

<https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.565>

Entre la mercadotecnia y la realidad: ¿Sirve el vapeo para reducir la ansiedad?

Between marketing and reality: Does vaping help reduce anxiety?

Iztaccihuatl Suárez Varela

isuarezv@uaemex.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8915-3377>

Universidad Autónoma del Estado de México

México – Estado de México

Artículo recibido: 20 noviembre 2024 - Aceptado para publicación: 26 diciembre 2024

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

RESUMEN

La mercadotecnia es sagaz y su objetivo principal es la venta desmedida, sin importar que se cuente con un código de ética para el bienestar de la sociedad. El vapeador es un ejemplo de ello, dado que ha sido interpretado que como que ayuda a combatir la ansiedad. El presente artículo muestra cómo la mercadotecnia influye para que se use vapeadores sin mencionar las sustancias que en él existen pero que contaminan la parte emocional de quien lo usa, además de no contribuir significativamente a mitigar la ansiedad. En la composición del vapeador se encuentran sustancias químicas usadas para “vapear” que hacen creer al consumidor que solo se trata de una simple ebullición de estas sustancias que da sabor y aroma al mismo. Sin embargo a través de la investigación hermenéutica, se puede constatar que las sustancias químicas que el vapeador contiene no ayudan a reducir la ansiedad e incluso puede ser, incluso, más nocivo que un cigarro común, por ello es importante mostrar como las estrategias de la mercadotecnia y las falsas creencias basadas en rumores sobre el vapeador influyen en la ansiedad, ya que los consumidores se pueden encontrar seducidos por su uso, atrapados por la publicidad engañosa y desconocer el lado oscuro del mismo así como las consecuencias a futuro que pueden desencadenar en el sujeto que lo consume.

Palabras clave: vapeador, ansiedad, mercadotecnia

ABSTRACT

Marketing is clever and its main objective is excessive sales, regardless of whether there is a code of ethics for the well-being of society. The vape is an example of this, since it has been interpreted as helping to combat anxiety. This article shows how marketing influences the use of vapes without mentioning the substances that exist in it but that contaminate the emotional part of the user, in addition to not contributing significantly to mitigating anxiety. In the composition of the vape there are chemical substances used for “vaping” that make the consumer believe that it is

only a simple boiling of these substances that gives flavor and aroma to it. However, through hermeneutical research, it can be seen that the chemical substances that the vape contains do not help reduce anxiety and may even be more harmful than a common cigarette, which is why it is important to show how the strategies of Marketing and false beliefs based on rumors about vaping influence anxiety, since consumers may find themselves seduced by its use, trapped by misleading advertising and unaware of its dark side as well as the future consequences that may occur. trigger in the subject who consumes it.

Keywords: vaping, anxiety, marketing

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

La mercadotecnia juega un papel importante en los hábitos de consumo del ser humano, la propaganda comercial o a través de aquello que está de moda es que los demás conocen los productos que se colocan en boga y como consecuencia se obtiene que se quiera adquirirlos, una de las principales razones de lo anterior es porque representa un estilo de vida o son un modelo al que se le imita, y cabe notar que en el código ético de la mercadotecnia hace referencia de manera sintetizada, entre otras cosas, que se debe vender aquello que cause un “bien” a la comunidad, sin embargo, se puede observar por medio de la publicidad que mucho de lo que se vende es nocivo para la salud. Contextualizando desde Stanton (2008), se describe que:

El punto de partida de la disciplina de la mercadotecnia es determinar las necesidades y deseos humanos, los seres humanos tenemos necesidades primarias como agua, aire, vestido y vivienda, y necesidades secundarias tales son recreación, seguridad, transporte, educación, autorrealización, estatus, prestigio, etc. El hombre busca satisfacer estas necesidades en su vida diaria, por su parte, la mercadotecnia se encarga de ofrecer productos y servicios que cubran dichas necesidades, si se analiza cada producto o servicio existente en el mercado, se verá que cada uno cubre diferentes necesidades tanto primarias como secundarias (p.6)

Algunos especialistas del marketing pueden ser acusados de actuar deshonestamente, ya que han alterado la conciencia de los consumidores tratando de satisfacer necesidades vanas (Arellano, 2010).

