

Dr. J.-Roberto SÁNCHEZ-REINA

Universitat Pompeu Fabra. España. roberto.sanchez@upf.edu. <https://orcid.org/0000-0002-6068-1229>

Dra. Mònika JIMÉNEZ-MORALES

Universitat Pompeu Fabra. España. monika.jimenez@upf.edu. <https://orcid.org/0000-0002-4977-0722>

Dra. Mireia MONTAÑA-BLASCO

Universitat Oberta de Catalunya. España. mmontanabl@uoc.edu. <https://orcid.org/0000-0002-6464-5129>

Satisfacción Corporal y Uso de Pantallas en Escolares Españoles *Body Satisfaction and Screen Media Usage in Spanish Schoolchildren*

Fechas | Recibido: 26/08/2022 - Revisado: 13/10/2022 - Aceptado: 20/10/2022 - Publicado: 01/01/2023

Resumen

El uso de pantallas entre los menores ha aumentado drásticamente en los últimos años. Aunque el consumo mediático es considerado un factor influyente en la satisfacción corporal infantil, la relación entre el consumo de pantallas y la satisfacción corporal en menores de diez años es un tema aún poco explorado. Se diseñó un estudio transversal con una muestra de 792 estudiantes (N = 363 niños, 429 niñas, M = 7.23 años) para analizar la asociación entre el uso de pantallas y la satisfacción corporal en niños y niñas de 5 a 9 años. Los resultados muestran relaciones entre el consumo de televisión y videojuegos y la satisfacción de rasgos faciales y esquema corporal global. Las observaciones por sexo indicaron correlaciones positivas para el consumo de televisión y la satisfacción con el peso entre los varones mientras que en las niñas se observó una asociación negativa para el consumo de videojuegos y la satisfacción de la piel y el esquema corporal global. Los análisis de regresión múltiple revelaron una asociación positiva para el consumo de televisión con la satisfacción con el peso, la cara y el cabello; por su parte, el uso de videojuegos se asoció negativamente con la satisfacción con el color de los ojos y la piel. Este estudio aporta un mayor conocimiento sobre la relación entre consumo de pantallas y satisfacción corporal infantil y puede contribuir al diseño de intervenciones de alfabetización mediática más estratégicas y focalizadas, sobre todo entre aquellas poblaciones menos exploradas como la audiencia infantil.

Palabras clave

Audiencia infantil; imagen corporal; medios digitales; percepción corporal; psicología de los medios; satisfacción corporal

Abstract

Screen media usage among young children has increased dramatically in recent years. Although media consumption has been noted as an influencing factor in children's body image, the relationship between children's body satisfaction and screen media usage in children under 10 years old remains a less-explored topic. A cross-sectional study was designed to analyze the association between screen media usage and the body image satisfaction of Spanish children 5–9 years old. By examining the data of 792 schoolchildren (N = 363 boys, 429 girls; M = 7.23 years), this study sought to reveal the association between screen media usage and children's body satisfaction. The results showed significant correlations between the use of television and video games and satisfaction expressed with facial features and overall body scheme. Observations by sex indicated positive correlations between television consumption and satisfaction with weight among boys, while in girls, a negative association was observed between video game consumption and satisfaction with skin and overall body scheme. Multiple regression analyses revealed a positive association between television consumption and satisfaction with weight, face, and hair, whereas the use of video games was negatively associated with satisfaction with eye and skin color. This study provides a better understanding of the relationship between screen consumption and body satisfaction in minors; accordingly, it seeks to contribute to the design of more strategic and focused media literacy interventions, particularly among those populations that are less well-explored, such as young children.

Keywords

Body image; body image perception; body satisfaction; child audience; digital media; media psychology

1. Introducción

El uso de pantallas se ha convertido en un pasatiempo cada vez más habitual entre niños y niñas en edad escolar (Brito et al., 2018; Chaudron, 2015; Reid Chassiakos et al., 2016). En España, se estima que escolares de 6 a 12 años pasan en promedio cinco horas frente a las pantallas tradicionales y digitales (AMIC, 2019). La creciente familiaridad de niños y niñas con el uso de pantallas ha aumentado la preocupación por el uso prolongado de dispositivos y la exposición a su mensaje, avivando el debate sobre el consumo de medios y sus efectos en la satisfacción corporal (Cernikova, Smahel y Wright, 2017; Kelly et al., 2018; Wartella et al., 2018).

