

## La imagen corpórea alterada, un problema de salud mental en las redes sociales inducida por estas plataformas

*Modified body appearance, a mental health problem and how social networks cause them*

**Alfia Leiva del Valle**

Universidad Nacional Autónoma de México, [aleiva@ctac.fad.unam.mx](mailto:aleiva@ctac.fad.unam.mx); [alfiasculpture@gmail.com](mailto:alfiasculpture@gmail.com)

How to cite: Leiva del valle, A. (2024). La imagen corpórea alterada, un problema de salud mental en las redes sociales inducida por estas plataformas. En libro de actas: *EX±ACTO. VI Congreso Internacional de investigación en artes visuales aniaav 2024*. Valencia, 3-5 julio 2024. <https://doi.org/10.4995/ANIAV2024.2024.17792>

---

### Resumen

*En tiempos acelerados, las comunicaciones masivas y la tecnología se han unido con el fin de controlar a través de algoritmos diversos aspectos de nuestra vida. Se viene advirtiendo hace más de 20 años, por sociólogos, trabajadores de redes sociales y filósofos (Bauman, Chul Han, Lipovetzky, Shoshana Zuboff etc.) las consecuencias dañinas que tienen las redes sociales en la salud general de los jóvenes.*

*En estos dos últimos años las alarmas suenan más fuerte, titulares como “La ciudad de Nueva York demanda a varias redes sociales por “alimentar la crisis de Salud Mental Juvenil” New York Time ó “Instagram, la peor red para la salud mental de los adolescentes”, solo por analizar algunos casos en los que se altera la estética corpórea, y la mente de los jóvenes, hay cientos de denuncias, una de las más graves: “Tienen sangre en sus manos”: los senadores de EE UU advierten”. Se refieren a Meta de Zuckerberg, denunciado también en el libro “El poder de uno” de Frances Haugen. Involucrando a Facebook, Meta, Instagram y otras.*

*La plataforma X donde imágenes “deepfake” se ven millones de veces sin consecuencia legal, (las imágenes falsas porno de Taylor Swift) noticias como “Las imágenes en internet son aún más machistas que los textos. El sesgo de género en la red es notable en plataformas como Google, Wikipedia o IMDB, son más frecuentes”. (Pérez Colomé, 2024)*

*Se analiza este problema y como programas de manipulación de imágenes están “inocentemente” involucradas en este enorme problema de salud mental, proponiendo las anti imágenes y alertando a los jóvenes de no caer en las trampas de la tecnología, sin dejar de utilizar estas herramientas.*

**Palabras clave:** Salud mental; redes sociales; imagen corpórea; sociedad líquida.

---

### Abstract

*In accelerated times, mass communications and technology control, through algorithms many aspects of our lives. For more ten 20 years, sociologists, philosophers and employee of social networks like Facebook or Instagram (Z. Bauman, B. Chul Han, Lipovetzky, or Shoshana Zuboff) have warned us of their harmful effects in the health of youngsters.*

*Lately specially in the last two years, alarms have gone off with news such as: "New York city has lawsuits against several social networks for causing a crisis of mental health problems among young people. The New York Times, "Instagram, the worst social network for your mental health" only to analyze some examples of how social networks alter our corporeal esthetics and mind, but there are thousands of examples, one last denunciation by the parents of victims "You have blood in your hands". USA senators warn" They are talking of Meta by Zuckerberg, denounced in the book "The power of one" written by Francis Haugen former CEO of Facebook. Involving are Facebook, Meta, Instagram and others.*

*Platform X where deep fake images are seen by the million and have no legal consequence, (the Taylor Swift fake porn Images) or the warning that: "The images in internet are even more chauvinist than the texts. The gender slant is noticeable in platforms like Google, Wikipedia or IMDB" (Perez Colomé, 2024)*

*This problem is analyzed as how programs" innocently "manipulate souls and images, and are involved in a huge mental health problem, we propose anti-images, alerting youngsters not to fall in the tramps of technology, and still use it in a healthy matter.*

**Keywords:** *Mental health; social network; body appearance; liquid society.*

## INTRODUCCIÓN

Desde hace más de 20 años sociólogos y filósofos nos han advertido de los peligros que acechan especialmente a las generaciones nacidas después del año 2000 los llamados "*nacidos líquidos*" (2019) como los identifica Zygmunt Bauman, en las redes sociales y la gran influencia que tienen sobre ellos sus nuevos líderes de opinión y ahora aun más influencia en la generación alpha.