La evidencia en la web de como las estrategias de la mercadotecnia tratan de inducir puede observarse en el noticiero de la red Infobae (2020), el cual en su portal muestra un artículo que titula “Influencer: la estrategia del vapeo para llegar a los jóvenes”, en donde indica que la industria del tabaco se ayuda de los youtubers, actrices y cantantes para promocionarlo, ya que en México no existe una regulación publicitaria al respecto, por ello British American Tobacco (BAT) y Philip Morris International (PMI) realizan “campañas” en la red que pueden ir desde una foto hasta un diminuto video. Se sabe que personajes como Chumel Torres, Regina Blandon, Adela Micha entre otros han colaborado en esto, ya que PIM lanzaba la campaña #FuturoSinHumo lanzada en octubre del 2019 y que viralizaban con esa etiqueta, a continuación, algunos ejemplos:

Imagen 1
Chumel Torres 2019



Foto: Twitter/ @SerchRincon)

Imagen 2
Adela Micha (2029)



Foto: Twitter/ @SerchRincon)

Claramente las redes sociales juegan un papel importante para la mercadotecnia en el consumo de estos dispositivos electrónicos, convirtiendo a estas figuras publicas en “embajadores” de marca, para crear una percepción al respecto del producto para normalizar el uso de la nicotina por medio de dispositivos de vapeo.

La mercadotecnia juega un papel importante en la adquisición de productos y su principal objetivo es la comercialización para el consumo, derivado de esto es que el vapedor que también es conocido como cigarro electrónico, ha influido en los hábitos de consumo al colocarse como un objeto de moda. El cigarro electrónico o vapedor no es otra cosa más que un sistema

electrónico para inhalar diseñado en su origen para simular el consumo de tabaco sin quemarlo directamente, distinguiéndose de un cigarro tradicional.

Los antecedentes indican que:

En 1927 con Joseph Robinson inicia, él imaginó el primer vaporizador electrónico, para facilitar la inhalación de vapor y dejar de quemar tabaco. Después, en 1960, la gente se comenzó a preocupar por los efectos nocivos del cigarrillo, Herbert Gilbert utilizó tecnología para dar vida a la idea de Robinson y crear el primer “cigarrillo sin tabaco”, este dispositivo no contenía nicotina y servía para dejar de fumar, sin embargo en el año de 1963 el tabaco no se consideraba malo para la salud por lo que su proyecto no se materializó, ya en 1980 Phil Ray y Norman Jacobson comercializaron el concepto de cigarrillo electrónico, inhalar sin combustión fue una idea revolucionaria y así se introdujo el término “vapear” (vapor que se genera por el mismo dispositivo). En el año 2001 un farmacéutico de nombre Hon Lik, que había perdido a su padre por cáncer de pulmón comenzó a trabajar en un nuevo dispositivo, que permitía a los fumadores disfrutar de la sensación sin inhalar sustancias químicas o cancerígenas que desprenden los cigarrillos comunes, incorporó diferentes cantidades de nicotina que podían ser manipuladas para que el mismo usuario dosificara éstas hasta dejar de fumar, no solo el mercado chino aceptó este producto, sino también el mundo. En 2004 logró crear por medio de la experimentación el líquido ideal que mejor simula la sensación de inhalar el humo de tabaco, esta sustancia está constituida por propilenglicol más glicerina vegetal, ingredientes clave hasta la fecha de los ahora llamados “e-líquidos”, aunado a esto incluyó baterías de litio para atomizar la solución líquida de la nicotina (Guerrero- Blanco et al., 2022).

