

Redes sociales y oftalmología: una nueva realidad

Xarxes socials i oftalmologia: una nova realitat

M. Balboa Miró

Hospital Universitari Germans Trias i Pujol. Institut Català de la Retina. Barcelona.

Correspondencia:

Marta Balboa Miró

E-mail: marta.balmir@gmail.com

Entender la vida actual sin redes sociales es prácticamente imposible. Desde la llegada de Facebook a nuestro entorno en 2008, el uso y la implicación de la población en estas plataformas ha aumentado de manera exponencial. Sin embargo, actualmente son Instagram y TikTok las aplicaciones que concentran un mayor número de usuarios y generan más impacto visual y social.

Pero ¿qué relación tienen las redes sociales con la oftalmología?

A priori, podría parecer que muy poca cosa. Sin embargo, la relación es cada vez más estrecha. Muchas de las tendencias actuales en estética periocular nacen precisamente en este universo virtual. Los filtros digitales son capaces de borrar arrugas del orbicular y del corrugador, de maquillar la zona periocular con una precisión irreal, de unificar el tono del párpado inferior eliminando bolsas y ojeras, o incluso de modificar el color del iris a voluntad, ofreciendo unos ojos con un azul perfecto y artificial.

Una parte importante de los reels y videos más virales se construyen alrededor del concepto de “la mejor versión de un mismo”: consejos de maquillaje, rutinas de *skincare* con especial énfasis en el contorno de ojos, procedimientos de medicina estética o intervenciones de cirugía oculoplástica que muchos personajes públicos e *influencers* muestran con naturalidad y sin reservas. Todo ello genera necesidades a menudo innecesarias y expectativas que, en muchos casos, son irreales o directamente inalcanzables.

Entendre la vida actual sense xarxes socials és pràcticament impossible. Des de l'arribada de Facebook al nostre entorn l'any 2008, l'ús i la implicació de la població en aquestes plataformes ha augmentat de manera exponencial. Avui dia, però, són Instagram i TikTok les aplicacions que concentren un major nombre d'usuaris i generen més impacte visual i social.

Però, què tenen a veure les xarxes socials amb l'oftalmologia?

A priori, podria semblar que ben poca cosa. Tanmateix, la relació és cada vegada més estreta. Moltes de les tendències actuals en estètica periocular neixen precisament en aquest univers virtual. Els filtres digitals són capaços d'esborrar arrugues de l'orbicular i del corrugador, de maquillar la zona periocular amb una precisió irreal, d'unificar el to de la parpella inferior eliminant bosses i ulleres, o fins i tot de modificar el color de l'iris a voluntat, oferint uns ulls d'un blau perfecte i artificiós.

*Una part important dels reels i vídeos més virals es construeixen al voltant del concepte de “la millor versió d'un mateix”: consells de maquillatge, rutines d'*skincare* amb especial èmfasi en el contorn d'ulls, procediments de medicina estètica o intervencions de cirurgia oculoplàstica, que molts personatges públics i influencers mostren amb naturalitat i sense reserves. Tot plegat genera necessitats sovint innecessàries i expectatives que, en molts casos, són irreals o directament inassolibles.*

Cada vez es más frecuente que los pacientes lleguen a la consulta con ideas muy definidas sobre lo que desean: quieren parecerse a la imagen filtrada de una fotografía de Instagram, reproducir la forma de los ojos de una determinada celebridad o, incluso, modificar el color de sus ojos. Ante este escenario, no es extraño que el profesional pueda caer en la trampa de intentar lograr objetivos que no son médicamente posibles ni éticamente recomendables.

Hay que decir, sin embargo, que no solo los pacientes hacen un uso intensivo de las redes sociales. Los mismos profesionales sanitarios también nos hemos adaptado a esta nueva realidad y somos conscientes de su potencial. Las redes se han convertido en una poderosa herramienta de difusión y divulgación científica que permite compartir contenido docente, experiencias clínicas y resultados como parte de nuestra proyección profesional. A menudo mostramos nuestros resultados, tanto de patología funcional como estética, mediante imágenes de “pre y post” que lucen y captan la atención de los usuarios, los cuales, a su vez, pueden convertirse en pacientes potenciales.

A pesar de ello, también existe el riesgo de caer en prácticas poco rigurosas: el uso excesivo del retoque digital; la manipulación de la brillantez y el contraste de las imágenes, o incluso el uso de programas profesionales para mejorar artificialmente el resultado final; así como la modificación de la posición del paciente, comparando una imagen con la mirada en supravisión con otra en posición primaria, en la que las bolsas palpebrales son menos evidentes y el contorno palpebral aparenta ser más estético. Finalmente, la utilización estratégica de la iluminación, mediante el juego de luces y sombras, puede alterar de manera significativa la percepción real de los resultados.

Es evidente que las redes sociales han venido para quedarse y forman parte indisoluble de la vida cotidiana, tanto a nivel personal como profesional. No obstante, es fundamental ser conscientes de su poder y usarlas de forma responsable, racional y coherente. Solo así podremos aprovechar su valor comunicativo sin contribuir a la creación de una realidad distorsionada que aleje al paciente —y al profesional— del rigor científico y de la ética médica que tienen que guiar nuestra práctica.

Cada vegada és més freqüent que els pacients arribin a la consulta amb idees molt definides sobre el que desitgen: volen assemblar-se a la imatge filtrada d'una fotografia d'Instagram, reproduir la forma dels ulls d'una determinada celebritat o, fins i tot, modificar el color dels seus ulls. Davant d'aquest escenari, no és estrany que el professional pugui caure en el parany d'intentar assolir objectius que no són mèdicament possibles ni èticament recomanables.

Cal dir, però, que no només els pacients fan un ús intensiu de les xarxes socials. Els mateixos professionals sanitaris també ens hem adaptat a aquesta nova realitat i som conscients del seu potencial. Les xarxes s'han convertit en una poderosa eina de difusió i divulgació científica que permet compartir contingut docent, experiències clíniques i resultats com a part de la nostra projecció professional. Sovint hi mostrem els nostres resultats, tant de patologia funcional com estètica, mitjançant imatges de “pre i post” que llueixen i capten l'atenció dels usuaris, els quals, alhora, poden esdevenir pacients potencials.

Malgrat això, també existeix el risc de caure en pràctiques poc riguroses: l'ús excessiu del retoque digital; la manipulació de la brillantor i el contrast de les imatges, o fins i tot l'ús de programes professionals per millorar artificialment el resultat final; així com la modificació de la posició del pacient, comparant una imatge amb la mirada en supravisió amb una altra en posició primària, en què les bosses palpebrals són menys evidents i el contorn palpebral aparenta ser més estètic. Finalment, la utilització estratègica de la il·luminació, mitjançant el joc de llums i ombres, pot alterar de manera significativa la percepció real dels resultats.

És evident que les xarxes socials han vingut per quedar-se i formen part indissociable de la vida quotidiana, tant a nivell personal com professional. Tanmateix, és imprescindible ser conscients del seu poder i fer-ne un ús responsable, racional i coherent. Només així podrem aprofitar-ne el valor comunicatiu sense contribuir a la creació d'una realitat distorsionada que allunyi el pacient —i el professional— del rigor científic i de l'ètica mèdica que han de guiar la nostra pràctica.