

Alzheimer's Disease International

Mes Mundial del Alzheimer

Herramientas de la campaña



**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
- 13-15** Redes sociales: 5 consejos para su campaña del Mes Mundial del Alzheimer
- 16-17** Redes sociales: Consejos y sugerencias para la creación de contenidos
- 18-20** Redes sociales: Buenas prácticas
- 21** Patrocinadores

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 2024 marca el 13º aniversario del Mes Mundial del Alzheimer, nuestra campaña internacional de sensibilización y lucha contra el estigma.

Cada año, personas de todo el mundo participan en actos de promoción, recaudación de fondos y sensibilización con motivo del Mes Mundial del Alzheimer, y muchas de ellas trabajan para concientizar a la población en 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 quienes viven con la enfermedad, ahora y en el futuro.

Sólo mediante una mayor concientización 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 impacto 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 lo tanto, 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

Es hora de actuar por la demencia



El tema central de la campaña del Mes Mundial del Alzheimer de este año, "Actitudes ante la demencia", se centra en comprender y abordar las percepciones y actitudes actuales ante la demencia, con el objetivo de acabar con el estigma y la desinformación que rodean a esta enfermedad para, en última instancia, construir una sociedad más favorable a la demencia.

Con los lemas:

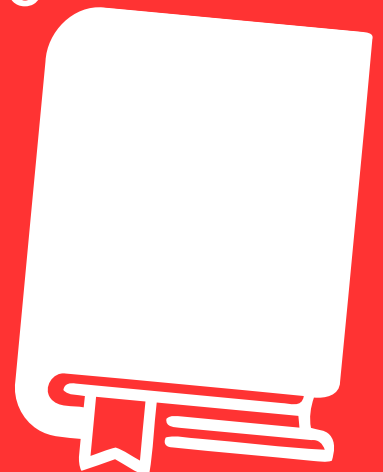
#EsHoraDeActuarPorLaDemencia (Es Hora De Actuar Por La Demencia) y

#EsHoraDeActuarPorElAlzheimer (Es Hora De Actuar Por El Alzheimer), trataremos de poner de relieve las mejores prácticas en la lucha contra el estigma y la demencia, al tiempo que destacamos los conceptos erróneos comunes en torno a la enfermedad, promoviendo una mejor comprensión de la enfermedad, trabajando juntos para reducir el impacto de la demencia en las personas, las familias y la sociedad global en su conjunto.



Informe Mundial sobre el Alzheimer de 2024 Disponible el 20 de septiembre

El Informe Mundial sobre el Alzheimer de este año se basará en el informe Actitudes ante la demencia 2024, y servirá de seguimiento quinquenal para determinar cómo ha cambiado la percepción y la actitud ante la demencia durante este periodo. El informe se elaborará a partir de las respuestas de encuestas realizadas en todo el mundo a personas con demencia, cuidadores, profesionales de la salud y público en general.



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 al año, cifra que se duplicará con creces en 2030.



Estadísticas

- 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, ya que alrededor de dos tercios de los cuidadores primarios en general 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 estos países, el 90% de los cuidados a las personas con demencia se prestan en el hogar.

¿Sabías que?

El Instituto de Métricas y Evaluación Sanitarias ha publicado cifras de prevalencia estimadas para la mayoría de los países ahora y en 2050.

[Haga clic aquí para ver las predicciones para su país](#)



Abogacía

- Los Planes Nacionales de Demencia son la mejor herramienta de que disponen los gobiernos para dar una respuesta contundente a la demencia en sus países. En la actualidad sólo existen unos 50 PND
- Solo el 21% de los gobiernos, que se comprometieron previamente a desarrollar planes nacionales de demencia en 2017, lo han hecho.
- Se están desarrollando nuevos tratamientos modificadores de la enfermedad de Alzheimer que pueden ralentizar la progresión de la enfermedad. Los sistemas sanitarios y asistenciales tendrán que adaptarse para garantizar que los enfermos de Alzheimer puedan acceder a ellos. Los Planes Nacionales de Demencia pueden servir de base para que los gobiernos y los sistemas sanitarios se preparen.
- 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 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.