Zygmunt Bauman indicaba que "cuando un producto no te cuesta TU eres el producto" (Bauman, 2005), y aunque afirma que por supuesto la herramienta o sea las tecnologías no son peligrosas, si sus contenidos descontrolados y al parecer sin ningún deseo de ser legislados.

Shoshana Zuboff en "La era del capitalismo de la Vigilancia" (2020) y Harmut Rosa en "Sociedad Acelerada" (2015), nos aconsejan como las redes sociales, la mercadotecnia y su masiva invasión de nuestros espacios públicos y privados, gracias a la tecnología del "*small bang*" han hecho a ésta sociedad líquida, que les ha entregado voluntariamente su libertad y su confianza absoluta, este entrando en una nueva pandemia; las enfermedades mentales por la alteración de la estética corpórea y su desempeño y exigencias para pertenecer a cánones establecidos en las redes sociales, y los que están a su servicio, hoy en día identificados como *youtubers* o *influencers*, pseudo profesionales de la redes sociales y actuales líderes de opinión.

Contratados por las mismas empresas de las que recomiendan sus milagrosos productos para tener la imagen exigida, productos incluso médicos que debieran ser solo recomendados por facultativos y que no tienen ningún control de calidad.

Como menciona Shoshana Zuboff en la revista *Ética*:

el capitalismo va más allá del terreno institucional convencional de la empresa privada, que no solo acumula activos y capital de vigilancia, sino también derechos, y que opera sin mecanismos de consentimiento significativos. Puede que te guste Spotify, Netflix, Google e incluso Facebook, pero estos procesos (de extracción de datos y de desarrollo de pronósticos) están diseñados para permanecer escondidos para los usuarios. Y por eso nos hemos tardado tanto en darnos cuenta del problema. (Zuboff, 2023)

Sabemos que vivimos en un mundo monitoreado y que la libertad que entregamos voluntariamente, o sea toda nuestra información y deseos, son transformados en datos, los cuales son propiedad de estas grandes empresas, como podrían ser Amazon o Meta, pero sabemos que toda esa información la venden y también nos manipulan con ella? Sabemos que controlan nuestra esfera pública sin ninguna ética, solo la de las ganancias?

Tienen derecho a vender esta información? Como nos afecta? Como nos manipulan?

La pandemia de enfermedades mentales por la que estamos pasando, es ya una realidad. Los números de suicidios, depresiones, y todo tipo de alteraciones corporales que nos autoimponemos, han aumentado exponencialmente en los últimos años, y continúan aumentando. Es un deber conocer las perversiones del sistema, porque indudablemente la tecnología no es el enemigo, es la forma en que se está explotando y se nos está haciendo creer que es inocuo este tipo de negocio a través de las redes sociales y la forma en que evitan a toda costa de que se implementen controles, de que se legisle.

Shosona Zuboff explica cómo se manejan estas empresas, la mayor de ellas Facebook que controla los espacios de comunicación social a nivel mundial nos señala como se maneja:

En realidad lo que tenemos ahora es un lugar donde la información de calidad está inversamente correlacionada con las ganancias. Mientras más corrupta es la información que circula en sus plataformas, más dinero gana la empresa Meta – antes conocida como Facebook- En 2018 esta compañía transformó la manera en la que presentaba contenido a sus usuarios. Se comenzaron a basar en pronósticos sobre el tipo de contenido con el que las personas iban a interactuar.

