CANO Y GALLARDO SRL

"DISMORFIA DE SNAPCHAT"

El fenómeno por el que cada vez más pacientes de cirugía estética aspiran a parecerse a sus propios selfies con filtros.

Hacerse procedimientos cosméticos parece ser cada vez más habitual: las celebridades hablan abiertamente de sus "retoques". Por otro lado, el uso de redes sociales parece tener un impacto negativo sobre la autoestima. De acuerdo a un estudio de 2020, el 27% de los adolescentes que utilizan las redes sociales durante más de 3 horas al día tiene síntomas de problemas de salud mental.

La combinación de estos factores puede explicar la aparición de la "dismorfia de Snapchat". Término acuñado por el doctor Tijion Esho, quien tiene varias clínicas de cosmética en Reino Unido.

No se trata de una enfermedad formal, sino de un fenómeno que preocupa a los trabajadores del sector de la salud mental, así como a algunos cirujanos estéticos. Ahora vemos fotos de nosotros mismos a diario a través de las plataformas sociales que usamos, algo que puede hacernos más críticos con nosotros mismos", explica el doctor Esho, quien admite que ha tenido que rechazar a pacientes que parecían demasiado obsesionados con parecerse a sus fotos con filtro.

A Crystal siempre le ha encantado intercambiar *selfies* con sus amigos, pero muchas veces se paraba un rato antes de enviar el suyo: "No podía dejar de mirar la manera en que el filtro de Snapchat me cambiaba la cara.

Me definía el mentón, delineaba mis pómulos y me hacía la nariz más recta, que era algo de lo que yo siempre me había sentido un poco insegura", comenta esta asistente médica de 26 años de San Diego, en California.

Crystal, dice que a veces lograba tener un aspecto similar con maquillaje, pero no tenía tiempo de pintarse así todos los días. Así que, en un intento por parecerse a la versión de sí misma con el filtro de las flores, decidió inyectarse en la nariz y bajo los ojos rellenos faciales o "*fillers*".

Según un estudio de la Academia Estadounidense de Cirugía facial, plástica y reconstructiva, el 55% de los cirujanos plásticos faciales vio pacientes que querían operarse para verse mejor en los selfies. El estudio también halló que el 56% de los cirujanos encuestados notó un aumento de los clientes de menos de 30 años.

EXPECTATIVAS MÁS REALISTAS

Hace mucho tiempo que los clientes llegaban a las clínicas de los cirujanos plásticos con fotos de las celebridades a las que se querían parecer. Ahora, traen fotos de sí mismos, dice el cirujano David Mabrie, afincado en San Francisco, que lo considera un avance.

"Yo prefiero trabajar sobre una foto de alguien, porque tienen una idea mejor de cómo se verán con fillers o Botox. Así no tienen una expectativa poco realista de que se van a transformar por arte de magia en una Kylie Jenner", añadió.

"La verdadera autoestima tiene que ver con la confianza en tu propia mente para conseguir tus metas personales, eso requiere honestidad, pensamiento independiente y la convicción de que eres capaz y merecedor de lograr tu propia felicidad. Y ese tipo de confianza en ti mismo no te la puede dar ninguna corona, ni en los filtros ni en la realidad”.