informativa sobre la demencia**', que incluye información de primera línea sobre la demencia, así como datos y estadísticas clave.

'**Organización de actos de sensibilización y recaudación de fondos**', que incluye información sobre cómo planificar y celebrar un acto, tanto en línea como en persona; cómo presionar para que se "iluminen" lugares emblemáticos, monumentos y edificios con motivo del Día Mundial del Alzheimer, e ideas para recaudar fondos.

'**Trabajar con los responsables políticos y los gobiernos**', dirigido a las asociaciones de Alzheimer y de demencia, que incluye información sobre cómo organizar una reunión con los gobiernos e información adicional sobre cómo conseguir apoyo público en torno a las iniciativas de promoción y políticas públicas.

'**Trabajar con los medios de comunicación**', que ofrece amplios consejos e información sobre cómo trabajar con los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa) y captar su atención. Este documento contiene información sobre mensajes sugeridos para compartir; consejos sobre cómo empezar; preguntas frecuentes y consejos principales; cómo organizar un acto con los medios; cómo hablar con los medios, antes y durante, y cómo redactar un comunicado de prensa.

# Medios de comunicación

Para el Mes Mundial del Alzheimer de 2023, ADI publicará dos comunicados de prensa. El primero, **disponible el 1 de septiembre**, se centrará en la importancia de la concienciación, así como en el tema de la campaña de este año .

El segundo, **publicado el 21 de septiembre**, Día Mundial del Alzheimer, explorará las principales conclusiones y recomendaciones del Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2023 sobre la reducción de riesgos.

## Trabajar con los medios de comunicación **Su campaña o acto**

Trabajar con los medios de comunicación es crucial para el éxito de cualquier campaña de sensibilización. Pueden ayudar a amplificar los mensajes, sensibilizar a la opinión pública y educar a la gente sobre temas importantes. Con el apoyo de los medios de comunicación, las campañas pueden llegar a públicos nuevos y diferentes, así como elevar el perfil de la campaña ante los políticos y los responsables políticos; por lo tanto, es crucial entender cómo trabajar con los medios de comunicación de manera eficaz, tanto si se trata de una asociación de Alzheimer o de demencia como de un particular que organiza una Caminata por la Memoria en su comunidad .

*Daisy Acosta de la Asociación Dominicana Alzheimer y Similares en el programa de TV Una Nueva Manana por el Dia Mundial del Alzheimer*

*Fundación Alzheimer Nicaragua en Es Mi Día con el Dr. Milton López por el Dia Mundial del Alzheimer*

*Masoandro Mody de Madagascar Alzheimer es entrevistado por Top Radio 102.8 durante el Mes Mundial del Alzheimer*

*El teniente de alcalde Mihael Juric asiste a una sesión del grupo de trabajo organizado por Alzheimer Croacia durante el Mes Mundial del Alzheimer.*

# Medios de comunicación

En primer lugar, es importante identificar los medios de comunicación a los que dirigirse. Unos medios pueden ser más eficaces que otros en función de su enfoque y su público objetivo. Piense en televisión, radio, periódicos, revistas, sitios web, blogs y podcasts. No subestime la eficacia de la radio.

Una vez identificados los medios de comunicación, es fundamental proporcionarles **historias convincentes y relevantes**. Esto puede lograrse creando comunicados de prensa que destaquen los mensajes clave de la campaña y proporcionen información útil a los periodistas. También es importante **incluir la voz de las personas que viven con demencia y de sus cuidadores** en el comunicado de prensa, si no en toda la campaña o acto, para captar por qué es tan importante concienciar y combatir el estigma que aún rodea a esta enfermedad. Trabajar con los medios de comunicación es una vía de doble sentido. Los periodistas y editores buscan historias interesantes y oportunas sobre las que informar, mientras que nosotros buscamos cobertura mediática para llegar a su público objetivo. **Por lo tanto, es crucial proporcionar a los medios de comunicación historias atractivas e informativas que capten su atención y aporten valor a su audiencia**.

Antes de que comience la campaña también puede ser útil entablar relaciones con periodistas y editores. El establecimiento de estas relaciones puede ayudar a garantizar que los mensajes de la campaña se comuniquen al público con precisión y eficacia. Para ello, puede ponerse en contacto con los periodistas y editores por correo electrónico o por teléfono, presentarles la campaña, proporcionarles información de fondo y responder a cualquier pregunta que puedan tener.

