¿Qué objetivos guían esta campaña?

Objetivo general:

Prevenir el inicio del consumo de tabaco en niñas, niños y adolescentes en Cuba.

Objetivos específicos:

1. Concientizar a niñas, niños y adolescentes acerca de los beneficios de no fumar, tanto para la salud de las personas como del planeta.
2. Incentivar el desarrollo de una mirada crítica en torno a los estereotipos que posicionan la práctica de fumar como algo atractivo y no tan peligroso, reproducidos por los medios de comunicación.
3. Motivar a niñas, niños y adolescentes a prevenir el tabaquismo entre contemporáneos, familias y personas cercanas, compartiendo mensajes sobre las ventajas de no fumar.
4. Movilizar a la familia e instituciones educativas en torno a la educación temprana de niñas, niños y adolescentes para evitar que se inicien en el consumo de tabaco.
5. Establecer alianzas con especialistas de los medios de comunicación que puedan apoyar la campaña desde los espacios mediáticos en los que se desarrollan.
6. Promover el derecho de niñas, niños y adolescentes a desarrollarse en espacios libres de humo de tabaco.

¿Qué tipos de acciones están previstas?

El plan de comunicación de la campaña incluye:

- Actividades de interacción en espacios públicos. Por ejemplo: juegos de participación, ferias de promoción de salud y otras iniciativas.
- Difusión de productos comunicativos y educativos; como plegables, folletos y carteles, entre otros.
- Talleres de intercambio y creación de mensajes sobre prevención del tabaquismo, con la participación de los diferentes públicos.
- Acciones de sensibilización y educación a través de los sitios de redes sociales, orientadas fundamentalmente a las familias y los colectivos pedagógicos.

#VivirSinFumar

#EstoSíEsVida

Prosalud

OPS

OPS 120 aniversario

esto sí es Vida

infancias libres de tabaquismo

Campaña de comunicación para prevenir el inicio del consumo de tabaco en edades tempranas.

Esta es una campaña de prevención del inicio de la práctica de fumar entre niñas, niños y adolescentes.

Según la Encuesta Mundial sobre Tabaco (2018), entre los adolescentes cubanos de 13 a 15 años:

- el **11.5 %** consume algún producto de tabaco
- el **81,7 %** de quienes ya fuman desconoce el alto grado de adicción que provoca el consumo de tabaco
- el **73 %** afirma que vio personas fumando en la televisión, videos o películas

(Encuesta Mundial Sobre Tabaco en Jóvenes. Hoja Informativa Cuba 2018)

El inicio de acciones de promoción de salud desde edades tempranas es fundamental para evitar la incursión en el tabaquismo y así garantizar una vida más saludable a mediano y largo plazo.

¿Con qué públicos se trabaja?

El **público principal** incluye a niñas y niños de 9 a 12 años, y adolescentes hasta los 15 años.

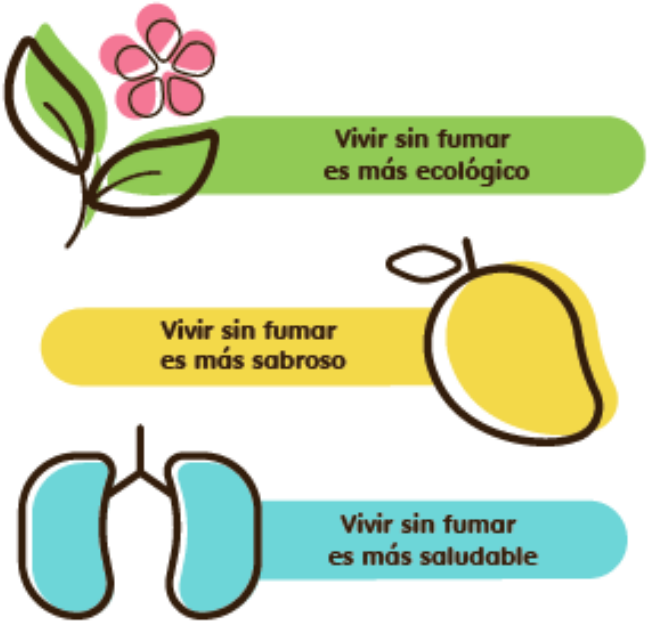
Otros **públicos secundarios**, aliados importantes de la campaña, son: las familias, los colectivos pedagógicos de instituciones educativas primarias y secundarias, los profesionales de los medios de comunicación, además de decisores relacionados con el establecimiento y garantía de cumplimiento de las medidas legislativas para la prevención y control del tabaquismo.

* El identificador visual recrea la imagen de un emoji, elemento usado en la comunicación electrónica, reconocible y atractivo para niñas, niños y adolescentes. Refuerza conceptos y enfoques clave de la campaña: muestra una expresión de satisfacción, bienestar y plenitud; representa el gesto de inhalar aire puro e incorpora una perspectiva inclusiva.

¿Qué mensajes se comparten?

Los mensajes de la campaña parten de la idea de que "VIVIR SIN FUMAR ES LO MEJOR". Promueven una comunicación positiva, participativa e inclusiva.

La línea principal de mensajes se enfoca en los beneficios de no fumar.



Como complemento, se trabajan otras tres líneas:

- Estrategias desde la familia y las instituciones educativas para prevenir el inicio del tabaquismo en edades tempranas.
- Desmontaje de estereotipos sobre el consumo de tabaco que circulan a través de los medios de comunicación.
- Derecho de niñas, niños y adolescentes a desarrollarse en espacios libres de humo.

Algunos de los productos comunicativos que soportan la campaña son: carteles, plegables, folletos, bolsas, pegatinas, chapones, pulóveres, materiales escolares, postales para sitios de redes sociales, entre otros.