



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS
SECRETARÍA GENERAL
REGISTRO GENERAL

04 OCT. 2022 10:36:50

Entrada **236195**

PNL Imagen en redes sociales

Competencia	Competencias de la Cámara
Subcompetencia	Control e información
Tipo Expediente	162-Proposición no de Ley ante el Pleno.

Fdo.: Íñigo ERREJÓN GALVÁN
Portavoz adjunto

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Más País Verdes Equo, en el Grupo Parlamentario Plural, de conformidad con los artículos 193 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente Proposición no de ley, para su debate en Pleno, sobre **salud mental e imagen en redes sociales**.

Congreso de los Diputados, 5 de octubre de 2022.



Íñigo Errejón Galván

Portavoz GP Plural

Exposición de motivos

Hace aproximadamente un año se hizo público un estudio interno de la empresa Facebook (actualmente llamada Meta), publicado por el Wall Street Journal, sobre el impacto que Instagram está teniendo en la salud mental de las personas jóvenes y adolescentes. El documento admite que Instagram “empeora los problemas de imagen corporal de una de cada tres adolescentes” y que el 32% de las chicas adolescentes dijeron que, cuando se sentían mal con sus cuerpos, Instagram las hacía sentir peor”. El estudio también revelaba que el 13% de los usuarios británicos y el 6% de los estadounidenses vincularon el deseo de quitarse a la vida al uso de Instagram. Otra investigación, publicada en mayo de 2022 y realizada también por investigadores estadounidenses, constató que, cuanto más tiempo pasamos en redes sociales, mayor es el riesgo de sufrir trastornos de la conducta alimentaria (TCA) e insatisfacción corporal. Investigando a una cohorte de hombres y mujeres de entre 19 y 34 años, se concluyó que, sobre todo en mujeres, se encuentra una relación entre el tiempo de exposición a las pantallas y la insatisfacción corporal.

Estos estudios son preliminares, pero están constatando una realidad que comenzamos a identificar en nuestra sociedad: hay una relación estrecha entre el uso de las redes sociales, sus algoritmos y el impacto negativo en la salud mental de las personas usuarias. En este sentido, debemos analizar cómo las empresas de redes sociales utilizan los algoritmos para detectar obsesiones, trastornos, pautas de conducta y se focalizan en ellas a la hora de ofrecer contenido audiovisual en sus plataformas. Es una realidad emergente y que debe ser investigada en profundidad, pero estos procedimientos algorítmicos se suman a la propia creación de contenido de muchas personas *influencers* que editan, con Photoshop u otros filtros, las imágenes de su realidad cotidiana, permeando con imágenes irreales en el imaginario de las personas jóvenes y adolescentes usuarias de las redes. Ahora un efecto digital es capaz de lograr en segundos una imagen corporal que responde a los nuevos e irreales cánones de belleza surgidos en Internet y que termina por uniformar a quienes los usan generando expectativas -sobre todo entre los más jóvenes- de una belleza inexistente en el mundo real. De este modo, en los últimos años se ha disparado el número de intervenciones quirúrgicas y tratamientos estéticos que imitan los rostros generados a base de filtros digitales.

La autoestima, la confianza en uno/a mismo/a y la sensación de aceptación y pertenencia a la comunidad son elementos esenciales en el desarrollo saludable de la personalidad adolescente y, por tanto, en la protección de la salud mental de las personas en edad de desarrollo, tienen derecho a que la sociedad en su conjunto vele por el correcto desarrollo de su personalidad. Este derecho, y su protección, debe estar presente en la tecnología que utilizamos y el mundo digital en el que vivimos, de manera que existan garantías de que no afecte de manera negativa a la salud mental.

Algunos países han comenzado a regular tanto los procedimientos algorítmicos como otros procesos que rodean la creación y la circulación de los contenidos de las redes sociales. Un ejemplo es Noruega, que el año pasado aprobó una ley por la que los 'instagramers' y las marcas tengan que indicar si las imágenes que publican con fines comerciales llevan filtro o han pasado por Photoshop. Francia, por su parte, desde 2017 obliga a las publicaciones de moda a indicar cuándo las fotografías han sido retocadas con Photoshop.

En España la Ley de Presupuestos Generales del Estado 2022 aprobó una enmienda de Más País para la creación de la Agencia Española de Supervisión de la Inteligencia Artificial que todavía no se ha puesto en marcha. Del mismo modo que otros países de nuestro entorno están desarrollando sus Agencias Estatales de evaluación de Algoritmos.

Por lo anteriormente expuesto, Más País Verdes Equo, en el GP Plural, presenta la siguiente:

PROPOSICIÓN NO DE LEY

El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a:

1. Crear un identificador de uso obligatorio por parte de marcas e *influencers* para etiquetar en las redes sociales todos los contenidos de imágenes en los que la realidad se ha alterado con herramientas digitales.
2. Desarrollar medidas legislativas encaminadas a regular la transparencia en torno a los algoritmos de las redes sociales para que cualquier usuario pueda conocer de primera mano los riesgos y problemas de salud mental que genera el uso de esta red social.
3. Garantizar que la Agencia de Supervisión de la Inteligencia Artificial española tenga un registro público de algoritmos obligatorio para los declarados de Alto Riesgo y un registro obligatorio/incentivado para los de riesgo limitado o riesgo mínimo por cuestiones de transparencia.
4. Poner en marcha una campaña de sensibilización para informar a los y las usuarias de los posibles riesgos que tienen las redes sociales en su salud física y mental y que ofrezca herramientas para un uso saludable de las redes sociales.