Gac Sanit. 2026;40(S4):537

Gaceta Sanitaria

https://www.gacetasanitaria.org

425 - IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DE CONTENIDO EN EL CONSUMO DE NUEVAS FORMAS DE TABAQUISMO EN POBLACIÓN JOVEN

N. Canós Puente, J.M. Martín Moreno

Universidad de Valencia.

Resumen

Antecedentes/Objetivos: El consumo de nuevas formas de inhalación de humo y aerosoles, como los cigarrillos electrónicos o vapeadores, ha aumentado de forma notable entre la población joven en España. Este fenómeno se produce en un contexto de gran protagonismo de las redes sociales y de las plataformas de vídeo bajo demanda, que actúan como espacios clave de socialización y exposición a mensajes, explícitos o implícitos, relacionados con el consumo. El objetivo del estudio es analizar las expectativas, actitudes y motivaciones de la población joven ante el consumo de nuevas formas de inhalación de humo y aerosoles y el papel que las redes sociales y plataformas audiovisuales desempeñan en la promoción y normalización de estas prácticas.

Métodos: Se llevó a cabo un estudio de métodos mixtos. En primer lugar, se realizó una revisión bibliográfica en bases de datos científicas sobre consumo de vapeadores, juventud y entornos digitales. Posteriormente, se desarrollaron dos grupos de discusión con jóvenes de entre 18 y 30 años, diferenciando entre consumidores y no consumidores de vapeadores. De forma complementaria, se aplicaron métodos digitales mediante la observación y análisis de contenidos relacionados con el vapeo en redes sociales (Instagram, TikTok y Twitter) y plataformas de vídeo bajo demanda (Netflix, Amazon Prime Video y HBO).

Resultados: El inicio del vapeo se asoció fundamentalmente al contexto social y de ocio, destacando su vinculación con el consumo de alcohol, así como a la influencia de

0213-9111 © 2026 SESPAS. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Todos los derechos reservados

iguales y la fácil accesibilidad a los dispositivos. Los jóvenes percibieron el vapeo como una práctica menos perjudicial y con menor potencial adictivo que el tabaquismo tradicional, valorando positivamente el sabor, el olor y una estética socialmente más aceptada. En las redes sociales se identificó una elevada exposición a contenidos que mostraban el uso de vapeadores, frecuentemente no reconocidos como publicidad, lo que se asoció a una menor percepción del riesgo y a la preocupación por su impacto en personas de menor edad. Las plataformas de vídeo bajo demanda fueron percibidas como menos influyentes, aunque se identificaron representaciones recurrentes del vapeo en contenidos dirigidos a población joven.

Conclusiones/Recomendaciones: Las redes sociales y las plataformas audiovisuales desempeñan un papel relevante en la normalización de las nuevas formas de tabaquismo en la población joven, contribuyendo a una menor percepción del riesgo para la salud. Los resultados evidencian la necesidad de reforzar las políticas de regulación de las representaciones del vapeo en entornos digitales y de desarrollar estrategias preventivas y de sensibilización adaptadas a estos nuevos escenarios de exposición.

0213-9111 © 2026 SESPAS. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Todos los derechos reservados