Mensajes clave

Concienciación sobre la demencia

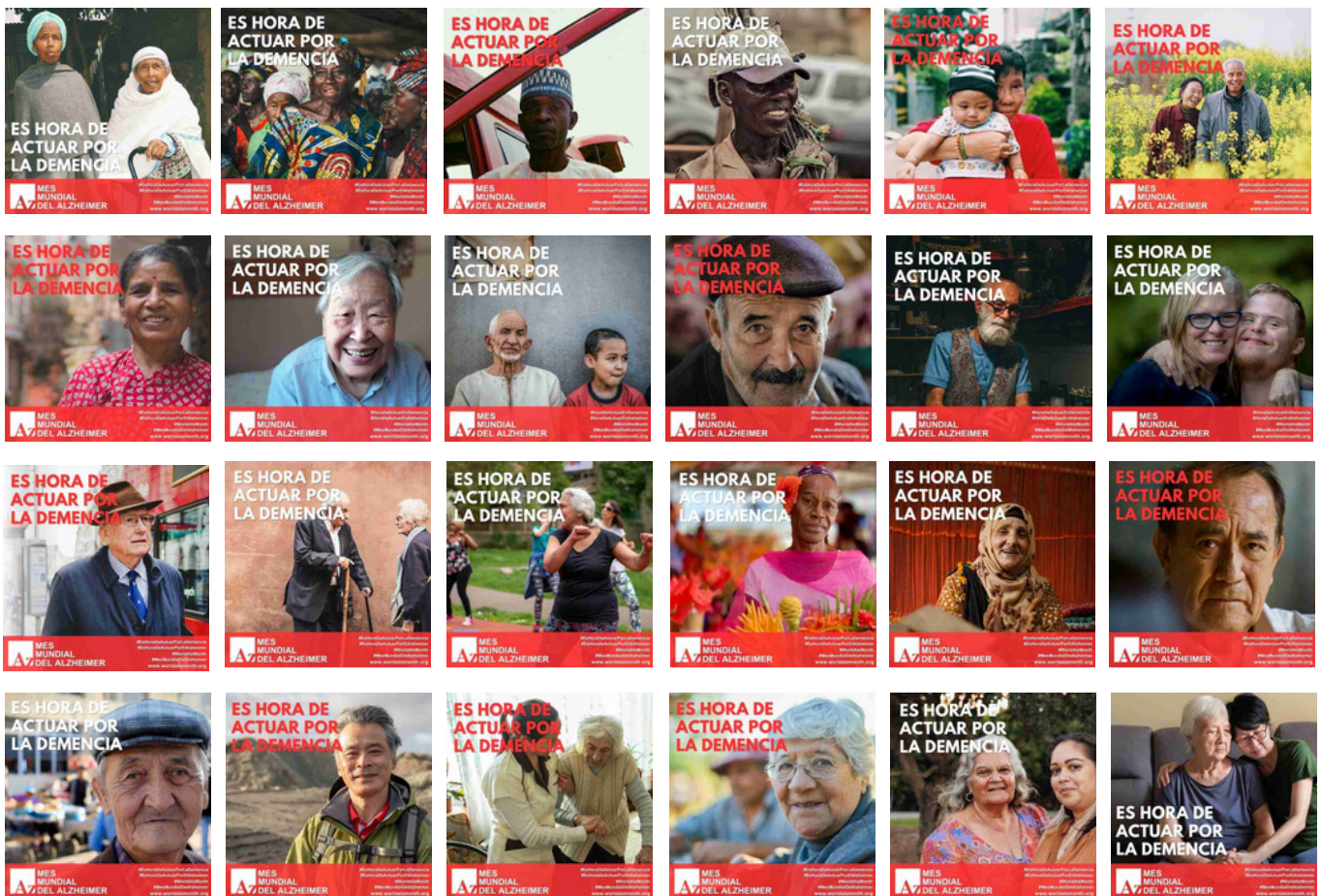
- Casi el 80% del público en general está preocupado por el desarrollo de la demencia y 1 de cada 4 personas piensa que no hay nada que podamos hacer para prevenir la demencia.
- El 35% de los cuidadores de todo el mundo afirma haber ocultado el diagnóstico de demencia de un familiar
- 2 de cada 3 personas siguen pensando que la demencia está causada por el envejecimiento normal.
- El 46% de las personas que viven con demencia y de los cuidadores identificaron el miedo al diagnóstico y el estigma como barreras para el diagnóstico.
- 1 de cada 4 personas piensa que no se puede hacer nada para prevenir la demencia, aunque los datos sugieren que el 40% de las demencias podrían retrasarse o prevenirse mediante factores de riesgo modificables. Este Mes Mundial del Alzheimer estamos concienciando sobre la demencia y cuestionando las ideas erróneas sobre esta enfermedad.
- ¡Rompe el silencio sobre la demencia! El estigma y la discriminación pueden impedir que la gente busque ayuda y llevar al aislamiento y la soledad a quienes viven con la enfermedad. Normalicemos las conversaciones y concienciamos sobre la enfermedad.
- Sabías que en 2019, dos tercios de los profesionales sanitarios ven la demencia como una parte normal del envejecimiento. Este Mes Mundial del Alzheimer estamos concienciando y abordando los conceptos erróneos y el estigma para mejorar la vida de quienes viven con la afección.
- Los bajos niveles de concienciación, junto con el estigma y la discriminación, pueden impedir o retrasar que las personas afectadas hablen con sus profesionales sanitarios sobre la demencia. Un diagnóstico preciso de Alzheimer o demencia puede ayudar a desbloquear opciones de tratamiento, atención y apoyo, así como de asistencia, para que los afectados puedan vivir de forma independiente el mayor tiempo posible.
- Se calcula que 55 millones de personas viven con demencia en todo el mundo, pero muchas no tienen un diagnóstico formal. Un diagnóstico preciso de la demencia puede ayudar a mejorar el acceso al tratamiento, la atención y el apoyo para que las personas que viven con un diagnóstico puedan vivir de forma independiente el mayor tiempo posible.
- 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).
- Septiembre es el Mes Mundial del Alzheimer, 30 días de sensibilización, defensa y acción a nivel mundial. Las campañas de concientización pueden ayudar a combatir la desinformación y el estigma que rodean a esta enfermedad y promover la reducción de riesgos.