Desde hace algunos años, la literatura científica ha venido señalando que los medios de comunicación son una de las principales fuentes de presión corporal. En esta línea, se ha comprobado que tanto el consumo intencionado como la exposición indirecta a los medios afectan los niveles de satisfacción corporal infantil y adolescente (Spurr, Berry y Walker, 2013; Tatangelo y Ricciardelli, 2017). Entre los diferentes medios de comunicación, la televisión ha sido considerada como el agente con mayor influencia en la satisfacción corporal de los menores (Sánchez-Reina, 2020); en contraste, el papel de medios digitales continúa siendo objeto de investigación ante los cambios y las complejidades del entorno digital (Richards, Caldwell y Go, 2015).

La creciente diversificación del consumo mediático apunta a que niños y niñas en España hacen un mayor uso de medios digitales tales como teléfonos inteligentes, tabletas y videojuegos (AMIC, 2019). En comparación con las generaciones anteriores, los menores cohabitan de forma natural en las pantallas, con una creciente tendencia al consumo de redes sociales, televisión en streaming y videojuegos en plataformas virtuales (Castelló-Martínez y Tur-Viñes, 2020; Qustodio, 2022). Si bien la investigación reciente en España ha identificado una creciente insatisfacción corporal en niños y niñas menores de diez años (Añez et al., 2018; Sánchez-Castillo et al., 2018; López-Sánchez, Suárez y Smith, 2017), el estudio de factores asociados a la insatisfacción corporal infantil, tales como el consumo mediático, continúa siendo un poco explorado para el caso de niños y niñas de esta franja de edad. En este sentido, el presente estudio ha tenido como objetivo analizar la asociación entre el uso de pantallas y la satisfacción corporal en niños y niñas en edad escolar (5-9 años). Al examinar las preferencias en el uso de pantallas y la satisfacción corporal de los menores, el estudio hipotetiza que el uso de pantallas se encuentra relacionado con niveles negativos de satisfacción corporal en los menores de esta franja de edad.

1.1 Uso de pantallas y satisfacción corporal infantil

La insatisfacción corporal es una preocupación que va en aumento entre casi todas las personas (Grogan, 2016). Si bien este tipo de insatisfacción se asocia tradicionalmente a mujeres adultas y adolescentes, estudios recientes confirman que desde los cinco años, niños y niñas pueden experimentar algún tipo de preocupación por su cuerpo y apariencia (Costa et al., 2016; Duchin et al., 2015; Latiff, Muhamad y Rahman, 2018). La insatisfacción corporal infantil se encuentra presente tanto en niños y niñas, y de acuerdo con estudios recientes, este fenómeno tiene mayor repercusión entre los menores con sobrepeso y obesidad (Costa et al., 2016).

Distintos factores inciden en la satisfacción corporal infantil. De acuerdo con la literatura científica, en el bienestar psicológico, el entorno familiar y los medios de comunicación subyacen los principales factores que influyen en la satisfacción corporal (Cash y Smolak, 2011). Un acuerdo común en la investigación apunta que la familia y los amigos son los factores de mayor influencia (Latiff, Muhamad y Rahman, 2018). Los menores que crecen en entornos familiares saludables tienden a desarrollar actitudes positivas hacia su cuerpo y su apariencia, experimentando mayores niveles de satisfacción corporal durante la adolescencia y la edad adulta (Damiano et al. 2014; Grogan, 2016; Rodgers et al., 2020).

La emergencia de una cultura corporal centrada en el discurso de los medios y su impacto en la socialización infantil ha modificado cómo los niños y las niñas construyen su identidad e imagen corporal. Las pantallas se han convertido en una ventana hacia un amplio repertorio de encarnaciones. A medida que los menores consumen estas narrativas y representaciones, (re)configuran sus percepciones, actitudes y sentimientos hacia su cuerpo y apariencia corporal (Añez et al., 2018; Dumas y Desroches, 2019; Yang et al., 2020). Y aunque la familia y los amigos persistan como los principales referentes en la construcción de la imagen infantil, los medios de comunicación erigen paisajes simbólicos en los que niños y niñas conviven con imágenes, estereotipos y narrativas que enaltecen el culto a lo corporal (Sánchez-Reina, 2020).

