



Vapeo consume a más de un millón de menores... y la adicción aumenta

SAÚL HERNÁNDEZ, CIUDAD DE MÉXICO

Entre 2021 y 2023 el porcentaje pasó de 392.6 mil a 955.9 mil chicos de 10 a 19 años. PAG. 8

Aunque las prohibiciones legales van en aumento, la venta de esos aparatos no cede; se calcula que más de un millón de menores de 19 años enfrentan esa adicción

Cigarro electrónico

El vapeo apunta ya a epidemia entre los jóvenes

Recuento

SAÚL HERNÁNDEZ
CIUDAD DE MÉXICO

Isaac Aceves, Santiago González, Dante García y Valeria Ocaranza viven en barrios diferentes, estudian en distintas escuelas y su círculo de amigos no es el mismo. Aun así, estos chicos de entre 16 y 17 años comparten algo en común: su adicción al cigarrillo electrónico. Vapearon por primera vez cuando cursaban la secundaria y una vez que empezaron ya no pudieron parar.

“Fue la primera cosa que probé a los 11 años y me acuerdo que se pusieron muy de moda. En la secundaria había un amigo que los vendía, le compré uno y lo empecé a fumar a escondidas de mi mamá”, recuerda Isaac,

oriundo de Nicolás Romero, Estado de México. Del vape saltó a otras sustancias como la marihuana, las clonas (clonazepam), la cocaína, la piedra y el cristal.

No llega a la mayoría de edad y este muchacho ya recibe tratamiento en Centros de Integración Juvenil (CLJ) contra sus múltiples adicciones. Reconoce que es “un fumador compulsivo” a pesar de haber oído sobre los daños que causan estos dispositivos; tan pronto despierta, la primera cosa que hace es vapor. Incluso lo expulsaron del colegio porque lo cacharon fumando.

Las estadísticas oficiales no dejan dudas: el vapeo se está convirtiendo en una epidemia entre los adolescentes mexicanos. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición Continua (Ensanut), entre 2021 y 2023 el porcentaje de adolescentes usuarios de cigarrillos electrónicos pasó de 1.8 a 4.3 por ciento,

es decir, de 392.6 mil a casi 955.9 mil chicos de 10 a 19 años.

Los especialistas consultados por MILENIO calculan que, pese a las prohibiciones, actualmente vapean más de un millón de menores de 19 años.

Si el aumento de casos en tan poco tiempo sorprende, lo hace más el hecho de que entre esos años, el 31 de mayo de 2022, se prohibió por decreto presidencial la circulación y comercialización de cualquier sistema electrónico de administración de nicotina. Dos años antes, en febrero de 2020, ya se había vedado la importación de estos productos. En otras palabras, a pesar de la prohibición, el vaping se duplicó.

De acuerdo con los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de Estados Unidos, las variedades de sabores (fruta, golosinas, menta,



postres, entre otros) así como el marketing son las principales razones por las que los jóvenes reportan usar los cigarrillos electrónicos.

Las restricciones al comercio de dispositivos electrónicos de nicotina en México se siguen endureciendo. En diciembre de 2024 se aprobó una reforma constitucional para prohibirlos.

Y apenas el martes 9 de diciembre, la Cámara de Diputados avaló una iniciativa de reforma a la Ley General de Salud para castigar la adquisición, preparación, conservación, producción, fabricación, mezclado, acondicionamiento, envasado, transporte con fines comerciales, almacenamiento, importación, exportación, comercio, distribución, venta y suministro de cigarrillos electrónicos, vapeadores o cualquier otro dispositivo análogo. Además, prohíbe todos los actos de publicidad o propaganda de estos productos.

El proyecto no prohíbe, por cierto, el consumo individual o la posesión de vapeadores o cigarrillos electrónicos, con el fin de evitar criminalizar a usuarios, muchos de ellos jóvenes.

La iniciativa de ley, enviada por la presidenta Claudia Sheinbaum y aprobada con 324 votos de la coalición gobernante, contempla penas de uno a ocho

años de prisión y multas desde 11 mil hasta 226 mil 280 pesos a quien viole la normativa.

Mientras las prohibiciones se endurecen en el Congreso, los vapeadores siguen vendiendo en todas partes. Santiago los probó por primera vez hace un año. Su primo se lo ofreció y rápidamente se enganchó.

Además de consumirlo todos los días, “desde que amanecía hasta que anochecía”, ayudaba a una de sus primas a venderlos. “Ellas conseguían en una tienda de Tepito, un señor le daba los vapes para que los vendiera y yo le ayudaba”, cuenta el joven.

Isaac consigue los dispositivos electrónicos a través de páginas de Facebook y por contactos en redes sociales. Dante y sus amigos los compran en “mercaditos” y en algunas estaciones de la Línea B del Metro. “Nos los daban a 50 pesos y eran de sabores de café y de helado, esos me gustaron, pero se quemaban muy rápido y dolía muy feo la garganta”. Valeria se surtía en una plaza de Coyoacán: “Como mi secundaria quedaba cerca, pues iba allí y no te preguntaban nisi querías cuántos años tienes”.

Los sistemas electrónicos de administración de nicotina surgieron en 2003 como una alternativa para que los consumidores de tabaco dejaran de fumar. La industria los vendió como una opción menos dañina e incluso inocua frente al cigarro común.

“Esto quiere decir que tendrían que estar dirigidos a aquellos fumadores crónicos que han intentado múltiples veces dejar de fumar y no han podido. Sin embargo, todos los estudios realizados hasta la fecha no han demostrado que sea una estrategia válida para que las personas dejen de fumar: siguen fumando cigarrillos, pero además agregan los vapeadores”, explica el doctor Ángel Prado García, director Operativo y de Patronatos de Centros de Integración Juvenil.

Para el especialista, si la intención de las tabacaleras hubiera sido genuina, la venta de los vapeadores se hubiera restringido a las farmacias y sólo mediante receta médica. “Sin embargo, la estrategia que utilizaron para comercializarlos fue en las plazas, en los lugares donde los menores de edad que no se han iniciado en el consumo [de tabaco] tienen acceso”.

Dante tenía 12 años cuando empezó a vapear. Fue su primer contacto con la nicotina. A escondidas tomó el dispositivo electrónico de su madre y decidió probarlo. “En ese tiempo eran los recién salidos, los Maskking”, marca de una empresa china nacida en 2015. “Sí me agració y lo seguí haciendo hasta la fecha”, recuerda el joven. ■