

Prevención del tabaquismo en adolescentes (Campaña 15 días – Colegio de Enfermería de La Rioja)

Objetivos: Sensibilizar a jóvenes sobre los riesgos del tabaco y nuevos dispositivos (vapeadores, shishas, etc.), retrasar la edad de inicio y fomentar el rechazo social del hábito. Se priorizan acciones de bajo coste y alto impacto basadas en evidencia nacional e internacional ¹ ².

La Figura 1 muestra a un joven usando un cigarrillo electrónico (vaporizador). Estos dispositivos modernos, presentados con sabores dulces y diseños atractivos, se han difundido enormemente entre los adolescentes. Estudios recientes indican que el **40% de los estudiantes de 14-18 años** en España ha probado un vapeador alguna vez, y que existe una estrecha relación con el consumo de tabaco: ocho de cada diez jóvenes fumadores habían vapeado antes ³. Esto subraya la urgencia de incluir en la campaña mensajes claros sobre los riesgos de **todos** los productos de tabaco y nicotina, no solo el cigarrillo convencional.

Charlas y talleres escolares

- **Descripción:** Charlas participativas dirigidas por enfermeras y educadores en institutos y centros de secundaria. Deben incluir dinámica de grupo, resolución de dudas y actividades interactivas (ej. role-play de “cómo decir no”). Ejemplos de éxito incluyen programas comunitarios de pares (promotores juveniles) que favorecen la credibilidad del mensaje ⁴ ¹.
- **Ventaja:** Permiten contacto directo con el alumnado, personalizar contenidos y reforzar la resistencia a la presión social. Según las guías oficiales, se recomienda intervenir en colaboración con docentes y asociaciones de padres para maximizar alcance y coherencia educativa ¹.
- **Ejemplo práctico:** Incluir módulos en tutorías sobre “presión de grupo y tabaco”, apoyados con vídeos breves o testimonios reales. Aprovechar el currículo de Educación para la Ciudadanía o tutoría para planificar estas charlas.

Contenido digital y redes sociales

- **Descripción:** Creación y difusión de vídeos cortos (TikTok, Instagram Reels, YouTube) con mensajes claros anti-tabaco. Pueden usarse contenidos oficiales existentes (p. ej. el Ministerio de Sanidad ofrece gratuitamente un vídeo titulado “Y tú, ¿por qué fumas?” para adolescentes ⁵) y adaptarse con creatividad local (hashtags, retos virales). Incluir gráficas llamativas, jóvenes influencers locales o animaciones sencillas.
- **Ventaja:** Alcance masivo a bajo coste. Ejemplo: en Baleares una campaña en redes (página web, Instagram, TikTok) dirigida a 13-20 años superó ampliamente sus objetivos, llegando a **250.000 usuarios en Instagram y 340.000 en TikTok** ⁶. Los canales digitales permiten interacción (tests, encuestas, retos) y seguimiento en tiempo real. Se recomienda calendarizar publicaciones diarias o cada dos días durante la campaña de 15 días.
- **Recursos gratuitos:** Vídeos y gráficos del Ministerio disponibles en sanidad.gob.es ⁵; herramientas como Canva o infogramas para crear contenido propio; perfiles institucionales de Twitter/Instagram (ej. Colegio enfermería) para difundir mensajes. Colaborar con ONG sanitarias

(CNPT, sociedades científicas) puede proporcionar material audiovisual adicional y mayor visibilidad ⁷ .

Material gráfico e infografías

- **Descripción:** Diseñar o reutilizar carteles e infografías con datos clave (efectos del humo, mitos desmontados). Por ejemplo, el Ministerio ha publicado infografías oficiales que desmontan creencias: “Los cigarrillos electrónicos NO ayudan a dejar de fumar” ⁸ ; se pueden imprimir en gran formato para pasillos escolares o difundir por redes. También compartir imágenes de campañas institucionales (carteles de “Fumar es perjudicial” en varias lenguas ⁹).
- **Ventaja:** Comunicación rápida y visualmente atractiva. Las infografías sintetizan riesgos (por ej. el aerosol del vapeo contiene formaldehído y otros cancerígenos ¹⁰) y refuerzan mensajes clave (“fumar no adelgaza”, “nada es tan sano como NO fumar” ¹¹). Se pueden difundir fácilmente por correo electrónico, redes sociales escolares o WhatsApp grupal.
- **Recursos necesarios:** Ordenador con programas básicos de diseño (gratuitos), acceso a impresora o servicio de reprografía económico. Explotar recursos online abiertos (repositorios de imágenes y plantillas libres). Instalar puntos de visualización en pasillos y asambleas escolares.