El uso de pantallas entre la audiencia infantil incluye tanto el uso de medios tradicionales como digitales. La televisión es el medio más consumido por este grupo mientras que los móviles, las tabletas y los videojuegos encabezan el consumo de medios digitales. A diferencia de los y las adolescentes, niños y niñas mantienen un consumo mediático de tipo híbrido; combinan el consumo de televisión

con el uso de dispositivos digitales como las tabletas y smartphones (Kantar Media, 2021; Núñez-Gómez, Ortega-Mohedano y Larrañaga-Martínez, 2021). Asimismo, ambos grupos se definen por diferentes preferencias de consumo. Mientras la audiencia infantil se decanta por contenidos televisivos como dibujos animados, series, programas de televisión, etc., los adolescentes combinan sus preferencias, mediados por el entorno multimodal liderado por redes sociales (Gustodio, 2022).

Sin importar el tipo de medio al que accedan los niños y adolescentes, la investigación científica ha sido contundente al demostrar que el consumo de pantallas se encuentra asociado con una baja satisfacción corporal. Así, algunos estudios como los realizados por Anschutz, Engels y Van Strien (2012), Haddad et al. (2019) y Uchôa et al. (2019) destacan que la insatisfacción corporal coexiste con el uso y/o exposición a la televisión, problema que suele agravarse entre los llamados grupos de riesgo (mujeres adolescentes, población con algún tipo trastornos alimentario y los infantes), además de estar moderado por el consumo nuevos formatos y formas de acceder a este medio (Jordan-Jackson et al., 2019).

Una aproximación distinta ha señalado, por su parte, la relación entre el consumo de videojuegos y la satisfacción corporal en adolescentes. En un estudio realizado por Barlett y Harris (2008) con estudiantes universitarios, se expuso a los participantes a juegos con personajes dentro del canon corporal (ideales de musculatura y delgadez); tras el experimento, los participantes mostraron una estima corporal significativamente menor concluyendo el impacto de estas imágenes. En consonancia con este experimento, Sylvia, King y Morse (2014) confirmaron que jugar videojuegos puede disminuir la autoestima corporal entre jugadores masculinos aunque no precisamente afectar las percepciones de musculatura entre los participantes. Por su parte, autores como Sánchez-Zafra et al. (2019) asumen de forma categórica la asociación entre el uso de videojuegos y la satisfacción corporal y agregan que los menores con un autoconcepto emocional más bajo pueden experimentar niveles más bajos de autoestima corporal y satisfacción corporal.

Trabajos más recientes han reformulado el enfoque sobre el uso de pantallas y la satisfacción con la imagen corporal. Un corpus creciente de investigaciones ha mostrado interés en explorar la relación entre el uso de medios digitales y los niveles de satisfacción corporal entre los y las adolescentes (Cernikova, Smahel y Wright, 2017; Kelly et al., 2018). Los estudios realizados por Eyal y Te'eni-Harari (2013) y Jarman et al. (2021) ejemplifican algunos de los mecanismos que sustentan la relación entre el consumo de medios digitales y la satisfacción corporal entre los y las menores. De acuerdo con los autores, una mayor exposición a los dispositivos digitales y el uso redes sociales influyen en los niveles de satisfacción con la imagen corporal. En contraste, Añez et al. (2016) argumentan que la magnitud del efecto puede ser moderada dependiendo de la frecuencia y tipo de actividad. Datos de su investigación revelan que los adolescentes que usan el ordenador para tareas escolares tienden a mostrar mayores niveles de insatisfacción corporal en comparación con aquellos que utilizan el ordenador para actividades de ocio.