Materiales de campaña

En 2024, hemos puesto a tu disposición una selección de tarjetas para redes sociales, carteles e infografías. Ese mismo día estarán disponibles otros materiales centrados en las principales conclusiones del Informe Mundial sobre el Alzheimer 2024, que se publicará el 21 de septiembre, Día Mundial del Alzheimer. Como organización internacional, reconocemos la importancia de la diversidad en nuestros materiales, razón por la cual 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.

Todos los materiales de la campaña pueden encontrarse en el sitio web de ADI:

<https://www.alzint.org/get-involved/world-alzheimers-month/resources/>



Materiales de campaña

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

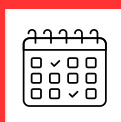
Sin embargo, estos documentos pueden utilizarse fuera del Mes Mundial del Alzheimer y pueden ser de ayuda, especialmente para las asociaciones miembros de ADI que participen en otras campañas o iniciativas en su país.



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 2024, ADI elaborará dos comunicados de prensa. El primero se publicará el 1 de septiembre y se centrará en el objetivo general de la campaña de concienciación y en el tema.

El segundo se publicará el 21 de septiembre, Día Mundial del Alzheimer, y explorará las principales conclusiones y recomendaciones del Informe Mundial sobre el Alzheimer 2024 sobre "Actitudes ante la demencia".



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 Día Mundial del Alzheimer



Fundación Alzheimer Nicaragua en Es Mi Día con el Dr. Milton López por el Día 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'

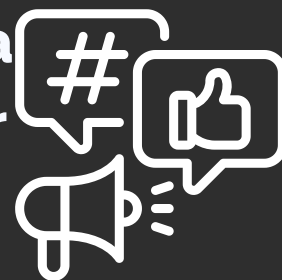
Redes sociales en el Mes Mundial del Alzheimer

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.

Participe en la campaña de este año utilizando los hashtags.

#EsHoraDeActuarPorLaDemencia
#EsHoraDeActuarPorElAlzheimer
#WorldAlzMonth
#MesMundialDelAlzheimer



Redes sociales
Síguenos en nuestros canales



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[Instagram](#)



[LinkedIn](#)



Redes sociales: 5 consejos para su campaña del Mes Mundial del Alzheimer

Estos consejos orientan sobre cómo utilizar eficazmente las redes sociales para lograr impacto, desde la definición de objetivos y la planificación de contenidos hasta la conexión de su contenido con las audiencias mediante hashtags y menciones.