Los algoritmos empezaron a promover y a diseminar la información más corrupta, descabellada e inflamatoria, porque esa era la que obtendría más interacción. La interacción, por supuesto, impulsa la extracción de más datos, lo cual lleva al desarrollo de más pronósticos sobre nuestro comportamiento, lo cual lleva a mayores ganancias. ES COMO FUNCIONA. (Zuboff, 2023)

Este manejo viciado de nuestra esfera pública nos lleva a los problemas de alteración de la estética empezando por los más pequeños, recordemos lo que importa es la ganancia, como señala Z. Bauman *“la única lealtad en nuestros tiempos es al dinero”*. (Bauman, 2005)

Entre los adolescentes y ahora los más pequeños, los alpha, el sistema tendrá más lealtad y más tiempo de explotación, las personas que buscan un sitio de pertenencia pensando que el sistema es sano, amigable y confiable están siendo explotados por las redes sociales, como menciona Frances Haugen en su libro *“El poder de uno”*, en donde demanda a su ex empleador Mark Zuckerberg “

Lo que más me perturbo fue como los empleados de Facebook se referían a los niños que usaban los productos de la compañía. Facebook se refería a los niños entre diez y trece años como el “rebaño de animales” y como los estudios internos de marketing posteaban a sus hermanos mayores que trataban de protegerlos como “el problema” porque los mayores trataban de enseñar a sus hermanos y hermanas menores a ser juiciosos y no compartir todos sus datos personales. En los ojos de Instagram ellos eran “gente peligrosa” no hermanos preocupados.” (Haugen, 2023, p. 290)

Es por esa falta de control y legislación que debemos todos estar advertidos de los peligros de las redes sociales, que cada vez nos advierten más sobre ellas, pero solo es la punta del iceberg como veremos con ejemplos como los sephora kids o la ansiedad y enfermedades mentales que está ocasionando Instagram, todas relacionadas con la imagen corporal y la autoestima de los jóvenes.

## **METODOLOGÍA**

La metodología adoptada para analizar esta nueva pandemia, la de enfermedades mentales y alteración en la estética corpórea, provocadas por las redes sociales está dentro de los paradigmas de investigación social, es el método crítico, metodologías cualitativa, estudiando y analizando la realidad social en conflicto y como operan los sistemas de poder, epistemológicamente reconociendo y denunciando las estructuras de poder en la esfera de las redes sociales.

El planteamiento de este documento considera un enfoque naturalista, utilizando un proceso abierto e interactivo, conceptos en construcción utilizando fuentes bibliográficas durante todo el proceso. Analizando los datos que afectan al individuo líquido y comprendiendo los fenómenos que afectan a la sociedad de consumo, dando una perspectiva a la narrativa de la explotación de los cánones de belleza corporal específica que imponen a los usuarios de las empresas como Facebook o tik tok entre otras.

## **DESARROLLO**

Las sociedades líquidas, con su entrega al sistema de redes sociales como Facebook, Instagram o Tik Tok entre otros ha fomentado la ceguera moral frente a los engaños (ahora llamados fake news) y daños a la salud, que finalmente se empiezan a reconocer en los jóvenes, que están siendo utilizados y explotados por ellas. Hablo de ceguera moral porque ya desde el año 2013 advierte Z. Bauman en su libro "Ceguera Moral" como se ha perdido la solidaridad ante el "otro". En este caso específico de la alteración de la estética corpórea, ante la niñez y como lo advierte también Chul Han en la "Sociedad Paliativa" y en la "Expulsión de lo Distinto".

La insensibilidad moral ante problemas que se nos están señalando incesantemente relacionados con las redes sociales y las nuevas formas de consumo, "ha anestesiado la moral en la sociedad líquida y reforzado el miedo al dolor representativo de la sociedad paliativa" (Chul Han,2021). Especialmente a la generación Alpha los nacidos entre 2012 y 2023 la primera generación totalmente digital.