Tal como se observa en los estudios anteriormente citados, el uso de pantallas puede tener como consecuencia una mayor insatisfacción corporal. Los medios tradicionales y digitales como televisores, teléfonos inteligentes y ordenadores puede ser un factor de influencia decisivo en los niveles de satisfacción corporal de niños y niñas. Teniendo en cuenta que los estudios preliminares se han centrado en el análisis de niños y adolescentes como un grupo heterogéneo, el papel creciente de niños menores de (6-9 años) como audiencia activa y la influencia de los medios en la imagen corporal infantil, el presente estudio plantea la hipótesis de que el uso de pantallas se encuentra asociado con niveles negativos de satisfacción corporal. Basándose en investigaciones previas, este trabajo sugiere que los niños españoles experimentan niveles negativos de imagen corporal asociados con el uso de medios tradicionales y digitales. Tal formulación plantea concretamente que el uso de televisión, la exposición a videojuegos y los dispositivos digitales (tabletas y teléfonos inteligentes) tienen un efecto negativo en las percepciones de imagen corporal. Para sus efectos, este estudio considera como dimensiones de análisis el género y las percepciones de los menores sobre las diferentes partes que integran su esquema corporal.

En consonancia con estudios similares que analizan la satisfacción corporal infantil (Cash y Smolak, 2011; Grogan, 2016), el presente estudio evalúa la satisfacción corporal infantil en relación con la autoconciencia corporal o la experiencia sensorial y cognitiva que tienen los niños y las niñas sobre su esquema corporal (Smolak, 2004). A diferencia de otros estudios, el presente trabajo propone la medición de la conciencia corporal mediante el análisis del uso de pantallas en relación con la autoevaluación del esquema corporal y cada una sus partes (Penelo et al., 2012).

2. Metodología

Este estudio analizó los datos de estudiantes de primero, segundo y tercer grado de primaria. Con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad Pompeu Fabra, se recogieron los datos de 792

estudiantes de 15 escuelas en las ciudades españolas de Barcelona, Madrid y Sevilla. Siguiendo la metodología de estudios precedentes (Chaudron, 2015), se aplicó un muestreo por conveniencia, priorizando la validez ecológica del estudio. La muestra de estudio se determinó teniendo como criterio la exploración de las tres ciudades españolas más pobladas mientras que los colegios se seleccionaron por su accesibilidad e interés por participar en el estudio. La muestra estuvo formada por 196 estudiantes de Barcelona, 320 de Madrid y 276 de Sevilla. Los centros educativos fueron cinco colegios públicos, nueve subvencionados y uno privado.

Los participantes en este estudio respondieron un cuestionario en soporte digital. El cuestionario fue expresamente diseñado para los fines de la investigación y se basó en instrumentos previamente validados con menores (Daraganova, 2014; Fisher-Keller, 2007; Penelo et al., 2012). La información recogida por este instrumento incluyó datos de tipo demográfica, las preferencias de consumo mediático, la autoevaluación de la imagen corporal, la autoevaluación de la satisfacción corporal y la medición de actitudes hacia la imagen corporal de los demás. Con el fin de adaptarse a las competencias de lectoescritura de los y las participantes, el cuestionario se redactó de forma sencilla, incluyendo frases y respuestas cortas, y en la medida de lo posible, acompañado por imágenes e iconos que dinamizaron la interacción verbal. Por ejemplo, la escala Likert se sustituyó por estrellas y/o caritas (emojis) (Hall, Hume y Tazzyman, 2016). Una primera versión del cuestionario fue testeada y validada en un grupo piloto de 60 estudiantes.

El cuestionario se administró de forma individual. Un asistente de investigación acompañó a cada uno de los participantes durante la aplicación del cuestionario. La investigadora explicó en primer lugar el objetivo de la actividad y los pasos a seguir en el cuestionario; leyó las instrucciones y las preguntas demográficas en voz alta. Posteriormente, pidió al menor entrevistado que leyera para ella las siguientes preguntas y eligiera su respuesta favorita en la pantalla táctil. Tomando en cuenta la edad de los y las participantes (5-9 años), este procedimiento de gamificación garantizó la comprensión del cuestionario por parte de los menores, asegurando la fiabilidad de los datos. Una vez completado el cuestionario, una segunda investigadora midió la estatura y el peso de los participantes. El peso se midió con una báscula electrónica (ADE modelo M317600, precisión de 0,1 kg) y la estatura se midió con un tallímetro estadimétrico. Tras el registro de estos datos, se calculó el índice de masa corporal (IMC).