Colaboración con centros educativos y familias

- **Descripción:** Coordinar la campaña con las direcciones de los institutos, delegados de padres y equipos de orientación. Informar sobre la iniciativa y solicitar apoyo logístico (horarios, espacios, altavoces en actos escolares). Implicar a tutores para seguimiento posterior. Se sugiere también convocar reuniones informativas (presenciales o online) con madres y padres para alinear mensajes (retrasar el inicio del tabaco, normas de hogar sin humo) ¹ .
- **Ventaja:** Asegura difusión continuada y refuerzo en el entorno del alumno. Las guías nacionales recomiendan formar a docentes y líderes juveniles para aprovechar su influencia ¹ . Además, promover “espacios sin humo” en actividades escolares (descansos, comedores, transporte) refuerza la norma social de no fumar ¹² .
- **Ejemplo práctico:** Participar en foros de asociaciones de padres de educación secundaria; coordinar con el Departamento de Educación de La Rioja para aprovechar la **Semana Sin Humo** (mayo) y la aplicación *TabacOff* local, que invita a los alumnos a un reto de “no fumar” ¹³ .

Concursos creativos y retos

- **Descripción:** Fomentar la implicación activa de los jóvenes mediante concursos de ideas o retos. Por ejemplo, adaptando el programa europeo “**Clases Sin Humo**”: clases enteras de 12-14 años se comprometen colectivamente a no fumar durante un periodo (5 meses en el ejemplo original) ² . Al final, pueden presentar un vídeo o carteles con su mensaje (relacionado con la prevención) en un certamen escolar. Otro modelo es “**Déjalo y Gana**” (destinado a 14-19 años), donde los estudiantes se inscriben voluntariamente: los fumadores prometen abstenerse un mes y los no fumadores, mantenerse así; se opta a premios simbólicos y se difunden sus testimonios ¹⁴ .
- **Ventaja:** Altamente motivador y participativo, aprovecha el sentido lúdico y de pertenencia grupal de la adolescencia. El marketing social en estos concursos crea impacto mediático (p.ej. medios locales) ² ¹⁴ . Pueden realizarse en redes sociales (reto de un hashtag, concurso de video en Instagram) o en eventos escolares (feria de la salud, simulacros de venta de tabaco para debatir).
- **Recursos necesarios:** Coordinación interna para organizar las inscripciones y recibir trabajos (profesores voluntarios o estudiantes delegados). Premios simbólicos (libros, material deportivo

o de estudio) donados por ayuntamientos o entidades locales. Utilizar plataformas gratuitas para alojar vídeos (YouTube, Instagram) y votar los ganadores.

Testimonios y experiencias reales

- **Descripción:** Incorporar relatos de **personas jóvenes** que hayan sufrido consecuencias del tabaco. Pueden ser antiguos alumnos, deportistas o pacientes locales (p. ej. un ex-fumador de 25 años que ha superado un problema de salud) que den charlas o graben mensajes en video. Enfatizar historias verídicas genera empatía: estudios de campañas como la iniciativa “*Consejos de exfumadores*” de los CDC muestran que anuncios con testimonios reales tienen un efecto disuasorio mucho mayor ¹⁵.
- **Ventaja:** Otorga credibilidad y carga emocional al mensaje: la evidencia indica que las campañas con testimonios gráficos (fotos de consecuencias, relatos personales) impactan más que mensajes abstractos ¹⁵. Aunque aquí se busque la prevención, compartir el testimonio de un adolescente que se arrepiente de haber fumado logra reforzar “evitarlo a tiempo” frente a “dejarlo luego”.
- **Recursos necesarios:** Contacto con ONG (Ej. Cruz Roja Juvenil, estudiantes de Medicina/ Enfermería) para identificar voluntarios dispuestos a compartir su historia. Equipamiento básico (smartphone o cámara, micrófono) para grabar el testimonio y editar un video corto. Debe cuidarse la privacidad y adaptar el tono (prohibido señalar culpables; enfoque en consecuencias de salud).

Recursos y apoyo institucional

- **Materiales gratuitos:** Usar recursos oficiales ya elaborados: vídeos, carteles e infografías del Ministerio de Sanidad ⁵ ¹⁰; aplicaciones de ayuda online (por ej. *TabacOff* de La Rioja ¹³); guías didácticas para docentes.
- **Colaboraciones externas:** Invitar al CNPT, sociedades científicas (medicina familiar, neumología) y colegios profesionales (médicos, farmacéuticos, enfermería) para que difundan la campaña entre sus redes y participen en actos informativos ⁷.
- **Calendario:** Alinear la campaña de 15 días con fechas significativas: Semana Europea/ Internacional Sin Tabaco o Día Mundial Sin Tabaco (31 de mayo). Dentro de esos 15 días, planificar días temáticos (ej. “Día sin vaping”, “Concurso de lemas”, etc.) para mantener el interés.