Existen distintos tipos de vapeadores, entre los cuales se puede encontrar los mods (con un bajo contenido de nicotina), los pods desechables (utilizan cartuchos desechables) duran alrededor de 200 a 2500 inhalaciones y el vape pens (es alargado, con poco vapeo y un diseño ligero, para principiantes). El aparato tiene una forma más alargada que el cigarro común, contiene un cartucho o atomizador recambiable o recargable lleno de líquido, entre las principales sustancias que contiene están, como se ha hecho mención, el propilenglicol (aproximadamente 70%) y/o glicerina vegetal (aproximadamente 30%), nicotina (varía de 0 a 24 miligramos por mililitro) y aromas a elegir. El funcionamiento de estos es por medio de un sensor que detecta el flujo del aire y hace la función de nebulizador (atomizador), mismo que inyecta minúsculas gotas de líquido que se calienta aproximadamente a 160 grados Celsius y fluye en el aire, además, en la punta simula a un cigarro prendido por medio de un foco led. La batería es de dos tipos, automática (es sensible a la humedad) y manual (resiste la humedad) en donde se oprime un botón para inhalar, dependiendo el modelo puede durar su recarga de 2 a 5 horas o incluso de 12 a 24 horas los avanzados, un último modelo significativo es el desechable, que solo se usa y se tira, tiene una

equivalencia 40 cigarros o 2 cajetillas. Cabe recalcar que existe otra variedad como lo son los e-líquidos que se presentan en diferentes sabores, entre ellos frutas, mentas, crema, entre otras formulas y a la vez también contienen concentración de nicotina.

La secretaria de Salud de México (2015) indica que la ansiedad es un estado emocional en el que presentan cambios somáticos y psíquicos, se le considera patológica cuando se presenta de manera excesiva y prologada, lo que provoca disfuncionalidad en quien la padece. Se manifiesta como sensaciones somáticas (mareos, taquicardia, sudoración, palpitación, temblor, molestias digestivas, aumento de frecuencia y urgencia urinaria y/o mareos).

La CIE – 10 (2019), conceptualiza a la ansiedad (300.02), como un trastorno que se caracteriza por la aparición de los rasgos descriptivos esenciales de un trastorno de ansiedad generalizada (F41.1), o de un trastorno de pánico (F41.0), o de una combinación de ambos, pero que surge como consecuencia de un trastorno orgánico. El DSM 5 (2016), refiere que los criterios para el diagnóstico del trastorno de ansiedad generalizada (F41.1) son:

A. Ansiedad y preocupación excesivas (expectación aprensiva) sobre una amplia gama de acontecimientos o actividades (como el rendimiento laboral o escolar), que se prolongan más de 6 meses.

B. Al individuo le resulta difícil controlar este estado de constante preocupación.

C. La ansiedad y preocupación se asocian a tres (o más) de los seis síntomas siguientes (algunos de los cuales han persistido más de 6 meses).

Nota: En los niños sólo se requiere uno de estos síntomas:

1. inquietud o impaciencia; 2. fatigabilidad fácil; 3. dificultad para concentrarse o tener la mente en blanco; 4. Irritabilidad; 5. tensión muscular; 6. alteraciones del sueño (dificultad para conciliar o mantener el sueño, o sensación al despertarse de sueño no reparador), entre otros más.

Teniendo en cuenta lo anterior es que nace la siguiente interrogante:

¿Cuál es la percepción de que el vapeo es una alternativa para reducir la ansiedad que es auxiliada por la mercadotecnia?

MATERIALES Y MÉTODOS

Para responder a la cuestión de esta investigación, se utilizó la investigación cualitativa, que tiene su origen en las ciencias sociales, la cual es un conjunto de técnicas que se usan para obtener una comprensión profunda del comportamiento y la percepción de un tema en particular, un enfoque interpretativo que genera ideas y suposiciones donde se analizan textos y/o palabras más que números (Hernández Sampieri, 2014)

Se usó como método la metodología documental que, desde la perspectiva de Bosch (2013), se trata de interpretar la realidad a través de documentos y otras fuentes de información, así mismo, esta tiene por objetivo estudiar un fenómeno por medio del análisis, la crítica y comparación de diversas fuentes de información, esto depende de los datos difundidos por

diversos medios, los cuales pueden ser impresos, electrónicos, gráficos y audiovisuales. En este punto, es necesario mencionar que, al seleccionar un material como fuente de información, este debe de contar con las siguientes características: autenticidad, credibilidad, representatividad y significado.

