

Alerta por una nueva generación de vapeadores de colores

Por CALLIE HOLTERMANN

Alexa Addison recuerda cómo eran los vapeadores cuando estaba en la preparatoria. El cigarrillo electrónico dominante era el Juul, un rectángulo negro y delgado con esquinas afiladas que parecía una unidad flash. Para cuando Addison, de 19 años, ingresó a la Universidad de Carolina del Norte, en Wilmington, el año pasado, vio a muchos compañeros de clase blandiendo Elf Bars, cigarrillos electrónicos de colores brillantes que parecían estuches de AirPods de color degradado, con chimeneas suavemente inclinadas para la inhalación.

Compró sabores como piña colada y fresa-kiwi, y tomó fotografías cuando los degradados de colores dulces de los dispositivos coordinaban con sus atuendos. Pronto se encontró consumiendo un Elf Bar por semana. (Según una estimación, cada uno contiene tanta nicotina como 590 cigarrillos). Addison dijo que durante su uso más intenso, sus cenizas se pusieron grises.

“Honestamente, se veían muy bonitos”, dijo sobre los dispositivos. “Simplemente nunca tuve interés en vapear hasta que empezaron a vender los bonitos”.

Los vívidos diseños de Elf Bars y otras marcas nuevas tienen combinaciones de colores que a menudo corresponden con sus sabores. En entrevistas, los jóvenes compararon la apariencia de estos cigarrillos electrónicos desechables con dulces, chupones, brillo labial y jabón.

“Casi parecen juguetes”, dijo Carter James, de 23 años, un productor musical que vive en Nueva York y dijo haber dejado de usar cigarrillos electrónicos este verano.



FOTOILUSTRACIÓN Y FOTOGRAFÍA DE OK MCCAUSLAND PARA THE NEW YORK TIMES

A algunos expertos en salud pública les preocupa el aspecto divertido de estos dispositivos —que está claramente en línea con las preferencias estéticas maximalistas de la Generación Z. Los médicos dicen que la nicotina es particularmente adictiva para los jóvenes, y la investigación sugiere que los vapeadores adolescentes corren un riesgo de daño pulmonar tanto

inmediato como a largo plazo.

Susan Linn, psicóloga y profesora de psiquiatría en la Facultad de Medicina de Harvard, dijo que “no hay duda” de que la apariencia de los Elf Bars estaba diseñada para captar la atención de adolescentes o incluso niños, que gravitan hacia los colores brillantes y las formas redondeadas. Comparó el aspecto juvenil de los Elf Bars con Joe Ca-



A los expertos en salud pública les preocupa que la apariencia de los nuevos vapeadores aumente su atractivo para los jóvenes.

mel, el personaje de caricatura retirado por R. J. Reynolds Tobacco Company después de años de críticas de que estaba dirigido a niños.

“Las tabacaleras utilizan dibujos animados o envolturas de colores brillantes para enganchar a los niños, para hacerlos pensar que esto es benigno, divertido e inofensivo para ellos”, dijo Linn.

Aproximadamente uno de cada 10 estudiantes de preparatoria de EU ha usado un cigarrillo electrónico en el último mes, arroja la Encuesta Nacional sobre Tabaco en Jóvenes, publicada este mes. Y aunque el uso de cigarrillos electrónicos entre los adolescentes ha disminuido en general desde el 2019, los dispositivos desechables con sabor, incluido el Elf Bar, han ido en aumento.

El Elf Bar, que también se vende

bajo los nombres EBDdesign y EB-Create, llegó a los estantes de Estados Unidos en noviembre del 2021, reporta The Associated Press. Para este verano, se había convertido en la marca líder de cigarrillos electrónicos entre los estudiantes de secundaria y preparatoria que vapean, según la encuesta. Abundan los productos visualmente similares, como Flum Pebble, Juicy Bar, Air Bar Nex y Lost Mary.

La venta del Elf Bar no ha sido autorizada por la Dirección de Alimentos y Medicamentos (FDA) de EU, pero los vapeadores están disponibles en las tiendas. La agencia ha ordenado que los envíos procedentes de China sean incautados en la frontera.

Miracle Shenzhen Technology, la empresa que fabrica el Elf Bar, ha argumentado que la FDA la está atacando injustamente y que sus productos, que llevan una advertencia de que la nicotina es adictiva, están dirigidos a consumidores adultos.

Si el Elf Bar estaba tratando de diseñar un producto en línea con los gustos de los consumidores de la Generación Z, “le dieron en el clavo”, dijo Ben Varquez, director general de YMC, una agencia de mercadotecnia para jóvenes que no trabaja con clientes del sector tabacalero.

Los estudios muestran que varios factores alientan a los jóvenes a probar los cigarrillos electrónicos, incluyendo los sabores emocionantes y la presión social. Y un estudio británico publicado este año informó que los encuestados de entre 11 y 16 años veían los cigarrillos electrónicos desechables y coloridos como “de moda”, “geniales” y un “accesorio de moda”.