Esta investigación incluye solo los datos de menores cuyos padres o tutores aprobaron su participación en el estudio. El registro de aceptación se realizó mediante un consentimiento informado que el profesorado envió a las familias dos meses antes de la investigación. Para garantizar el anonimato de las familias y los menores, el profesorado recogió y validó los consentimientos informados. Los datos personales fueron sustituidos por un código alfanumérico para su registro y análisis.

2.1. Medición

El análisis de datos del presente estudio incluyó la medición de tres grupos de variables: las características individuales (sexo, edad e IMC), el uso de pantallas (televisión, tableta, consola de juegos y teléfono inteligente) y la satisfacción con la imagen corporal (cuerpo, estatura, peso, rostro, ojos, cabello, piernas y color de piel).

Características individuales: Se recogió la información sociodemográfica de los participantes. El 54.2% (n = 429) de la muestra registrada fueron niñas mientras que el 45.8% (n = 363) fueron niños. La media de edad de los participantes fue 7.23 años, SD = 1.03. La puntuación z del IMC se calculó con la siguiente fórmula: $\text{estatura}(\text{peso}/100)^2$; y la media reportada fue de 17.05, SD = 2.80.

Uso de pantallas: Esta variable incluyó la medición del uso de pantallas entre los participantes, para su registro se realizó la pregunta: "Cuando estás en casa, ¿qué medios acostumbras utilizar?". Se ofrecieron cuatro posibles respuestas: ver la televisión fue la actividad más popular entre los entrevistados (69.8%), seguida del uso de tabletas (50.9%), videojuegos (33.8%) y teléfonos inteligentes (30.3%).

Satisfacción corporal: Estas preguntas exploraron la valoración afectiva de los menores hacia su cuerpo. Basándose en la evaluación de propiedades psicométricas de la imagen corporal de Penelo et al. (2012), se midió la satisfacción corporal de los menores con su esquema corporal (mediante la valoración de distintas partes del cuerpo). La satisfacción corporal se reportó en una escala de 5 puntos, en un rango de valores de 0 = "Nada" a 4 = "Mucho". Cada participante respondió a la siguiente pregunta: "¿Qué tanto te gusta tu... [mencionando hasta ocho partes diferentes del cuerpo]?" Se sumaron y promediaron los ítems de la escala; M = 3.51, SD = 0.47, $\alpha = 0.72$. La medición de la satisfacción con las partes del cuerpo indicó medias más altas para la satisfacción con el rostro (M = 3.63, SD = 0.72) y los ojos (M = 3.63, SD = 0.73), seguidos por satisfacción con el cabello (M = 3.59, SD = 0.79), el tono de piel (M = 3.69, SD = 0.78), el cuerpo (M = 3.56, SD = 0.80), y la estatura (M = 3.56, SD = 0.75); en contraste, la satisfacción con las piernas (M = 3.39, SD = 0.91) y el peso (M = 3.17, SD = 0.75) tuvieron las medias más bajas.

El análisis estadístico se realizó con el software SPSS v.25.0. El análisis bivariado incluyó las pruebas Pearson y Spearman para explorar las relaciones entre las características individuales, el uso de pantallas y la satisfacción corporal. Para observar las asociaciones en función del sexo, se realizaron análisis bivariados en las submuestras de niños y niñas de forma independiente. Posteriormente, se realizaron nueve regresiones lineales jerárquicas para examinar los efectos de las características individuales y el uso de pantallas sobre la satisfacción corporal.