- 1 **Defina los objetivos**
- 2 **Planifique su contenido**
- 3 **Utilice hashtags**
- 4 **Etiquetar y mencionar otras cuentas**
- 5 **Escribe siempre pies de foto en las redes sociales**

1 **Defina los objetivos de su campaña del Mes Mundial del Alzheimer en las redes sociales**

- Utilice su campaña para concienciar sobre la demencia, las actitudes y cualquier estigma asociado, y dar a conocer sus actividades o las de su asociación local.
- Pero puede que quiera concienciar más a la población joven, llegar a los responsables políticos, o educar a los profesionales médicos, recaudar donaciones para servicios de atención, animar a la gente a ser voluntaria o simplemente concienciar haciendo que su mensaje sea visto por tanta gente como sea posible. Puede utilizar los mensajes clave proporcionados y desarrollarlos para que sean relevantes para su público.

Redes sociales: 5 consejos para su campaña del Mes Mundial del Alzheimer

2 Planifique su contenido

- Las campañas son una época de mucho trabajo, y si planifica y prepara parte de su contenido antes del Mes Mundial del Alzheimer, podrá mantener fácilmente su presencia en línea mientras facilita sus actividades presenciales y gestiona su tiempo y recursos o los de su equipo.
- Crear contenido para las redes sociales lleva tiempo. Asegúrese de no dejarlo para el último momento.
- Puede programar sus contenidos para una hora y fecha concretas en determinadas plataformas de redes sociales, como Twitter y LinkedIn, y en Meta Business Centre, para Instagram y Facebook.
- También puede utilizar aplicaciones de programación para planificar y programar sus contenidos, como: **Canva**, **Hootsuite**, **Plann**

Nota. Estas aplicaciones de programación suelen ser servicios de suscripción que se cobran en dólares estadounidenses. ADI anima a aquellos que deseen utilizar plataformas de programación a investigar las opciones para encontrar la plataforma adecuada a sus necesidades.

3 Utilice hashtags para conectar el contenido de su campaña

- Cuando se utilizan hashtags delante de una palabra o frase en las redes sociales, ayudan a otras personas a encontrar su publicación en las redes sociales y a participar en la campaña. Al escribir el símbolo # delante de una palabra o frase, ésta se conecta con todos los contenidos que comparten el mismo hashtag.
- ¿Cómo funcionan?
 - Los hashtags son sensibles a los espacios, asegúrese de escribir sus frases sin espacios.
 - Los hashtags son específicos de cada plataforma, sólo se conectan con otros contenidos con hashtags en la misma plataforma en la que se publican, no se conectan automáticamente con todos los hashtags en todas sus plataformas.
 - Los hashtags se activan cuando se escriben en la publicación en redes sociales, incluirlos en los gráficos de una imagen no los conectará con otros contenidos etiquetados con hashtags.
- Asegúrese de utilizar los hashtags de la campaña:
#EsHoraDeActuarPorLaDemencia, **#EsHoraDeActuarPorElAlzheimer**,
#WorldAlzMonth, **#MesMundialDelAlzheimer**

Redes sociales: 5 consejos para su campaña del Mes Mundial del Alzheimer

4 Etiquetar y mencionar otras cuentas

- Piensa en los objetivos de su campaña y en su audiencia, ¿quién quiere que vea su publicación?
- Etiquetar y mencionar cuentas de redes sociales específicas puede hacer que su campaña sea más visible y captar la atención de posibles organizaciones colaboradoras, políticos, escuelas, voluntarios o personas influyentes.
- Cuando etiquete o mencione a otra cuenta en su publicación, ésta recibirá una notificación para informarle de que la ha etiquetado en su publicación.
- Antes del Mes Mundial del Alzheimer, intenta hacer una lista de las organizaciones y personas clave con las que quiere conectar durante su campaña y asegúrese de que tiene el nombre correcto en las redes sociales (por ejemplo: **@AlzDisInt**)

También puede pedir a la gente que se mencione en sus contenidos de redes sociales mientras asisten a sus eventos y actividades.