Dentro de la investigación documental existen dos tipos: informativa y exploratoria, para la presente investigación se utilizó la primera. La investigación documental informativa se define como aquella que pretende comunicar lo significativo a un tema en específico, describe el objeto de estudio a detalle, por medio del ordenamiento y sistematización de la información recopilada y disponible para aportar un enfoque diferente (Bosch, 2013).

En un primer momento, se realizó una recopilación de artículos, revisión de páginas web y documentos en general que contenían datos relacionados con el uso del vapeador, la ansiedad, el marketing y el deterioro ambiental. Posteriormente se realizó un análisis de la información encontrada, obteniendo lo siguiente:

Se obtuvo evidencia de la manipulación que por medio de estrategias de marketing se fomenta el consumo de vapeadores, por ejemplo, en la tesis que lleva por título “Método para desarrollar vaporizadores inspirados en músicos” (Vidal, 2021), se presenta una investigación donde se plantea un método para integrar otro tipo de sensaciones al momento de usar el vapeador, centrándose en estimular el sentido de la vista por medio de carcasas diseñadas con base en la identidad de un artista musical, y el tacto, anexando textura y formas con función anti estrés.

De igual manera se encuentra la tesis “PIN UPS PREMIUM” de Salomón Botero (2020), quien cuenta la idea de crear una empresa que ayude a la disminución del consumo de productos derivados del tabaco por medio de la implementación de vapeadores.

Los autores Lina Zabaleta, Jorge Luis Cardona y Juliana Carolina Ballén (2020), en su tesis “Estrategias de marketing digital dirigida a empresa Vaperman” el objetivo es aumentar las ventas de la empresa dentro del mercado colombiano, una de las estrategias que se menciona está la de utilizar las redes sociales, otorgar descuentos a quien comparta más información en las redes, implementar una “happy hour” además del uso del email marketing con contenido sobre actualizaciones de reportes de la FDA (Food and Drugs Administration) u otras organizaciones que hablen de los beneficios o información en pro del vapeo.

Existe otro artículo que lleva por título “exposición a la publicidad de cigarrillos electrónicos y sitios web que promueven el vapeo y la aceptabilidad social de uso entre los consumidores de nicotina”, donde evalúan la prevalencia de la exposición a las comunidades por internet y la publicidad de los cigarrillos electrónicos, así como sus percepciones sobre la aceptabilidad social de estos en México, donde adultos mexicanos mayores de 18 años fumadores y consumidores de cigarrillos normales y vapeadores, donde la exposición a la publicidad de estos se dio en tiendas virtuales y físicas en donde refieren el porcentaje significativo de que hace esta publicidad para que sean mas propensos a percibir los cigarrillos electrónicos como socialmente

aceptables, lo que también implica tener una percepción de que tendrán una mayor aceptabilidad social del consumo de estos. (Barrientos, 2022).

Del mismo modo, la asociación PROVAP (profesionales del vapeo, 2018), fue creada para fomentar el uso de vapeo con fines terapéuticos, en su página web <https://provap.es/manifiesto-fundacional/> colocan evidencia pseudocientífica a favor del vapeo, afirmando que es mejor opción que el tabaco en todos los sentidos. Esta página web también relata formas en que el vapeo auxilia a sus usuarios, a continuación, se muestran algunas recomendaciones encontradas:

1. La nicotina controlada para aliviar la ansiedad: se controla la cantidad de nicotina que se desea usar, por ello se puede vapear con niveles fijos de nicotina y por ello alivia el estrés, la nicotina genera cambios positivos en la salud mental ya que activa los neurotransmisores y provoca que el cerebro se sienta bien, sin necesidad de usar químicos tóxicos como los del cigarrillo. Existen vaporizadores especiales para pacientes con ansiedad y esquizofrenia, mismos que son de gran ayuda cuando se desea dejar de fumar.
2. El jugo del vapeador proporciona aromas dulces y calmantes, con diferentes sabores que brindan un efecto calmante, estos líquidos están limpios de adictivos que fomenten la ansiedad, además de la nicotina se encuentra en el jugo sustancias que reducen la ansiedad y el estrés. Su aroma ayuda a brindar tranquilidad y calmar los nervios sin usar toxinas.
3. Vapear para mejorar la calidad de sueño: aquí uno puede decidir entre sustancia como cannabis, manzanilla, lavanda y otros extractos de hierbas que reducen el estrés, estos son aceites esenciales terapéuticos utilizados por su poder curativo, la ansiedad y el estrés alteran el sueño, por ello vapear es recomendable, ya que produce una calma instantánea y relaja para culminar en dormir, el aceite de cannabidiol (CBD) da una relajación instantánea, calma la mente y ayuda a disfrutar de un sueño de calidad.
4. Vapear mejora la creatividad, misma que se fomenta con el vapeo ya que involucra al cerebro mediante la curiosidad para aprender a construir un vapeador, mezclar jugos, construir bobinas, etc., con el humo puedes hacer figuras de animales o anillos.
5. Vapear activa el cerebro ya que proporciona una forma increíble de relajar la mente, ya que el siempre acto de vapear involucra a la mente con habilidades motoras, así es como te distrae del estrés o pensamientos que provocan ansiedad.

La psiquiatra mexicana Estephania del Águila certificada por el consejo mexicano de psiquiatría, en su canal de YouTube “Fanny Psiquiatra” en el video titulado: Vapear ¿ayuda a calmar la ansiedad? (2022), menciona que, el aparato tiene altas concentraciones de nicotina y que por ello hace que se tenga más ansiedad, incluye concentraciones de nicotina que pueden ir desde los 8 mg/ml hasta los 36 mg/ml, que el cuerpo los sigue absorbiendo aun después de horas que se realizó la última vapeada o “jalada”, comenta que la nicotina si provoca una sensación de relajación que se puede observar, sin embargo no es un tratamiento para la ansiedad ya que la nicotina es adictiva, por lo cual se necesita cantidades cada vez mayores para mantener el efecto

de relajación, aunado a que en los pulmones hay un daño muy parecido a la neumonía que es provocada por la toxicidad, concluye en este video, que ni vapear ni fumar es recomendable por sus efectos negativos para la salud, además de que exhorta a asistir a tratamiento psicoterapéutico, entre otras actividades.

En el artículo “Evidencia actualizada sobre vapeo: un reporte del repositorio SEAN” (Sistema Electrónico de Administración de Nicotina), difundido por la secretaria de Salud de México (2021), refieren que la industria tabacalera (IT), impulsa constantemente innovaciones tecnológicas que aparentan disminuir los riesgos causados por fumar. Se encontró que los SEAN se han promocionado, o publicitado como dispositivos para ayudar a la cesación de consumo de tabaco y poseen características únicas como: personalizables y sabores y diseños variados, mismos que los hacen más atractivos entre adolescentes y jóvenes, incentivando el consumo de nicotina y otros componentes tóxicos desde edades muy tempranas. La IT y del vapeo comercializan sus productos aún en países donde están prohibidos y han logrado penetrar en la psique de las personas, haciéndoles creer que vapear es una actividad de bajo riesgo.