3. Resultados

3.1 Características individuales y satisfacción corporal

El análisis bivariado de las características individuales mostró correlaciones significativas para la satisfacción con el cuerpo, el peso, los ojos y el cabello (Tabla 1). La puntuación z del IMC fue la variable más relevante toda vez que reportó asociaciones significativas para la satisfacción con el cuerpo ($p < 0.05$), el peso ($p < 0.01$) y los ojos ($p < 0.05$). Por su parte, la edad reportó una asociación significativa sólo con el peso ($p < 0.05$). Las observaciones en las submuestras por género reportaron correlaciones significativas para la puntuación z del IMC en las niñas, mientras que los niños mostraron valores significativos para la satisfacción con la estatura ($p < 0.05$). La magnitud del efecto no fue suficientemente fuerte, ya que los valores mantuvieron cercanos a cero. Si bien se detectaron correlaciones significativas en la muestra global, el análisis bivariado para la escala promediada no reportó diferencias significativas en las submuestras de niñas y niños.

Tabla 1: Asociación de la satisfacción corporal y las características individuales de los menores

	Cuerpo	Estatura	Peso	Rostro	Ojos	Cabello	Piernas	Color de piel	Escala promediada
Total (n = 792)									
Sexo	-0.006	-0.064	-0.03	-0.055	-.091*	-.112**	0.051	-0.055	-0.077*
Edad†	-0.016	-0.052	-.074*	0.027	0.06	0.064	-0.03	0.011	-0.008
Puntuación z, IMC	-.083*	0.009	-.241**	0.006	.072*	-0.014	-0.01	-0.018	-0.075*
Niñas (n = 429)									
Edad	-0.017	0.004	-0.046	0.068	.109*	0.081	-0.052	-0.051	0.011
Puntuación z, IMC	-.123*	0.033	-.257**	0.026	.136**	0.002	-0.055	-0.05	-0.080
Niños (n = 363)									
Edad	-0.011	-.112*	-0.098	-0.011	0.016	0.057	-0.007	0.084	-0.022
Puntuación z, IMC	-0.046	-0.011	-.225**	-0.008	0.018	-0.023	0.033	0.014	-0.068

†Edad en meses *p valor < .05; ** p valor < .01

Fuente: Elaboración propia

3.2 Uso de pantallas y satisfacción corporal

El análisis bivariado para la muestra global reveló correlaciones importantes para el uso de pantallas y la satisfacción con la imagen corporal. En comparación de los medios digitales, como los teléfonos inteligentes y las tabletas; la televisión y los videojuegos presentaron asociaciones más significativas. Tal como se muestra en la Tabla 2, la televisión se correlacionó positivamente con la satisfacción corporal ($p < 0.05$), el rostro ($p < 0.01$), el cabello ($p < 0.01$) y las piernas ($p < 0.05$). Por el contrario, el uso de videojuegos se asoció negativamente con la satisfacción corporal ($p < 0.01$), los ojos ($p < 0.05$) y el color de la piel ($p < 0.01$). A diferencia de la televisión y los videojuegos, el uso de los teléfonos inteligentes reportó correlaciones significativas sólo para la satisfacción con la estatura ($p < 0.01$), mientras que el uso de la tableta no reportó ninguna correlación significativa.

Las observaciones por género mostraron valores similares al correlacionar la televisión y los videojuegos con la satisfacción con el cuerpo. En comparación con la submuestra de niños, las niñas reportaron una correlación negativa con el uso de videojuegos. Estas asociaciones destacaron para la satisfacción con el cuerpo ($p < 0.01$), los ojos ($p < 0.01$) y el color de la piel ($p < 0.01$). Por el contrario, el grupo de niños reportó correlaciones significativas para el consumo de televisión, y los valores se asociaron

positivamente con la satisfacción del cuerpo ($p < 0.05$), el peso ($p < 0.05$), el rostro ($p < 0.05$) y el cabello ($p < 0.05$). En cuanto a la escala promediada, las únicas correlaciones significativas se registraron para el uso de la televisión y los videojuegos. La magnitud de asociación fue menor en todos los casos.

