

2025-12-12

Prohibido vapear ¿excepto en redes?

Autor: Redacción

Género: Nota Informativa

<https://revistazocalo.com/prohibido-vapear-excepto-en-redes/>

Gabriel Sosa Plata*

Una de las partes más explosivas, pero menos comentadas, de la reforma a la Ley General de Salud para prohibir los vapeadores en México está en un terreno árido: la publicidad. No solo la que se despliega en espectaculares o tiendas físicas; también la que corre en Instagram, TikTok, Facebook, YouTube y en otras redes, donde la industria del tabaco encontró su nuevo paraíso.

La reforma crea el Capítulo XII Ter, dedicado expresamente a los cigarrillos electrónicos, vapeadores y otros dispositivos análogos. Y ahí aparece, en el Artículo 282 Quater, una prohibición tajante:

"Quedan prohibidos todos los actos de publicidad o propaganda, para que se consuman cigarrillos electrónicos, vapeadores y demás sistemas o dispositivos análogos, a través de cualquier medio impreso, digital, televisivo, radial o cualquier otro medio de comunicación".

No hay matices ni excepciones; el dictamen coloca la palabra publicidad en el centro de una prohibición absoluta.

La contundencia legislativa no es una ocurrencia.

Durante años, las tabacaleras se aprovecharon de los vacíos y zonas grises del ecosistema digital para colocar mensajes disfrazados de estilo de vida, entretenimiento o contenidos aparentemente orgánicos.

Investigaciones de organizaciones como Salud Justa MX, mostraron cómo British American Tobacco (BAT) y Philip Morris International (PMI) impulsaron campañas encubiertas en redes sociales mediante estrategias diseñadas para evadir la regulación tradicional. Campañas como "Vapea a tu manera" y "Futuro sin humo" aparecieron durante años como anuncios y contenidos segmentados en Facebook e Instagram.

Ethos Innovación en Políticas Públicas incluso describió el uso coordinado de influencers, horarios específicos de publicación y hashtags que impedían la detección automática de publicidad ilegal. En esas campañas fueron señalados públicamente figuras como Belinda y El Capi Pérez, de acuerdo con un reportaje publicado por Animal Político en 2022.

El fenómeno no se frenó ahí.

Este mismo año 2025, Cofepris reportó más de mil denuncias relacionadas con la venta o promoción ilegal de vapeadores, muchas vinculadas con actividades en redes sociales y plataformas digitales. Organizaciones civiles que monitorean publicidad encubierta hallaron nuevos casos de contenido disfrazado entre tiktokers y streamers, dirigidos principalmente a jóvenes.

Así que la reforma llega en un buen momento, pero prevalece un desafío enorme: ¿cómo obligar a las plataformas a respetar la prohibición?

Aunque la reforma establece con claridad que las sanciones, también de publicidad de vapeadores, pueden ser de uno a ocho años de prisión y multa equivalente de cien a dos mil veces el valor diario de la Unidad de Medida y

Actualización, ¿cómo asegurar que Meta, TikTok o YouTube retiren contenidos o bloqueen la difusión de mensajes disfrazados?

El dictamen solo señala que la Secretaría de Salud deberá identificar y asegurar los productos, coordinar acciones con otras autoridades y fortalecer la vigilancia sanitaria. El cómo, el tiempo de respuesta, los criterios de detección y los plazos para bajar contenidos son un enigma y un desafío. Basta ver los obstáculos que ponen las plataformas digitales para casos documentados de violencia digital para advertir las dificultades que habrá en publicidad de vapeadores.

Y es que la publicidad digital no opera bajo las mismas reglas que un anuncio tradicional. El contenido puede provenir de cuentas extranjeras, perfiles falsos o alianzas comerciales no declaradas.

Además, los algoritmos segmentan audiencias por edad, intereses y comportamientos, que no son fáciles de detectar, mientras los influencers, conscientes de su poder, pueden difundir productos prohibidos bajo el disfraz de recomendaciones personales o estilos de vida.

El Estado llegará tarde si no diseña un protocolo específico para el mundo digital, con criterios de remoción inmediata, acuerdos interinstitucionales y coordinación con las plataformas.

Este protocolo debe incluir herramientas que permitan reportar fácilmente contenido ilegal, procesos rápidos para solicitar su baja a las plataformas y un modelo de vigilancia que coloque en el centro la protección de niñas, niños y adolescentes, quienes han sido blanco directo de estas campañas.

Ahí, en ese terreno movedizo y vertiginoso, se libraré la verdadera batalla. Y en esa batalla, las audiencias no podemos ni debemos quedar desprotegidas.

Un último dato: la reforma fue aprobada el pasado martes por la Cámara de Diputados con 324 votos a favor y 129 en contra; fue turnada a la Cámara de Senadores para su dictaminación.

La memoria del náhuatl en un libro de la UAM

En el marco de la FIL Guadalajara, la UAM presentó *In amoxtli in tlatoa petlalt* (El libro con infinidad de palabras), una obra luminosa de la editora e ilustradora nahua Isela Xospa.

El libro, premiado este año con el Arte Editorial 2025, reúne vocabulario básico en náhuatl acompañado de ilustraciones cálidas que buscan acercar a niñas y niños a una lengua que es raíz, historia y presente vivo.

La propuesta de Xospa es no sólo un ejercicio pedagógico, sino también un acto de preservación cultural en un país donde muchas lenguas indígenas están en riesgo de desaparecer.

La doctora Yissel Arce, coordinadora general de Difusión Cultural de la UAM, lo subrayó durante la presentación: recuperar el náhuatl en espacios públicos y educativos no es nostalgia, es una forma de resistencia ante la homogeneización lingüística.

Y para que esfuerzos como este florezcan, hace falta un ecosistema que acompañe, difunda y sostenga estas lenguas más allá del libro y de la feria. Ahí entran los medios comunitarios e indígenas, cuyo papel en la preservación de las lenguas en la vida cotidiana es indispensable.

Por eso, insistiremos en la necesidad de fortalecer estos medios si queremos que lenguas como el náhuatl no solo se recuerden, sino que sigan respirando en las voces de quienes las nombran y las heredan.

* Profesor e investigador de la UAM-Xochimilco y periodista. Defensor de audiencias. Conduce el programa Media 20.1 en TV UNAM.