

Ponciano- Rodríguez MG, Cuervo-Díaz RE, Jiménez-Jorge AC, Sandoval-Benavides JA, Verdugo-González I & Zorrero-Noguéz V.
Departamento de Salud Pública, Facultad de Medicina, UNAM.

Introducción

Las redes sociales (RS) han resultado ser un verdadero “paraíso” para la industria tabacalera, pues pueden promocionar y vender sus nuevos productos (cigarrillos electrónicos, vapeadores, productos de tabaco calentado, cigarrillos híbridos) sin ninguna restricción, teniendo como grupo focal a los adolescentes y jóvenes mexicanos, usuarios asiduos de dichas redes.

Objetivo

Determinar el impacto de las RS como una herramienta para promocionar y vender nuevos productos de tabaco entre adolescentes y jóvenes mexicanos.

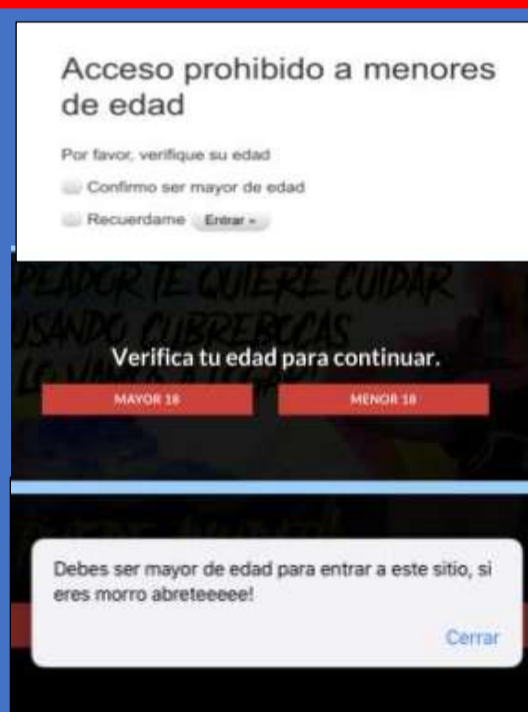
Metodología

Se realizaron búsquedas exhaustivas durante los últimos tres años de las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok, utilizando las siguientes palabras clave: Vype, vapers, vapeo, vaping, vapedor(es), México, Mex y Mx, vaping, cigarrillos electrónicos, giveaways, grupos, pods, tabaquismo, cigarrillos electrónicos, juuls.

Resultados

En todas las redes sociales se encontraron diversas estrategias de promoción de nuevos productos de tabaco, aunque supuestamente el ingreso está determinado por la mayoría de edad, en muchas de ellas este dato puede saltarse e ingresar directamente. Asimismo se encontraron múltiples ofertas y concursos relacionados con la compra de dichos productos. Grupos pro-vapeo utilizan estas plataformas para enfatizar los supuestos “beneficios” del vapeo en relación con el consumo de cigarrillos de tabaco.

En Instagram es importante enfatizar el impacto personas con miles de seguidores (“influencers”) que ofrecen el uso de los nuevos productos de tabaco como un nuevo estilo de vida y como una costumbre “más sana” que el consumo de cigarrillos de tabaco.



Conclusiones

Las RS son un factor de suma importancia para la venta, promoción y difusión de los nuevos productos de tabaco debido a que la mayoría de los usuarios son personas jóvenes, fácilmente impresionables, en búsqueda de algo novedoso y de moda.

Es urgente la regulación estricta de la venta, promoción, distribución y patrocinio de este tipo de productos, ya que de otra manera seguirán siendo comercializados y distribuidos indiscriminadamente a través de las RS.