Como ya se ha mencionado, si se identifican los medios de comunicación adecuados, se establecen relaciones con periodistas y editores, y se proporcionan historias convincentes, la campaña o el acto pueden comunicar eficazmente el mensaje que se desea compartir para ayudar a concienciar sobre la enfermedad de Alzheimer y la demencia, y mejorar la vida de los más afectados.

No subestime el poder de los medios de comunicación. Convierta en una prioridad trabajar eficazmente con ellos para garantizar el éxito de su campaña del Mes Mundial del Alzheimer.

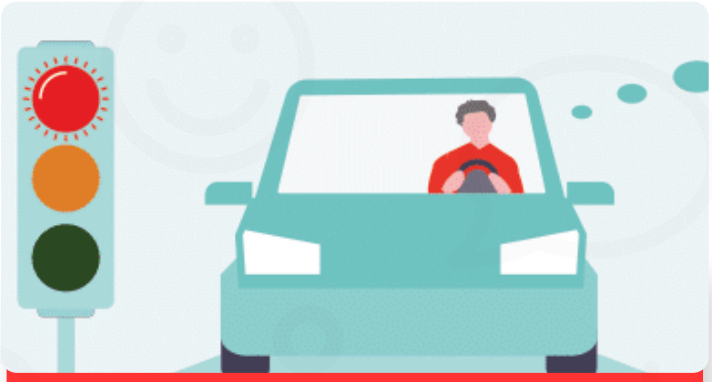
Acceda al documento complementario
**'Trabajar con los medios de comunicación'**

# Redes sociales
# en el Mes Mundial del Alzheimer

Una de las formas más eficaces de ayudarnos a difundir el mensaje del Mes Mundial del Alzheimer es a través de las redes sociales.

Esta sección del kit de herramientas proporciona más información sobre la planificación de contenidos y mensajes para el Mes Mundial del Alzheimer en las redes sociales, así como consejos generales y una visión general de la información en torno a algunos de los canales de medios sociales más populares.

*Utilizar fotos, vídeos y animaciones para acompañar sus mensajes en las redes sociales puede ayudar a aumentar enormemente el alcance y la participación de la audiencia.*



*A lo largo del Mes Mundial del Alzheimer, la ADI difundirá mensajes sobre la reducción de riesgos y los signos generales de alerta de la demencia*

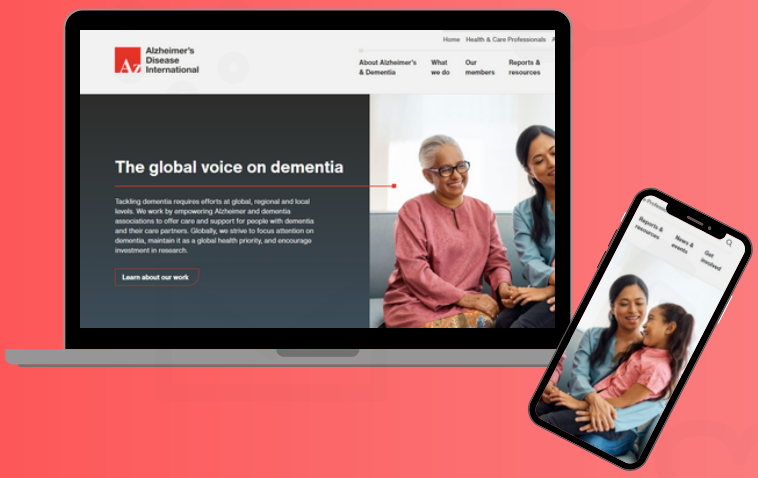
## Redes sociales
## Síganos en nuestros canales

Facebook

Twitter

Instagram

LinkedIn



# Redes sociales: **Consejos generales**

Estos consejos orientan sobre cómo utilizar eficazmente las redes sociales para lograr impacto, desde fijar objetivos y utilizar un lenguaje claro y positivo hasta publicar en el momento "adecuado".

- **Decida cuál es su objetivo al publicar en las redes sociales**. ¿Quiere recaudar donativos, animar a la gente a ser voluntaria o simplemente concienciar al mayor número posible de personas para que vean su mensaje? Estos objetivos le ayudarán a decidir qué tipo de mensaje quiere compartir, incluidos los elementos visuales que utilice y el lenguaje de sus publicaciones.

