

Propuesta de colaboración para empresas

DÍA MUNDIAL DE LA SALUD MENTAL · 10 DE OCTUBRE DE 2026

# Turn Down the Noise

## #AlgoritmoSeguroYa

---

Una campaña para proteger la salud mental y velar por el bienestar digital de la infancia. La iniciativa global de UNICEF, impulsada junto a partners líderes como Zurich, Spotify, Pinterest y Lululemon, que llega a España a través de la iniciativa nacional de UNICEF España "NTP: Coméntalo" llamando a la acción por un #AlgoritmoSeguroYa.

## EL CONTEXTO

# El próximo gran desafío social

*La salud mental de la infancia ya no puede entenderse sin hablar de tecnología.*

### DURANTE AÑOS ABORDAMOS EL BIENESTAR EMOCIONAL DESDE LO INDIVIDUAL

- Resiliencia
- Autocuidado
- Educación emocional
- Acceso a apoyo psicológico

### HOY LA EVIDENCIA NOS OBLIGA A AMPLIAR LA MIRADA

Los entornos digitales son ya uno de los factores más influyentes en el desarrollo, las relaciones y el bienestar emocional de niños, niñas y adolescentes.

---

*La pregunta ya no es solo cómo ayudamos a los jóvenes a navegar el mundo digital. La pregunta es cómo hacemos que ese mundo digital sea más seguro para ellos.*

# Una generación que crece en un entorno digital permanente

Fuente: UNICEF España, USC y CGCII y Red.es · Infancia, Adolescencia y Bienestar Digital (2025) · 93.153 chicos y chicas, 485 centros educativos, 7.651 profesores

**76%**

dispone de móvil propio a los 12 años

**92,5%**

de los adolescentes está registrado  
en al menos una red social

**20%**

dedica más de 5 horas diarias a las  
redes sociales en fin de semana

**Más de la mitad**

de los chicos y chicas encuestados  
manifiestan cierta necesidad de  
desconexión del entorno digital

**Más del 90%**

de la ciudadanía expresa  
preocupación por los riesgos del  
entorno digital

*La tecnología aporta enormes oportunidades de aprendizaje, conexión y participación. Pero también está configurando comportamientos, emociones y relaciones a una escala sin precedentes. El uso intensivo y sin acompañamiento de la tecnología plantea desafíos que, según el estudio, deben abordarse como una cuestión de salud pública, por sus efectos sobre el desarrollo físico, emocional y social de la infancia y la adolescencia.*

# Del tiempo de pantalla a los sistemas que deciden por ellos

*La cuestión ya no es cuánto tiempo pasan conectados, sino qué contenidos reciben y por qué.*

Millones de jóvenes están expuestos cada día a sistemas de recomendación que determinan:

- **Qué consumen**
- **Qué les preocupa**
- **Qué desean**
- **Cómo se relacionan**
- **Cómo se perciben a sí mismos**

*El algoritmo se ha convertido en uno de los actores más influyentes en la experiencia digital de la infancia. **Influye en su aprendizaje, en su autoestima y en su forma de relacionarse con el mundo.***

# El ruido que acompaña a toda una generación

- La Generación Z crece rodeada de una corriente constante de información.
- Opiniones, consejos, tendencias y contenidos digitales: vídeos, podcasts, influencers, memes, comentarios, recomendaciones automatizadas...
- Con el tiempo, muchos de esos mensajes dejan de percibirse como externos. Empiezan a sonar como pensamientos propios.

UNICEF LLAMA A ESTE FENÓMENO

## Turn Down the Noise

---

Además de ayudar a los jóvenes a conectar con otros, debemos reconocer qué está moldeando sus emociones y decisiones, y hacer algo al respecto.

EL PROBLEMA QUE QUEREMOS RESOLVER

# Dos conversaciones que, para los adolescentes, son la misma

CONVERSACIÓN 1

## Salud mental

Ansiedad, autoestima, bienestar emocional, acceso a apoyo psicológico.



CONVERSACIÓN 2

## Tecnología y redes

Lo que consumen, lo que reciben, lo que los algoritmos amplifican.

Las dos influyen en la autoestima, las relaciones, la percepción social y el bienestar emocional. Nuestra oportunidad es conectar ambas agendas.

¿POR QUÉ AHORA?

# Una combinación excepcional de factores

1

## Factor 1

### Oportunidad de sumarse a la campaña global del momento

*Turn Down the Noise* es una campaña pionera, impulsada por líderes globales como Zurich, Spotify, Pinterest o Lululemon para abordar una temática de máxima relevancia y actualidad. Podéis sumaros a esta narrativa con un posicionamiento sólido y ampliamente respaldado.