5 Escribe siempre pies de foto en las redes sociales

- Si tiene una gran foto o vídeo que ayuda a promocionar su evento o actividad, asegúrese de escribir un pie de foto que explique lo que ocurre en el contenido, ¡no lo deje en blanco!
- Los pies de foto en las redes sociales son una forma estupenda de hacer que su contenido sea más informativo, educativo y visible. Recuerda que un hashtag sólo está activo si se escribe en el pie de foto del contenido.
- Si organiza eventos y actividades presenciales, asegúrese de incluir detalles importantes en el pie de foto, como la hora y el lugar de la reunión, cómo ponerse en contacto con los organizadores, dónde inscribirse o comprar entradas, o cómo hacer donaciones.
- Los pies de foto también ofrecen la oportunidad de añadir un hipervínculo en el texto. Intente incluir un enlace a su sitio web, o a páginas web donde su público pueda acceder a más información sobre un evento o servicio.
- (por ejemplo: **<https://www.alzint.org/resource>**)

Redes sociales: Consejos y sugerencias para la creación de contenidos

Estos consejos ofrecen ideas y buenas prácticas para crear sus propios contenidos para la campaña del Mes Mundial del Alzheimer.

1 Utilice imágenes o vídeos de alta calidad

- Utilice imágenes o vídeos coloridos y de alta calidad para captar la atención. El vídeo es la forma más potente de contenido, y la mayoría de los móviles ofrecen ahora la opción de capturar imágenes de alta calidad. Cuando comparta cualquier tipo de contenido, intenta evitar el uso de imágenes pixeladas o de baja calidad.
- Consejo adicional: las cámaras de los móviles capturan imágenes y secuencias de mucha mejor calidad cuando se toman con luz natural
- También puede utilizar animaciones (en Canva y otras aplicaciones de edición - ver más abajo) para que su contenido en redes sociales destaque.

2 Edite sus propios vídeos

- Las plataformas como Instagram y TikTok ofrecen funciones de edición dentro de la aplicación. Una vez que haya editado su vídeo, asegúrese de guardarlo en su móvil para publicarlo en sus otras cuentas de redes sociales.
- Otras apps como **Canva** e **InShot** sirven para editar vídeos en el móvil.

3 Sonido activado

- Muchos vídeos suelen verse en el móvil en modo silencio. Si su vídeo tiene sonido, música o alguien hablando, ¡muéstralo! Añade una pegatina para recordar a la gente que escuche con sonido. O añada subtítulos al vídeo para que los espectadores los lean mientras lo ven

Redes sociales: Consejos y sugerencias para la creación de contenidos

4 Sé personal y muéstrese ante la cámara

- Esta es la forma más poderosa y atractiva de contenido en redes sociales, y puede ser muy rápida y fácil de crear utilizando su móvil. Prueba a grabar un vídeo suyo hablando a la cámara y a su audiencia online. Puede hablar de un próximo evento, de sus servicios, educar a su audiencia sobre el estigma de la demencia.

5 Mostrar entre bastidores

- El contenido «entre bastidores» puede ser tan interesante como el acto o discurso principal y es una oportunidad para crear y compartir contenido. Grabe una actualización rápida para que su audiencia conozca todo el trabajo que realiza en los preparativos de un evento clave. Comparta pequeñas escenas como, por ejemplo, unos voluntarios están cocinando comida para su evento, un equipo está montando un escenario o la gente está calentando para una Caminata por la Memoria.

6 No utilice todas sus ideas y materiales en un solo post

- No escriba demasiado en el pie de foto ni comparta todas sus imágenes en un solo post. En las redes sociales es más eficaz mantener una presencia constante durante un periodo de tiempo más largo que publicarlo todo en un breve espacio de tiempo. Crear varias publicaciones para un mismo evento aumenta las posibilidades de que su público vea el contenido.

ideas deas de contenido adicional

- Vídeo de paseo y charla en un evento
- Reuniones de personas y actos públicos: pueden ser Caminatas por la Memoria, bailes culturales, comidas compartidas o actividades creativas.
- Un mensaje formal de apoyo en vídeo de un líder de una organización o un político
- Un vídeo del personal o los voluntarios en el que se expliquen los mensajes clave de la campaña.
- Recortes de prensa: imágenes de artículos y entrevistas en los que haya aparecido.
- Mensajes de vídeo de miembros del público destacando los puntos clave de la campaña
- Mensajes de vídeo de personas con demencia y cuidadores que describan sus experiencias personales.

Redes sociales

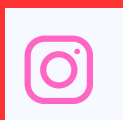
Buenas prácticas

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.

Redes sociales

Buenas prácticas



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.

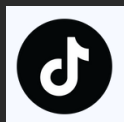
Redes sociales

Buenas prácticas



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, considere 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
Socios del Mes Mundial del Alzheimer



Gracias a nuestros
Patrocinadores del Mes Mundial del Alzheimer