- **Utiliza un lenguaje claro, amigable y proactivo**. No escriba demasiado en una sola entrada, resuma lo que quiere decir y luego enlace a un sitio externo para ampliar la información si es necesario. Asegúrese de mantener siempre el mensaje.

- **Utiliza imágenes o vídeos** coloridos y de alta calidad para captar la atención. Cuando miramos 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 incluyen elementos visuales atractivos (por ejemplo, gráficos brillantes, animaciones, un vídeo).

- **Usa hashtags (#)**. Cuando se usan hashtags delante de una palabra o frase en las redes sociales, ayudan a otros a encontrar su mensaje. Si nunca ha utilizado hashtags o aún no sabe cómo funcionan, la próxima vez que esté en las redes sociales, haz clic en una palabra o frase que haya sido etiquetada con hashtags... ¡a ver qué pasa!

- **Publica sus contenidos con regularidad**, pero no tanto como para abrumar a las personas que le siguen o que podrían querer seguirle.

- **Siempre hay que tener en cuenta la fecha** y la hora de las publicaciones. Cada plataforma de redes sociales tiene unas fechas y horas óptimas en las que es más probable que la gente vea sus publicaciones y se interese por ellas.

- **Piensa en formas innovadoras de involucrar** a sus seguidores iniciando debates y campañas interactivas, por ejemplo, utilizando funciones de la plataforma como Instagram live, encuestas de Facebook y mucho más. Qué le haría detenerle a leer un post o un tuit, o participar en una campaña?

- **Haga preguntas a su público**. Pídales que participen, dejen comentarios o compartan su mensaje o su experiencia.

# Redes sociales: **Planificación de contenidos**

Si prepara sus mensajes para el Mes Mundial del Alzheimer con antelación, podrá garantizar que se transmita un mensaje coherente a través de todos sus canales, lo que dará como resultado una voz unificada y hará hincapié en los temas clave del Mes Mundial del Alzheimer.

Organizar los contenidos con antelación también le permite gestionar eficazmente su tiempo y sus recursos o los de su equipo, lo que le permite mantener una presencia activa en las redes sociales mientras puede concentrarse en otras áreas de la campaña. La planificación de los contenidos también permite supervisar el rendimiento de las publicaciones y ajustar los mensajes y la creatividad si es necesario.

## Piense en su campaña **¿Por dónde empiezo?**

Siga estos pasos para empezar a planificar y organizar sus mensajes y contenidos para las redes sociales durante el Mes Mundial del Alzheimer.

- **Establezca objetivos claros**: Empiece por definir los objetivos de su campaña en las redes sociales, uno de los cuales debe ser aumentar la concienciación sobre la demencia. Otros objetivos pueden ser: recaudar donativos, animar a inscribirse en un evento como la Caminata por la memoria, aumentar el número de seguidores, animar a la gente a visitar su sitio web, etc.

- **Identifique a su público objetivo**: Comprenda a quién quiere llegar a través de las redes sociales. ¿Quiere llegar a personas de su comunidad local o de una región más amplia? ¿Le gustaría que más jóvenes vieran sus mensajes? ¿Quiere llegar a funcionarios y responsables políticos? Esto le ayudará a decidir qué plataformas de redes sociales utilizar, así como el lenguaje de sus mensajes y contenidos que más resuene entre su público.

- **Elija sus plataformas**: Seleccione las plataformas de redes sociales más relevantes para su público objetivo y los objetivos de su campaña. Si no está seguro de por dónde empezar, lea la siguiente página sobre las mejores prácticas para cada plataforma de redes sociales.

- **Elabore mensajes clave**: Cree mensajes concisos y convincentes que transmitan el propósito y la importancia del Mes Mundial del Alzheimer. Considere la posibilidad de utilizar los mensajes clave de este documento como ayuda para elaborar sus mensajes, pero recuerde adaptar el lenguaje a su público.

# Redes sociales:
# ¿Cómo organizo mi campaña?

En esta sección se ofrecen consejos para organizar con éxito una campaña en las redes sociales para el Mes Mundial del Alzheimer, incluida la creación de un calendario de contenidos, el desarrollo de contenidos atractivos y mucho más.