La banalidad con la que se tratan los temas de salud mental, relaciones humanas, la visión de la sexualidad en las redes sociales, donde se explotan a niños y adolescentes que comercian y alteran su estética corpórea hasta saturar nuestras conexiones neuronales y logran hacerlo ver como algo «cotidiano y normal». Incluso ante el creciente número de médicos pediatras, alergólogos y dermatólogos que advierten graves problemas de salud en los jóvenes a causa del uso de estos productos en forma irracional.

Los expertos advierten de un aumento de casos de irritación, acné y dermatitis entre los más jóvenes como reacción a los potentes principios activos que contienen los productos utilizados por los influencers... con casos como el de Kassie niña de seis años que su video lo han reproducido 33 millones de veces sus seguidores. (Garrido, 2024)

La ceguera moral es una condición normalizadora. (Bauman, 2005)

Ejemplos de llamadas de alerta sobran y se han disparado las alertas

Una de las últimas marcas favoritas de las niñas aficionadas a la cosmética es "Drunk elephant" una línea de cremas autodenominada de "belleza limpia" porque asegura "elegir ingredientes en función de la biocompatibilidad". Sus productos protagonizan muchos de los vídeos más virales. La venta de productos para el cuidado de la piel de niños y bebés generó a nivel mundial unos ingresos de aproximadamente 4.135 millones de dólares. No podemos normalizar el tener a niños de 10 años trabajando como influencers" (Garrido,2024)

Una nueva generación de niños 'influencers' acumula millones de visualizaciones en redes sociales que representan millones de dólares en ventas, esta sobre exposición está afectando la salud mental de nuestras

juventudes a nivel mundial, porque aunado a este mundo de comercio amoral, la mayoría de las fotografías están retocadas.

Hay miles de ejemplos, Sephora Kids, donde niños de 10 años son los que recomiendan los productos y cuidados del cuerpo, Garzo Crew, con 4.9 millones de seguidores en TIK TOK, y a nivel mundial se espera que sean 106,7 millones de usuarios tiene siete años, indica donde adquirir todos los productos por supuesto.” Rayan Kaji, 9 años youtuber mejor pagado con 35 millones de dólares en ganancias y 36 millones de seguidores y así los ejemplos son interminables, pero logrando que los mercados suban un 203% sus ganancias” según Marketwatch. (Franco, 2024)

La perversidad está en que todo es mentira, cuerpos y caras imposibles retocadas por inteligencia artificial, estéticas alteradas y forzadas a un estándar de belleza ficticio, adulterado. Se empiezan a hacer esfuerzos ante el alarmante número de enfermedades mentales juveniles y suicidios para alertar a usuarios que tanto la generación alpha como sus padres están enganchados al sistema. En Nueva York y otros estados como California hay ya demandas en donde se denuncia la manipulación y la adicción que crean estas redes sociales.

La Gran Manzana ha presentado este miércoles una denuncia contra TikTok, Meta, Snap y YouTube, de Google, “por alimentar la crisis nacional de salud mental juvenil “ha anunciado el alcalde, Eric Adams.

La demanda, presentada en el Tribunal Superior de California por la ciudad de Nueva York, el Departamento de Educación y la Corporación de Salud y Hospitales de la Ciudad de Nueva York -de quien dependen los extenuados servicios de salud mental, alega que estas compañías manipulan y crean adicción intencionadamente a los usuarios más jóvenes...

La acusación se basa en tres cargos, según las leyes del Estado de Nueva York: negligencia, negligencia grave y alteración del orden público. (Sánchez, 2024)

De todas ellas Instagram es la peor al generar más ansiedad en los jóvenes alpha, según estudios de la Royal Society of Public Health y la Universidad de Cambridge: *“afectando negativamente su autoestima (imagen corporal), sus horas de sueño, su miedo a quedarse fuera de eventos sociales (FoMO). Además se considera que fomenta el ciberacoso, generando ansiedad y, en menor medida, síntomas depresivos y sensación de soledad”.* (Spring, 2024)