2

## Factor 2

### Contamos con evidencia propia

Los informes de UNICEF España “Infancia, adolescencia y bienestar digital” y “El impacto del sector privado en la salud mental de la infancia y la adolescencia” (con Zurich) nos proporcionan legitimidad científica y datos actualizados.

3

## Factor 3

### Una propuesta de colaboración estratégica y concreta

No nos limitamos a sensibilizar: movilizamos con una petición de firmas específicamente dirigida a la industria tecnológica: **#AlgoritmoSeguroYa.**

FACTOR 1

LA COALICIÓN GLOBAL

## ***Turn Down the Noise*** (Global Coalition for Youth Mental Health)

*La iniciativa internacional de UNICEF por la salud mental de la juventud.*

Campaña impulsada por la Coalición Global por la Salud Mental de la Juventud, en la que UNICEF y un grupo de empresas líderes unen sus fortalezas con el fin de garantizar la inversión y la acción necesarias para salvaguardar la salud mental de la infancia y la juventud.

**Ya forman parte de la coalición:**



RITUALS...



SONY



*Turn Down the Noise* es una campaña global digital con activaciones en España, Suiza, Países Bajos y Canadá

# NTP: Coméntalo

*El movimiento de UNICEF España por la salud mental de la infancia y la adolescencia.*

La forma en que UNICEF España traslada este compromiso global a la acción local: una alianza entre administraciones públicas, empresas, profesionales de la salud y la sociedad civil para transformar la salud mental de niños, niñas y adolescentes.

**Algunas de las empresas que ya se han unido:**



## OBJETIVOS DE NTP: COMÉNTALO

- **Unidades móviles para la detección temprana de problemas de salud mental**
- **Formación a docentes en gestión del bienestar emocional**
- **Herramientas para que las familias acompañen a sus hijos e hijas**
- **Una sociedad movilizada por la salud mental de la infancia — el objetivo de #AlgoritmoSeguroYa**

---

**4 de cada 10 chicos y chicas afirma haber tenido un problema de salud mental en el último año, y 1 de cada 3 no ha hablado con nadie de ello.**

FACTOR 3

LA CAMPAÑA DE ACTIVACIÓN Y MOVILIZACIÓN

## #AlgoritmoSeguroYa

Dentro del marco de NTP creamos #AlgoritmoSeguroYa, una activación a nivel España que se extenderá hasta marzo de 2027, coincidiendo con el Mobile World Congress. Nuestro objetivo: conseguir que empresas, familias y administraciones se movilicen para conseguir algoritmos más seguros para la infancia.

### Resultados a dos meses del lanzamiento



**21.500**

firmas conseguidas



**6M**

de impresiones en  
RRSS



**+15.000**

firmas nuevas, objetivo  
para el 31 octubre



## STORYTELLING VISUAL

# La campaña, en imágenes

Divulgadores que ya se han sumado: Lucía (mi pediatra), Alberto Soler, Laura Baena, Armando Bastida, Diana Al Azem, Sara Carbonero, José Manuel Calderón y más de 20 perfiles públicos adicionales.



**Click en la imagen para acceder a la Landing de firmas**



*Sara Carbonero*

Criterio editorial

1,5 M de views  
48.000 interacciones  
10.000 shares



*Laura Baena*

Tips para lidiar con las pantallas

135.000 views  
1.200 interacciones  
80 shares



*Lucía Al Pediatra*

Conciliación

560.000 views  
8.300 interacciones  
2.700 shares

# ¿Y si la salud mental de toda una generación fuera también una prioridad empresarial?

---

*Este Día Mundial de la Salud Mental es la oportunidad para que vuestra empresa forme parte del cambio.*

## EL MOMENTO

# Nuestra propuesta: cuándo

**El 10 de octubre es el Día Mundial de la Salud Mental.**

Es el mejor momento para que vuestra empresa se sume a #AlgoritmoSeguroYa: el tema tiene mayor resonancia mediática y social, y vuestra difusión, mejor recepción y por lo tanto más impacto.

### COMIENZO DE LA ACTIVACIÓN SUGERIDO



**3** de octubre de 2026

---

*Activar, movilizar y visibilizar la causa junto a vuestra empresa durante octubre, mes de la salud mental*

# Nuestra propuesta: valor para la empresa

*No es un asunto ajeno al negocio: sus empleados son madres, padres y cuidadores; sus clientes son familias; la próxima generación de talento crece en este entorno.*

## QUÉ GANA LA EMPRESA

- **Relevancia**

Hablar de una preocupación real de empleados y clientes, presente en la conversación pública y mediática de la actualidad.

- **Utilidad**

Ofrecer herramientas prácticas a las familias.

- **Liderazgo**

Colaborar con una campaña impulsada por UNICEF y una red de empresas referente.

- **Impacto**

Contribuir de forma tangible y medible a una transformación corporativa y social necesaria.