- **Cree un calendario de contenidos:** Un calendario de contenidos puede ayudarle a planificar, programar y visualizar sus publicaciones en las redes sociales a lo largo del mes.
    - Para ayudarle a planificar sus fechas y mensajes para el Mes Mundial del Alzheimer, hemos elaborado un calendario gratuito para el Mes Mundial del Alzheimer, **que puede descargar para** Microsoft Excel, Numbers (Apple) y Sheets (Google). Este documento incluye un ejemplo de calendario que le ayudará a organizar las fechas concretas de septiembre, así como un diseño (con ejemplos de mensajes) para organizar sus mensajes.
- **Desarrolle contenidos atractivos**: Mantenga el interés de la audiencia utilizando contenidos variados, como artículos y blogs, infografías, vídeos e imágenes, y comentarios sobre noticias relevantes.
- **Colabore con socios, voluntarios y personas influyentes**: Ponse en contacto con grupos de incidencia, organizaciones, empresas y personas influyentes de su zona que puedan estar interesadas en ayudar a difundir su mensaje, aunque solo sea compartiéndolo. Su participación puede ayudarle a conectar con un público más amplio y dar credibilidad a su campaña.
- **Utiliza hashtags y menciones:** Incorpora hashtags y menciones relevantes en sus publicaciones para aumentar la visibilidad y fomentar la participación. Utilizando los hashtags de la campaña **#NuncaDemasiadoTemprano**, **#NuncaDemasiadoTarde**, **#ReducirRiesgoAhora**, **#MesMundialDelAlz** y **#MesMundialDelAlzheimer**, otras asociaciones, organizaciones y particulares podrán encontrar su mensaje.
- **Supervisar y ajustar**: Evalúa periódicamente el rendimiento de sus publicaciones y modifica el mensaje o el contenido si es necesario. El análisis de las métricas de interacción le permitirá comprender mejor qué es lo que más le gusta a tu público.

# Redes sociales
# **Buenas prácticas**

Aunque no se trata de una lista exhaustiva de los "mejores consejos" para cada plataforma social, estos consejos deberían servirle de guía para publicar mejores mensajes y contenidos para el Mes Mundial del Alzheimer.

## Facebook

- **¿Quién lo utiliza?** Facebook tiene un público diverso y variado que incluye generaciones mayores, mujeres, residentes urbanos y suburbanos y usuarios internacionales. También lo utilizan muchos profesionales, organizaciones y empresas. Facebook es una gran plataforma para llegar a un amplio abanico de audiencias.

- **¿Cómo participa la gente?** Los usuarios de Facebook interactúan con las publicaciones dándoles a 'Me gusta', comentándolas, compartiéndolas, reaccionando a ellas y etiquetándolas. La participación en las publicaciones ayuda a aumentar la visibilidad de su mensaje y genera un mayor interés en lo que comparte. La participación también ayuda a aumentar el alcance de su contenido, es decir, el número de personas que ven lo que ha publicado.

- **¿Qué funciona mejor?** Considere la posibilidad de utilizar mensajes y contenidos que giren en torno a historias personales, contenidos educativos, infografías y próximos eventos comunitarios, como una Caminata por la memoria.

## Instagram

- **¿Quién lo utiliza?** Instagram tiene una gran base de usuarios, sobre todo entre las generaciones más jóvenes, con más de 2.350 millones de usuarios activos. La plataforma es más popular entre los menores de cuarenta años, pero la utilizan personas de todo el mundo.

- ·**¿Cómo participa la gente**? Los usuarios de Instagram interactúan con las publicaciones dándoles a 'Me gusta', comentándolas, compartiéndolas y etiquetándolas. Instagram también cuenta con una serie de funciones como Stories, Reels e IGTV, que permiten un contenido más interactivo y multimedia. Al igual que en otras plataformas, en Instagram también se utilizan hashtags para clasificar las publicaciones por temas.

- **¿Qué funciona mejor?** Considera la posibilidad de utilizar imágenes o vídeos de alta calidad y visualmente atractivos, así como de utilizar las distintas funciones de Instagram, como Stories, Reels y Live, para crear contenidos atractivos.

# Twitter

- **¿Quién lo utiliza?** Al igual que Facebook, Twitter tiene una base de usuarios muy diversa. Es especialmente popular entre quienes se interesan por las noticias y la actualidad, así como por áreas más "especializadas". Aunque la usan personas de todo el mundo, son muchos los periodistas, académicos, políticos y famosos que utilizan la plataforma.