Una característica que Bauman y Harmut Rosa señalan es sus textos, Sociedad líquida y Sociedad Acelerada, todos concuerdan en que son bienes efímeros y desechables con los que atrapan a los jóvenes, “cirugías plásticas, modas, artículos de belleza, soluciones rápidas para relaciones desechables, imagen del cuerpo tratado como objeto de consumo, y una psique alterada y adormecida por el deseo de pertenencia, de intimidad y de” cercanía con sus “amigos” de FACEBOOK, el imponer y obtener ser incluida, una imagen deformada de un cyber cuerpo artificial” (Sanchez, 2024)

No es extraño que una vez más los senadores de Estados Unidos de Norte América, citaran a los representantes de las compañías que más daño hacen conscientemente como lo señala Frances Haugen cuando al analizar Facebook con Yelp una empresa que analiza datos, claramente a Facebook la descubre:

”solo le interesan los números, por eso apostó a la idea de que manejarían las operaciones a base de llegar a metas cuantitativas, dejar a la gente que se moviera libremente sin control. En el nivel más básico conforme a las métricas del mercado y sus ganancias, y funciona. Mientras otras compañías tecnológicas tenían la cultura de no anclarse a las métricas y se inclinaban a las políticas o favoritismos fallaban. Facebook deseaba liberar a sus trabajadores y que fueran en contra de esas fuerzas que hacían lento al sistema. Se sabía que la gente joven es el futuro de las redes sociales y si los números crecían era lo único que importaba. Tu ganas” (Haugan, 2024.)

La comparecencia llevada a cabo en febrero del 2024, después de años de advertencias por filósofos, artistas, sociólogos y mismos ejecutivos de las empresas, denuncian una crisis de salud pública, exigiendo responsabilidades a las empresas por los daños a miles de jóvenes, incluso acusando de crear adicción a sus contenidos. “Fomentando estándares de belleza y felicidad imposibles, “la depresión, trastornos psicológicos y de la alimentación: los mecanismos de uso de algoritmos dirigidos a crear adicción, o el ciberacoso.” (Vidal, 2024)

Las edades que más se ven afectados son de los 13 a los 17 años, la generación alpha, 40 por ciento afirma haber tenido síntomas de depresión, y ansiedad, sextortion, chantajes sexuales por depredadores en las redes, sesgos machistas en sus contenidos agravado ahora por la inteligencia artificial, un porcentaje alto llega a urgencias tras haberse hecho daño deliberadamente. Hoy en día el 95% de los adolescentes emplea las redes sociales, son 170 millones de usuarios solo en Estados Unidos de Norteamérica, aun con las demandas que se presentaron ante los senadores de EE UU todavía no se logra legislar o poner controles:

A la sesión del Comité Judicial del Senado estaban citados Mark Zuckerberg, consejero delegado de Meta, la compañía matriz de Facebook; Linda Yaccarino, de X; Shou Zi Chew, de TikTok; Jason Citron, de Discord, y Evan Spiegel, de Snap. Tras ellos, el público más hostil posible: padres de niños víctimas de abusos en redes que se acabaron suicidando por el acoso recibido en esas plataformas. (Sánchez, 2024)



**Fig 1** .Sephora kids en una de las plataformas mas utilizadas tik tok, son millones las visitas que tienen y las ganancias que producen a costa de su salud mental. El uso de filtros garantiza más ventas, aun cuando ya no seas tu, filtros de belleza aumenta la popularidad en redes. Fuente: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-e&q=sephora+kids+image>

## CONCLUSIONES

Las redes sociales han antepuesto las ganancias económicas, a la salud mental social, especialmente en la generación alpha en donde las enfermedades mentales, depresiones, angustia, sentido de no pertenencia e incluso suicidios, están aumentando exponencialmente. Se ha advertido ya desde hace años por estudiosos del tema y no se ha logrado legislar el universo de las redes sociales. Continua en aumento lo que se llama lo falso o mentira, “fake”, ahora se ha elevado a “Deep fake”, permitiendo que se difame, violente sexualmente y agrede a muchos jóvenes que inocentemente confían en ellas y constantemente las utiliza.