La Universidad Nacional Autónoma de México en su digital Gaceta UNAM, publica el artículo “El vapeo, más dañino que el cigarro convencional” (Maguey, 2021), los vapeadores, cigarros electrónicos e híbridos son mucho más dañinos que los convencionales; además, las afectaciones se presentan de forma aguda, es decir, pueden aparecer al siguiente día de utilizarlos y son muy aparatosas, “te llevan al hospital”, señala Guadalupe Ponciano Rodríguez, directora del Programa de Investigación y Prevención del Tabaquismo de la Facultad de Medicina. Se vendieron como una opción saludable al cigarro, e incluso como una solución para dejar de fumar; sin embargo, no hay evidencia científica que apoye estas afirmaciones. Ponciano Rodríguez comenta que “estos dispositivos nos preocupan mucho por la alta cantidad de nicotina. En un cigarro tradicional hay cerca de un miligramo de nicotina por pieza; los pods o cápsulas de esos implementos que usan tabaco laminado pueden llegar a tener hasta 60 miligramos; es como si fumaras 60 cigarros de una vez. Es importante aclarar que los líquidos que se emplean en los SEAN, que tienen colores muy llamativos, no son agua, sino combinaciones de componentes químicos muy tóxicos, “los saborizantes que se utilizan para que se aprecie menos el sabor del tabaco y sepa a durazno, mango, u otros sabores exóticos, hacen que los adolescentes no tengan una percepción adecuada del riesgo, y algunos colorantes por ejemplo los rojos, pueden llegar a producir cáncer, además que todo esto le llama mucho la atención a los jóvenes, lo que los induce muy rápido a la adicción.

La National Library of Medicine USA en su portal web NIH (National Institute of Health) MedlinePlus magazine, publica la nota Bajo el efecto: investigación de los NIH muestra un aumento del vapeo y la presión social en adolescentes (2020), expresa: “Es mucha la influencia social”, dice Lucy Popova, doctora y profesora adjunta de la Facultad de Salud Pública de la Universidad Estatal de Georgia, “gran parte de esto es la percepción de que los chicos populares

usan cigarrillos electrónicos”. La Dra. Popova menciona que muchos adolescentes y también adultos creen que los cigarrillos electrónicos son mejores para la salud que los cigarrillos tradicionales, esto se debe en parte a que los fabricantes de vaporizadores no siempre dicen qué productos químicos o drogas contienen, lo preocupante, es que muchos niños que normalmente no usarían tabaco usan cigarrillos electrónicos y algunos adolescentes ni saben que los cigarrillos electrónicos contienen nicotina.

La tesis presentada por Granada, P. y Hernández, M. (2017) titulada “Relación entre niveles de ansiedad y dependencia física a la nicotina, así como su correlación con percepción de salud general y uso de cigarrillo electrónico en estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador” que concluye, “los individuos que poseen niveles de ansiedad moderado o grave tienen de dos a tres veces mayor riesgo de usar cigarrillo electrónico frecuentemente. La población fumadora tiene 7.8 veces más riesgo de usar cigarrillo electrónico que las personas que no fuman”

Aunado a todo lo anterior Winnicka y Shenoy (2020), describen en su investigación titulada “EVALI y la toxicidad pulmonar de los cigarrillos electrónicos: una revisión” el inicio, diagnóstico, tratamiento y fisiopatología de la enfermedad EVALI, así como el perfil general de la toxicidad pulmonar de los vapeadores. Refieren que los cigarrillos electrónicos son cada vez más populares, lo que ha derivado, a raíz de su uso, en EVALI, que es una lesión pulmonar asociada al uso de cigarrillo electrónico o productos de vapeo, misma que se ha relacionado con el acetato de vitamina E, que es un componente de los productos del vapeo de Tetrahidrocannabinol (THC).

La revista médica The Lancet, en su artículo “De fumar a Vapear: ¿una nueva amenaza ambiental?” , reseña que:

El vapeo es una amenaza ambiental potencial, ya que recientemente se demostró que los inhaladores de polvo seco, dispositivos médicos generalizados que se usan habitualmente para tratar enfermedades pulmonares dejan una huella de carbono preocupante, por ello es legítimo preguntarse si vapear es más ecológico que fumar, o si la industria tabacalera ha ido de mal en peor. Ahora el planeta enfrenta una nueva amenaza: los desechos del vapeo, incluidos los dispositivos desechables, los contenedores de e-liquido, los empaques y las baterías, que comprenden tres formas de desechos. El primer tipo de residuo que contiene los productos de vapeo son los residuos plásticos, de un solo uso, no biodegradables y poco reciclables, mismos que presentan dos problemas de eliminación de desechos, ya que contienen placas de circuito y baterías de iones de litio. A medida que las baterías de los cigarrillos electrónicos se degradan, sus compuestos tóxicos se filtran progresivamente al medio ambiente. Además, las baterías que se colocan en los contenedores de basura presentan un riesgo de explosión e incendio en las instalaciones o camiones de residuos y reciclaje. (Pourchez, 2022).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información presentada en párrafos anteriores sirve para observar las estrategias de mercadotecnia utilizadas que generan en el consumidor una susceptibilidad para adquirir los vapeadores, ya que dan a creer en el usuario que puede experimentar los “beneficios” que brinda el vapeador si lo sigue usando. Después de realizar el análisis de los artículos y otros textos, se pudo mencionar que existe evidencia que se apoya, sin fundamento científico o médico, el uso del vapeador promoviéndolo de manera engañosa a la población para el manejo de la ansiedad, sin explicar las consecuencias secundarias que puedan derivar de ello, además de que algunas de las estrategias de mercadotecnia refieren que auxilia verdaderamente y significativamente con la ansiedad, sin embargo, la realidad documentada afirma que al contener nicotina no contribuye a una mejora de este padecimiento en específico. Cabe recalcar que la combustión que realiza el vapeador (como muchos creen), no es a partir de agua, sino de sustancias químicas que proveen al vapeador de sabor y aroma, mismo que seduce al usuario para que continúe con su uso.

Incluso se ha encontrado que se pueden intoxicar niños o animales al tener contacto con los cartuchos desechados debido a las concentraciones altas de químicos que tiene el jugo del vapeador que estaba en dichos cartuchos. No se ha demostrado que exista un efecto terapéutico ni psicológico en cuanto a aliviar la ansiedad. Y algo muy importante es, que los usuarios adquieren el vapeador sin importarles si es desechable o recargable ni parecen estar conscientes del impacto negativo que puede provocar en su salud, la mercadotecnia y la falta de información han llevado a colocar a los jóvenes en el deseo de estar a la moda, consumir, así como al hecho de que actualmente va en aumento tal vez porque además de usar nicotina, puede colocarse en el activo de este, marihuana.

CONCLUSIONES

La mercadotecnia usa el pensamiento de consumo para vender, aunque no necesariamente sean cosas, productos o bienes necesarios, las falsas creencias y el poder adquisitivo influyen en las decisiones del usuario y también en sus preferencias, ya que por medio de experiencias, actuaciones e incluso sensaciones estimulan para que la percepción del sujeto se vea alterada y desee comprar. Usar el vapeador como alternativa terapéutica para la ansiedad no se recomienda, la descarga de adrenalina que produce la nicotina en el cuerpo supuestamente “debería” ayuda a combatir la sensación de angustia principalmente y entre otros: miedo, descontrol, sin embargo, puede incrementarlo (por la misma naturaleza de la nicotina). No existe ninguna dependencia de salud oficial que recomiende el uso del vapeador para la ansiedad ya que los efectos negativos derivado de las sustancias y de los propios componentes de este, ya que son perjudiciales para la salud por los aceites. Es necesario informar a la población de las cuestiones negativas del vapeador y de vapear, así como de las consecuencias a su salud física y bienestar mental, pero

sobre todo informar a los infantes que son los que se encuentran influenciados por la moda a través de la mercadotecnia a utilizarlo.