- **¿Cómo participa la gente?** Los usuarios de Twitter interactúan con los tuits dándoles a "Me gusta", retuiteándolos, compartiéndolos y respondiendo. Los hashtags también se utilizan habitualmente en Twitter para ayudar a otros a encontrar un mensaje (tuit) según su tema o asunto. Retuitear y utilizar hashtags puede ayudar a aumentar el alcance de sus tuits y hacerlos más visibles para un público más amplio.

- **¿Qué funciona mejor?** Twitter tiene un límite de caracteres para cada tuit, así que procura que su mensaje sea conciso y llame la atención. Lo simple suele ser mejor. Los tuits con imágenes o vídeos suelen tener más aceptación.

# LinkedIn

- **¿Quién lo utiliza?** LinkedIn es una plataforma de redes profesionales utilizada por profesionales, empresas y organizaciones. Es especialmente popular entre quienes buscan empleo y contratan personal, así como entre quienes se interesan por las noticias empresariales y del sector.

- **¿Cómo participa la gente?** Los usuarios de LinkedIn interactúan con las publicaciones dándoles a 'Me gusta', comentándolas, compartiéndolas y siguiéndolas. Las publicaciones que ofrecen información sobre el sector, consejos profesionales o noticias empresariales tienden a generar más participación.

- **¿Qué funciona mejor?** Considere la posibilidad de compartir noticias y puntos de vista sobre la enfermedad de Alzheimer y la demencia, así como información sobre próximos eventos o resultados de eventos pasados. Como en todas las plataformas, el uso de imágenes, vídeos o infografías en su publicación puede ayudarle a destacar.

# WhatsApp

- **¿Quién lo utiliza?** WhatsApp es una popular aplicación de mensajería utilizada por más de 2.000 millones de personas en todo el mundo. Es especialmente popular entre las generaciones más jóvenes y los usuarios internacionales.

- **¿Cómo participa la gente?** Los usuarios de WhatsApp participan en los mensajes respondiendo, compartiendo y reenviando, ya sea a otra persona individual o en un grupo, que contiene a varias personas. Como aplicación de mensajería privada, es importante obtener el permiso de los demás antes de añadirlos a un grupo o enviar mensajes.

- **¿Qué funciona mejor?** Considere la posibilidad de utilizar WhatsApp para la comunicación personal y el compromiso con personas o grupos específicos. Por ejemplo, si está en un grupo de WhatsApp para cuidadores, considera la posibilidad de compartir contenido informativo y atractivo que sea relevante para los intereses o necesidades de los cuidadores.

# TikTok

- **¿Quién lo utiliza?** TikTok es una popular plataforma de redes sociales, sobre todo entre las generaciones más jóvenes, con más de mil millones de usuarios activos.

- **¿Cómo participa la gente?** Los usuarios de TikTok interactúan con los vídeos dándoles a 'Me gusta', comentándolos, compartiéndolos y siguiéndolos. TikTok permite una gran variedad de contenidos, como música, efectos especiales y filtros, que pueden utilizarse para crear contenidos atractivos y creativos. Los hashtags también se utilizan habitualmente en TikTok para agrupar los vídeos por temas.

- **¿Qué funciona mejor?** Considera la posibilidad de utilizar vídeos de alta calidad y visualmente atractivos y de utilizar las distintas funciones de TikTok para crear contenidos atractivos y creativos. El algoritmo de TikTok promueve el contenido en función de la participación y las visualizaciones del vídeo, por lo que crear vídeos que fomenten la interacción (por ejemplo, "Me gusta si quieres ver vídeos similares") puede ayudar a aumentar el alcance y la participación de su contenido. Además, utilizar sonidos, música y hashtags que sean tendencia también puede ayudar a aumentar la visibilidad de sus vídeos.

# Patrocinadores

No podríamos lograr todo lo que hacemos durante el Mes Mundial del Alzheimer sin el amable y constante apoyo de nuestros patrocinadores:

## Gracias a nuestros **Campeones del Mes Mundial del Alzheimer:**

Roche

## Gracias a nuestros **Socios del Mes Mundial del Alzheimer**

Biogen

Lilly

novo nordisk®

## Gracias a nuestros **Patrocinadores del Mes Mundial del Alzheimer**

abbvie

ACADIA™

AC Immune

GE Healthcare

Eisai

GT DIAGNOSTICS

MSD

NUTRICIA
LIFE-TRANSFORMING NUTRITION

Otsuka

prothena®

STEP
ADVISING FAMILIES ACROSS GENERATIONS