

## **El papel de las redes sociales en la medicina estética, según IBSA Derma**

**En 2025 habrá aproximadamente 5.400 millones de usuarios de redes sociales en el mundo; en España, la cifra prevista ascenderá a 43 millones**

Hoy en día se vive en el universo de la comunicación en el que continuamente, y de múltiples fuentes, se recibe mucha información constantemente. En plena era digital, las redes sociales se han convertido en un referente en cuanto a la difusión y divulgación de una información que no siempre es fidedigna, que pocas veces está contrastada y que, a pesar de esto, incide directamente en las elecciones y comportamientos de los usuarios. Y los datos confirman esta percepción pues, según Statista, en 2025 habrá aproximadamente 5.400 millones de usuarios de redes sociales en el mundo. En España, la cifra prevista ascenderá a 43 millones. Entonces, cabe preguntarse:

¿Qué papel juegan cuando se habla de medicina estética?

En primer lugar, se puede hablar de que las redes sociales en ningún caso y en ningún ámbito son un reflejo exacto de la realidad, y lo mismo ocurre en el campo de la medicina estética; es deber de todo médico, como parte del desarrollo de un trabajo ético, recordar este punto a sus pacientes. Sobre todo, teniendo en cuenta que las redes, tanto impactando de forma positiva como negativa, cada vez están teniendo una relevancia mayor en el sector.

IBSA Derma, división dermoestética de IBSA, ha querido indagar en este, relativamente, reciente fenómeno de las redes sociales en el que, sin embargo, la mayoría de los pacientes están ya inmersos. En los últimos, años la estética ha comenzado a concebirse desde dos puntos de vista antagónicos, aunque igual de lícitos: por un lado, una tendencia clara a recuperar la belleza natural y única de cada persona; por el otro, un impulso por la búsqueda incesante de una belleza estereotipada que colisiona la mayoría de las veces con el sentido común y estético. Es en este último punto donde internet ha jugado un papel decisivo, ya que las redes sociales han puesto de moda unos cánones de belleza muy específicos, pocas veces naturales en la mayoría de las fisionomías de las personas.

¿Tod@s iguales? No, gracias

La búsqueda de nariz pequeña y recta, mandíbula bien marcada, pómulos altos y labios carnosos; colocan a la medicina estética en el punto de mira de muchos pacientes. Esto no supone ningún problema siempre y cuando la información obtenida a la hora de buscar y querer someterse a dichos procedimientos haya sido la adecuada, y es que el mayor impacto negativo que tienen las redes es precisamente la desinformación desenfrenada, la trivialización y la carencia de lo que se llama 'comunicación responsable' de lo que, ante todo, es una práctica médica.

En torno a un 85% de contenido en Instagram acerca de rellenos y tratamientos estéticos no está divulgado por médicos, sino por creadores de contenido e influencers. Esto es grave, ya que supone un porcentaje que, sumado al hecho de que hoy en día acuden a las clínicas estéticas pacientes cada vez más jóvenes – a partir de los 22 años de edad–, escenifica de forma preocupante el gran impacto que tienen las redes en este ámbito.

Son las mujeres, una vez más, las principales destinatarias de los estudios de medicina estética y, por tanto, las que más se someten a ella. De hecho, existen etapas vitales propias de las mujeres que comportan cambios fisiológicos en ellas y pueden derivar en problemas psicológicos; momentos en los que la medicina estética puede surgir como respuesta a la incapacidad de aceptar dichas transiciones a nivel estético: la adolescencia, el embarazo y la menopausia.

Desde IBSA Derma se quiere poner de manifiesto el poder de las redes sociales en este marco, ya que, lejos de ser una vía para reafirmar inseguridades, pueden ser una vía para compartir conocimiento científico riguroso. Aquí entra también en juego el papel crucial del médico especialista: explicar a los pacientes cómo son los tratamientos realmente, subrayando la diferencia entre la belleza del mundo real, sin filtros que hacen perfectos, y la de las redes sociales.

Además, IBSA Derma pone de manifiesto su compromiso con la ética en medicina estética con la campaña '#AestEthics'; y la reciente publicación del libro: Estética: Diálogo Internacional sobre la relación entre medicina, belleza y ética.

**Datos de contacto:**

Irene Muñoz Lobo  
Havas PR  
914569000

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Industria Farmacéutica](#) [Sociedad](#) [Cataluña](#) [Belleza](#) [Bienestar](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>