REFERENCIAS

- Asociación Americana de Psiquiatría (septiembre, 2016). DSM 5 Trastorno de ansiedad generalizada. [Manual Diagnostico y estadístico de trastornos mentales actualización]. Recuperado julio 18, 2022 de <https://bit.ly/2FZbDUP>
- Arellano, R. (2010). Marketing, enfoque América Latina. Pearson.
- Barrientos, et. al (2022). Exposición a la publicidad de cigarrillos electrónicos y sitios web que promueven el vapeo y la aceptabilidad social de su uso entre los consumidores de nicotina. Revista Panamerica de Salud Pública 46, numero especial de control de tabaco. DOI: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2022/87>
- Bosch, C. (2013). La técnica de investigación documental (12ª edición). Trillas.
- Botero, S. (2020). PIN UPS PREMIUM [Tesis de pregrado Universidad del Rosario] <https://bit.ly/3B5doug>
- Del Aguilar, E. (junio 19, 2022). Vapear ¿ayuda a calmar la ansiedad? [videos]. YouTube https://www.youtube.com/watch?v=h_oOQ4PHBjQ
- Granada, P. y Hernández, M. (2017). Relación entre niveles de ansiedad y dependencia física a la nicotina, así como su correlación con percepción de salud general y uso de cigarrillo electrónico en estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador [tesis de licenciatura, Universidad Católica del Ecuador]. <https://bit.ly/3whhBcS>
- Guerrero – Blanco, F., Starlinght, C., González – Álvarez, A., Chávez – Lamas, N., Flacón-Reyes, L., Medrano Rodríguez, J. (mayo 05, 2022). Características de los vapeadores y sus efectos en cavidad bucal. Vol. 1 Núm. 1 [cartel de la presentación] Conference Proceedings, Jornadas Internacionales de Investigación en Odontología. Recuperado julio 6, 2022 de <https://bit.ly/3RCmOEO>
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación (6ª edición). Mc Graw Hill Education.
- Infobae (junio 1, 2020). *Influencers: la estrategia del vapeo para llegar a los jóvenes*. Infobae.com. Recuperado julio 25, 2023 de <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/06/01/influencers-la-estrategia-del-vapeo-para-llegar-a-los-jovenes/>
- Maguey, H. (noviembre 22, 2021). UNAM, Gaceta UNAM, El vapeo, más dañino que el cigarro convencional. <https://bit.ly/3SYn4yX>
- National Library of Medicine USA. (noviembre 5, 2020). Bajo el efecto: investigación de los NIH muestra un aumento del vapeo y la presión social en adolescentes. NIHMedlinePlus. Recuperado junio 28 de <https://bit.ly/3wftpME>

- Organización Mundial de la Salud (2019). CIE 10 Otros trastornos de ansiedad [Clasificación Internacional y Estadística de Enfermedades] vo. 1. Recuperado julio 18, 2022 de <https://bit.ly/3B462XT>
- Pourchez, J. (julio 01, 2022). De fumar a vapear: ¿una nueva amenaza ambiental? The Lancet, 10(7). DOI: [https://doi.org/10.1016/S2213-2600\(22\)00187-4](https://doi.org/10.1016/S2213-2600(22)00187-4)
- PROVAP (2018). PROVAP profesionales del vapeo. La historia del vapeo. Recuperado junio 20, 2022 de <https://bit.ly/3Pwhj8E>
- Rincón, S. (junio 1, 2020). Twitter perfiles promoción vapeador. [fotografía]. @SerchRincon.
- Salgado, A. (2015). Análisis, diseño e implementación de una guía de iniciación al vapeo [tesis de licenciatura, Universidad Carlos III de Madrid]. <https://bit.ly/3DgC1qK>
- Secretaria de Salud de México (octubre 31, 2015). ¿Qué es la ansiedad? Secretaria de salud. <https://bit.ly/3KeZ0np>
- Secretaria de Salud de México (abril 21, 2021). Evidencia actualizada sobre vapeo: un reporte del repositorio SEAN (Sistema electrónico de Administración de Nicotina). <https://bit.ly/3PzTcGe>
- Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2008). Fundamentos de Marketing, 14ª edición. Mc Graw Hill.
- Vidal, F. (2021). Método para desarrollar vaporizadores inspirados en músicos [Tesis de pregrado Universidad de Chile] <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/186565>
- Winnicka, L. & Shenoy, M.A. (abril 03, 2020). EVALI y la toxicidad pulmonar de los cigarrillos electrónicos: una revisión. Revista de Medicina Interna General 35, 2130 – 2135. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11606-020-05813-2>
- Zabaleta, L., Cardona, J. L., y Ballén, Y. C. (2020). Estrategia de marketing digital dirigida a la empresa Vaperman [Tesis de grado Universidad del Rosario] DOI: https://doi.org/10.48713/10336_30992