Tabla 2: Asociación de la satisfacción corporal y el uso de pantallas de los menores

	Cuerpo	Estatura	Peso	Rostro	Ojos	Cabello	Piernas	Color de piel	Escala promediada
Total (n = 792)									
Televisión	0.086*	0.032	0.067	0.132**	0.07	0.113**	0.073*	0.063	0.122**
Tableta	0.033	0.049	-0.019	-0.001	0.043	0.036	0.051	0.029	0.029
Videojuegos	-0.121**	-0.035	-0.013	-0.031	-0.099**	-0.052	-0.013	-0.099**	-0.088*
Teléfono inteligente	0.006	0.092**	0.031	-0.051	0.059	0.001	0.03	-0.04	0.024
Niñas (n = 429)									
Televisión	0.051	0.048	0.024	.144**	0.068	.107*	0.049	0.074	0.095*
Tableta	0.059	.148**	0.034	0.038	0.094	0.067	0.088	0.036	-0.093
Videojuegos	-.147**	-0.055	-0.01	-0.061	-.127**	-0.034	-0.063	-.150**	-0.110*
Teléfono inteligente	-0.006	0.083	0.073	-0.06	0.066	-0.024	0.042	-0.007	0.037
Niños (n = 363)									
Televisión	.129*	0.02	.119*	.123*	0.08	.131*	0.099	0.055	0.159**
Tableta	0.003	-0.05	-0.072	-0.034	0.007	0.026	-0.003	0.032	-0.032
Videojuegos	-.115*	0.023	0.006	0.03	-0.026	0.009	-0.011	-0.031	-0.025
Teléfono inteligente	0.021	.118*	-0.005	-0.03	0.076	0.052	0.006	-0.062	0.029

*p valor < .05; ** p valor < .01

Fuente: Elaboración propia

3.3 Modelos de regresión: predicción de la satisfacción corporal

La tabla 3 sintetiza los resultados de los modelos de regresión jerárquica. La tabla excluye el modelo para las piernas toda vez que éste no fue significativo ($p > 0.05$). Dentro de las características individuales, el género se asoció negativamente con la satisfacción con los ojos ($p < 0.05$) y el cabello ($p < 0.01$); por su parte, la edad se asoció positivamente con la satisfacción del cabello ($p < 0.05$), mientras que la puntuación z del IMC se asoció negativamente con la satisfacción con el cuerpo ($p < 0.05$) y el peso ($p < 0.01$). Las magnitudes de asociación no fueron suficientemente significativas, ya que sus valores fueron cercanos a cero. En lo que respecta al uso de pantallas, la televisión se correlacionó positivamente con la satisfacción con el peso ($p < 0.05$), el rostro ($p < 0.01$) y el cabello ($p < 0.05$). El mayor efecto se encontró en la satisfacción con el rostro ($\beta = 0.151$). En contraste, el uso de videojuegos reportó asociaciones negativas significativas para la satisfacción de los ojos ($p < 0.05$) y del color de la piel ($p < 0.05$). Sin embargo, el tamaño del efecto fue mínimo.

Tabla 3: Análisis de regresión múltiple que predice la satisfacción corporal: características individuales y uso de pantallas

	Cuerpo	Estatura	Peso	Rostro	Ojos	Cabello	Color de piel	Escala promediada
Bloque 1: Características individuales								
Sexo	-0.022	0.052	-0.047	-0.058	-0.080*	-0.100**	-0.062	-0.076*
Edad	0.003	-0.054	-0.022	0.030	0.051	0.074*	0.019	0.011
Puntuación z IMC	-0.083*	0.022	-0.235**	0.001	0.063	-0.027	-0.020	-0.076*
Bloque 1 R ²	0.007	0.006	0.061	0.004	0.014	0.015	0.004	0.011
Bloque 2: Uso de pantallas								
Televisión	0.066	0.042	0.077*	0.151**	0.052	0.120**	0.070	0.135**
Tableta	0.044	0.045	-0.034	-0.019	0.054	0.001	0.004	0.024
Videojuegos	-0.077	-0.008	0.027	-0.010	-0.078*	-0.019	-0.086*	-0.055
Teléfono inteligente	0.011	0.096**	0.008	-0.057	0.066	0.033	-0.049	0.024
R ² Cambio	0.012	0.015	0.007	0.024	0.015	0.016	0.013	0.023
Total R ²	0.019*	0.020*	0.068**	0.028**	0.029**	0.031**	0.018*	0.034

Se presentan los coeficientes estandarizados (betas); *p value < .05; ** p value < .01

Fuente: Elaboración propia

4. Discusión

Este estudio ha tenido como objetivo analizar la asociación entre el uso de pantallas y la satisfacción corporal en escolares de 5 a 9 años. A diferencia de la investigación existente, este estudio examinó la asociación entre el uso de pantallas y la satisfacción con el esquema corporal (visto desde distintas partes), proporcionando una mayor comprensión sobre cómo los medios digitales y tradicionales inciden en la percepción y la satisfacción corporal de niños y niñas de esta franja de edad.