## CÓMO UNICEF POTENCIA LA PARTICIPACIÓN DE TU EMPRESA

- **Alcance**

Ofrece las herramientas y contenidos necesarios a partners para llegar a sus audiencias de forma efectiva. Así hemos conseguido en apenas dos meses más de 21.000 firmas.

- **Posicionamiento**

Aporta liderazgo y posicionamiento fundado sobre derechos de la infancia en el ámbito digital.

- **Incidencia**

Impulsa relaciones y negociaciones multisectoriales de impacto — una red del cambio de la que merece la pena ser parte.

- **Visibilidad**

Es capaz de visibilizar a partners en espacios y canales de gran alcance, a favor de la causa común.

# Nuestra propuesta: valor para la empresa

1

## Una conversación ya en marcha

El bienestar digital de la infancia está en la agenda pública, mediática y política. Os sumáis a ella en el momento de mayor visibilidad, y de la mano de UNICEF.

2

## Coherencia hacia vuestros equipos

Hacer engagement sobre salud mental un 10 de octubre, hacia dentro y hacia fuera, es una conexión necesaria con vuestras personas y con las familias de vuestro equipo, no solo con vuestra audiencia externa.

3

## Una red de empresas de referencia

Una oportunidad de colaborar junto a una red de empresas diferencial, entre las que están Zurich, Lululemon o Spotify, con un compromiso sencillo pero relevante.

## CÓMO COLABORAR

# 3 niveles de colaboración

*Tres niveles de colaboración en función del compromiso con la infancia.*

### NIVEL 1

## Amplificador

#### QUÉ HACE

1 acción de difusión externa y 1 interna del menú (compartir la petición, banner, newsletter...)

#### QUÉ RECIBE

Inclusión en la landing de @AlgoritmoSeguroYa como partner corporativo y reconocimiento como amplificador en el reporte de cierre de campaña

### NIVEL 2

## Impulsor

#### QUÉ HACE

Un mínimo de 3 acciones de difusión, entre las que se incluirá la petición de firmas

#### QUÉ RECIBE

Lo anterior +  
· Landing personalizada para la recogida de firmas  
· Mención en nota de prensa local

### NIVEL 3

## Catalizador

#### QUÉ HACE

Todo lo anterior + una aportación económica al fondo de salud mental de UNICEF, o en especie para la campaña\*

#### QUÉ RECIBE

Lo anterior +  
· Mención en la web global de Turn Down the Noise como Campaign Supporter  
· Sesión divulgativa con un ponente de UNICEF España sobre salud mental / bienestar digital en la infancia dirigida a *stakeholders* de la empresa

\*Los miembros de la Alianza "NTP: Coméntalo" tendrán acceso preferente al nivel 3, sin necesidad de aportación adicional

\*\*Las propuestas de aportación económica y/o en especie serán analizadas con el equipo de Alianzas Corporativas, con un valoración mínima de 10.000 Euros

# Menú de acciones

## COMUNICACIÓN EXTERNA

- Compartir la petición de firmas en vuestros canales propios
- Crear contenido nativo o co-brandeado en torno al tema
- Incluir CTA de la campaña en una newsletter o mailing externo
- Difundir la nota de prensa entre vuestros contactos de medios
- Amplificación ejecutiva: una publicación de un/a directivo/a en LinkedIn
- Visibilidad en eventos propios

## COMUNICACIÓN INTERNA

- Activación interna: compartir contenido y recursos con el equipo
- Difusión y matching de la campaña de UNICEF en Benevity a favor del Fondo Global de Salud Mental
- Promoción de retos entre empleados para la captación de firmas

### REPORTING

*Se pide un breve reporte de alcance de las acciones elegidas (impresiones, alcance, cobertura de medios) al finalizar, para dar seguimiento al impacto conjunto.*

# Recursos disponibles

*Assets de la campaña ready-to-use. Se entrega en un enlace único (carpeta compartida) y se actualiza según avanza la campaña.*



Piezas gráficas para redes sociales (feed y stories) — 5 conceptos creativos



Nota de prensa lista para compartir



Firma de email con enlace a la petición



Copys pre-redactados para LinkedIn, Instagram y X



Banner web en varios tamaños estándar



Mini manual de marca: paleta de color y normas de uso



Vídeo / hero content, en horizontal y vertical



Guion de apoyo para la charla interna al equipo



Plantilla de newsletter, copy corto y largo

# Key visual

La identidad visual y creativa de la campaña

unicef PRESENTA:

## LA LECCIÓN.

**La idea es hacer que el algoritmo copie 15.000 veces una frase:**

23.679: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.680: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.681: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.682: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.683: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.684: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.685: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.686: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.687: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.688: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.689: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.  
23.690: No volveré a dañar la salud mental de la infancia.