Se sabe a ciencia cierta que son adictivas, por cada “like” que recibes el cerebro produce DOPAMINA y también producen depresión y angustia cuando no los recibes. Las estadísticas han demostrado que los suicidios van en aumento y están relacionado con las redes sociales y como son administradas sin embargo no se legisla no se han tomado medidas para detener bulos y controlar la presión social para tener determinadas características corporales.

Se han propuesto tímidas acciones como las de señalar que las imágenes están retocadas con filtros y que no son reales, incluso imposibles los cánones de belleza que se debe seguir.

Pero el sistema sigue ofreciendo la posibilidad de ser felices si se adquieren los bienes efímeros que se venden a través de trenders y youtubers, que trabajan las empresas de dichos bienes, sin ningún control sanitario o

conocimientos del producto que están promocionando por millones. La única lealtad es al dinero, y está costando vidas de jóvenes que creen en las redes sociales y lo que se les vende como un camino para encontrar la felicidad.

## FUENTES REFERENCIALES

Bauman, Z. (2005). *Liquid Society*. Polity.

Bauman, Z. (2019). *Born Liquid*. Polity.

Chul-Han, B. (2020). *La Expulsión de lo distinto*. Herder.

Chul-Han, B. (2021). *La Sociedad paliativa*. Herder.

Franco, L. (15 de febrero 2024). No podemos normalizar el tener a niños de 10 años trabajando como influencers: el reto de controlar a los menores haciendo publicidad. *El País*. <https://elpais.com/smoda/moda/2024-02-15/el-boom-de-los-influencers-de-10-anos-el-reto-de-controlar-a-los-menores-que-se-exponen-en-redes-para-hacer-publicidad.html>

Garrido, M.V. (2024). La explosión de los Sephora Kids, la obsesión por las rutinas cosméticas. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2024-02-21/la-explasion-de-los-sephora-kids-la-obsesion-por-las-rutinas-cosmeticas-alcanza-a-los-ninos.html>

Haugen, F. (2023). *The power of one*. Little Brown and Company.

Perez Colomé, J. (12 febrero 2024). Las imágenes en internet son aún más machistas que los textos. El sesgo de género en las fotos en la red es notable en plataformas como Google, Wikipedia o IMDB. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2024-02-15/las-imagenes-en-internet-son-aun-mas-machistas-que-los-textos.html>

Rosa, H. (2015). *Social Acceleration A new theory of Modernism*. Columbia University Press.

Sanchez, M.A. (15 de febrero 2024). La ciudad de Nueva York demanda a varias redes sociales por “alimentar la crisis de salud mental juvenil”. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2024-02-15/la-ciudad-de-nueva-york-demanda-a-varias-redes-sociales-por-alimentar-la-tesis-de-salud-mental-juvenil.html>

Spring, M. (23 de marzo 2024). Marianna Spring, especialista en fake news de la BBC La desinformación tiende a hacerse viral porque queremos creerla. *El País*. <https://elpais.com/eps/2024-03-23/marianna-spring-especialista-en-fake-news-de-la-bbc-la-desinformacion-tiende-a-hacerse-viral-porque-queremos-creerla.html>

Vidal, M. (31 enero 2024). “Tienen sangre en sus manos”: los senadores de EE UU arremeten contra las redes sociales por no proteger a los menores. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2024-01-31/tienen-sangre-en-sus-manos-los-senadores-de-ee-uu-arremeten-contras-las-redes-sociales-por-no-proteger-a-los-menores.html>

Zuboff, S. (2020). *The age of surveillance capitalism*. Publicaffairs.

Zuboff, S. (16 de febrero 2023). Vivimos en una distopía accidental. *ETHIC*. <https://ethic.es/2023/02/vivimos-en-una-distopia-accidental/>