Tabla resumen de actuaciones

Tipo de acción	Coste estimado	Impacto potencial	Recursos necesarios
Charlas/talleres escolares	Bajo	Medio-alto	Profesionales voluntarios (enfermeras), presentaciones, aula y equipo audiovisual.
Videos cortos en redes sociales	Bajo	Alto	Smartphone o cámara, editor básico, gestores de RRSS, hashtags y difusión orgánica.
Infografías y carteles (offline/online)	Bajo	Medio	Software de diseño (p.ej. gratis), impresora o plataforma web, material gráfico oficial.

Tipo de acción	Coste estimado	Impacto potencial	Recursos necesarios
Colaboración con centros educativos (AMPAs)	Bajo	Alto	Reuniones de coordinación, apoyo de dirección y asociaciones de padres, canales de comunicación escolar.
Concursos creativos y retos	Bajo-medio	Alto	Organización interna, premios simbólicos, plataforma online para recepción y votación de trabajos.
Testimonios reales	Bajo	Alto	Contacto con exfumadores o afectados, equipo básico de grabación (smartphone, micrófono).

Conclusiones y recomendaciones

Las estrategias más eficaces combinan acciones múltiples en poco tiempo, reforzando el mensaje en distintos canales ¹ ⁶. Con recursos limitados, se recomienda apostar por formatos donde los propios adolescentes participen activamente (concursos, redes sociales, testimonios), mientras que el Colegio de Enfermería lidera el diseño y validación científica de los contenidos. Se deben utilizar los recursos oficiales gratuitos disponibles (vídeos e infografías del Ministerio ⁵ ¹⁰) y adaptarlos al contexto riojano. Involucrar a la comunidad educativa (profesores, padres) y a entidades sanitarias locales (CNPT, servicios de Salud) amplifica el alcance ¹ ⁷. Por último, es crucial medir el impacto (por ejemplo, encuestas breves al inicio y fin de la campaña) para evaluar qué acciones generan más cambio de actitud y ajustar futuras intervenciones.

Fuentes: Documentos y campañas institucionales (Ministerio de Sanidad, Consejería de La Rioja, planes autonómicos), guías de prevención y estudios recientes ¹ ¹⁶ ¹⁰ ¹³ ¹⁵, que respaldan la selección de formatos y mensajes propuestos. Cada recomendación incluye enlaces a materiales gratuitos disponibles (vídeos, infografías, aplicaciones) para facilitar su implementación práctica.

¹ ¹² 0-ALO-nuevo.qxd

https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/vol77/vol77_4/RS774C_454Objetivos.pdf

² ¹⁴ juntadeandalucia.es

<https://www.juntadeandalucia.es/educacion/portals/delegate/content/3cbd6b1b-1545-49b2-ae81-f5fcd2c8df9b>

³ ⁶ ⁷ ¹⁶ Una campaña para informar de los perjuicios de los vapeadores en los jóvenes llega a 300.000 usuarios de redes sociales

<https://www.europapress.es/illes-balears/noticia-campana-informar-perjuicios-vapeadores-jovenes-llega-300000-usuarios-redes-sociales-20231026112401.html>

⁴ paho.org

<https://www.paho.org/derechoalaSSR/wp-content/uploads/2014/07/N-127-Guia-dirigida-al-personal-de-salud-para-organizar-los-ciruclos-de-adolescentes-y-formar-promotores-de-pares.pdf>

⁵ ⁹ Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social - Campañas - Fumar es perjudicial, fumes lo que fumes

<https://www.sanidad.gob.es/campannas/campanas23/PrevencionTabaquismo/materiales.htm>

8 10 11 **Tabaco-Infografia -NEW-1909**

https://www.sanidad.gob.es/campannas/campanas23/PrevencionTabaquismo/infografias/tabaco_infografia_cas.pdf

13 **Campaña de prevención del consumo de tabaco en jóvenes - Centros - Official Portal of Government of La Rioja**

<https://larioja.org/educarioja-centros/en/noticias-centros-ee3c0/campana-prevencion-consumo-tabaco-jovenes>

15 **Campañas antitabaco con crudos testimonios tienen mayor efectividad | IPSUSS - Instituto de Políticas Públicas en Salud**

<https://ipsuss.cl/actualidad/tabaco/campanas-antitabaco-con-crudos-testimonios-tienen-mayor-efectividad>