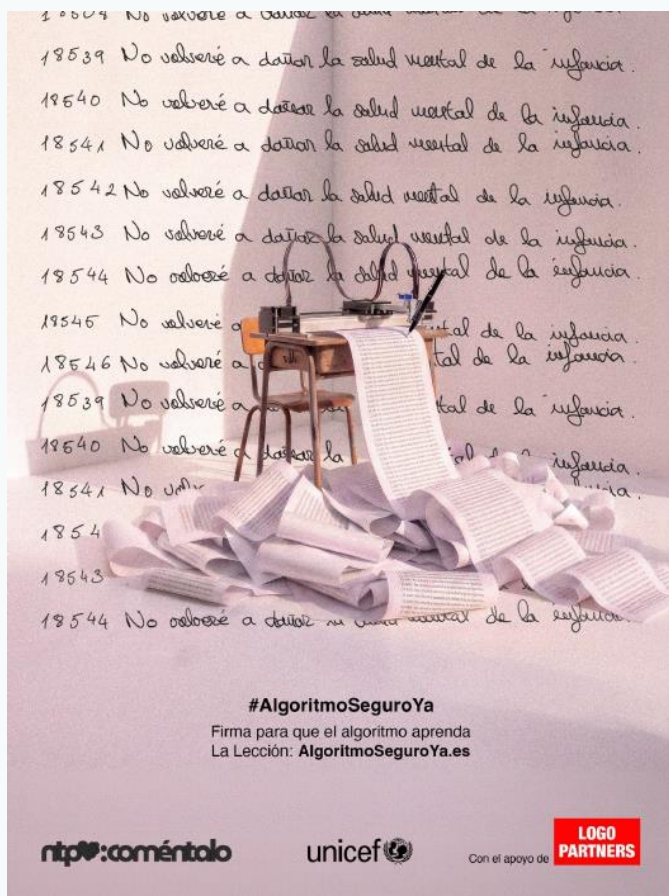
Por cada firma que consigamos, un algoritmo desarrollado por nosotros copiará automáticamente con un plotter la frase para aprender la lección.

Esta máquina estará conectada al formulario de **#AlgoritmoSeguroYa** y podremos ver en directo cómo una máquina hace una copia.

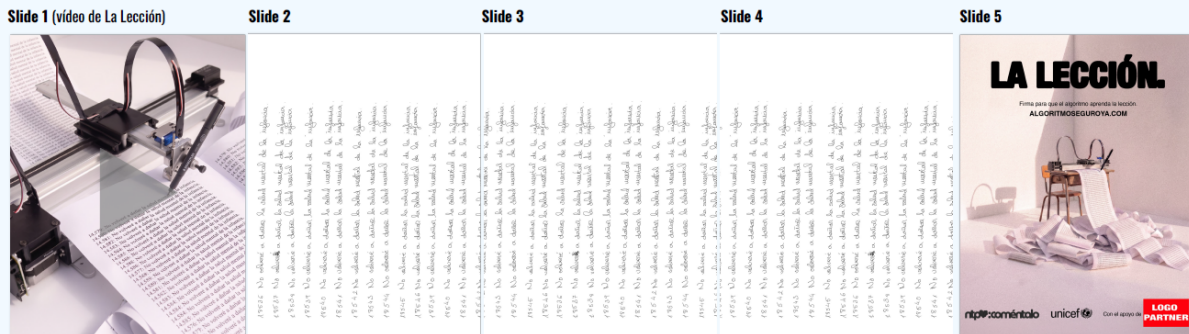


# Ejemplos

Algunos de los formatos que tendréis cuando os adheráis a la campana (confidencial, WIP)



## CARRUSEL



# Imaginemos lo que podemos conseguir juntos



**Miles de empleados  
participando en la  
conversación**



**Miles de familias  
accediendo a  
recursos útiles**



**Millones de consumidores  
expuestos al mensaje**



**Decenas de miles de  
nuevas voces  
reclamando entornos  
digitales más seguros**



**Algoritmos más seguros  
para la infancia**

*Ninguna organización puede resolver este desafío por sí sola. Pero una alianza empresarial sí puede acelerar el cambio.*

# Esperamos contar con vuestra colaboración a partir del 3 de octubre

## Ventana sugerida

A partir del 3 octubre de 2026 y con particular foco en el entorno del día 10, Día Mundial de la Salud Mental

## Elegid vuestro nivel de implicación

Amplificador, Impulsor o Catalizador  
— el que mejor encaje con vuestra organización

## Os escuchamos

Enrique J. Cortés  
ecortes@unicef.es  
Alianzas Corporativas, UNICEF  
España

TURN DOWN THE NOISE

**#AlgoritmoSeguroYa**

*Porque la salud mental de la infancia también depende del entorno digital que estamos construyendo.*