Los resultados revelaron en primera instancia que características individuales, como el sexo y el IMC, son factores asociados con la satisfacción corporal de los escolares participantes en este estudio. En esta línea, el análisis realizado sugiere que variables como el sexo (ser niña) condicionan la satisfacción con los ojos y el cabello. Por su parte, el IMC es clave para entender la satisfacción corporal en ambos sexos. Asimismo, los resultados muestran que el consumo de pantallas, como televisión, tabletas, teléfonos inteligentes y videojuegos, influye en la satisfacción corporal de los menores en distintos niveles y direcciones.

De acuerdo con el análisis, el uso de videojuegos se encuentra asociado de forma negativa con la satisfacción corporal de los participantes. En consonancia con estudios similares (Barlett y Harris, 2008; Sánchez-Zafra et al., 2019; Sylvia, King y Morse, 2014), esta asociación fue más relevante entre las niñas quienes reportaron mayores asociaciones negativas en la satisfacción con su cuerpo, ojos y color de la piel. Si bien los análisis de regresión múltiple confirmaron esta asociación en la muestra general, la magnitud del efecto fue débil y se mantuvo en la misma dirección que en investigaciones anteriores.

Contrario al resonado debate sobre el efecto negativo de la televisión en la imagen corporal infantil (Anschutz, Engels y Van Strien, 2012; Haddad et al., 2019; Jordan-Jackson et al., 2019), el presente estudio arrojó nueva evidencia, revelando una asociación positiva entre el consumo de televisión y la percepción con la imagen corporal infantil. Las asociaciones más significativas se presentaron mayoritariamente entre los varones, cuya satisfacción con el peso, rostro y cabello correspondieron con el consumo de este medio. Aunque la magnitud del efecto fue cercana a cero, la dirección del

efecto mostró una relación invertida. En cuanto al uso de dispositivos digitales, como los teléfonos inteligentes y las tabletas, los resultados de este estudio no mostraron resultados relevantes, ya que las asociaciones entre el uso de pantallas digitales y la satisfacción corporal fueron más bien ausentes.

En los que respecta a la hipótesis de este estudio, el análisis de resultados demostró que no todo el uso de pantallas se encuentra asociado con niveles negativos de satisfacción corporal. Mientras que el uso de los videojuegos se asocia con una satisfacción corporal negativa, el visionado de la televisión se relaciona con niveles positivos. Estos resultados confirman las aportaciones de estudios anteriores que argumentan que la exposición a los videojuegos y su socialización de contenidos (idealización de las representaciones de personajes/avatares) puede inducir a los menores a experimentar algún tipo de satisfacción corporal. En todo caso, la investigación futura tendría que aclarar los factores y las condiciones en las que los menores experimentan insatisfacción corporal cuando consumen este medio. Las observaciones por sexo indicaron que la asociación negativa se encuentra presente principalmente entre las niñas, lo que confirma otra particularidad de nuestra hipótesis. Al esclarecer la asociación negativa entre el uso de videojuegos por parte de las niñas y su satisfacción con los ojos y el color de la piel, el estudio muestra una posible dirección para el diseño nuevas investigaciones.

En consonancia con otras investigaciones (Amado-Alonso et al., 2020; Heidelberger y Smith, 2018; Lemes et al., 2018), este estudio ofrece una perspectiva más amplia para comprender los factores que incidente en la satisfacción corporal infantil de niños de 6 a 9 años. Como novedad, el estudio introduce la medición del uso de pantallas y su correlación con distintas partes que constituyen el esquema corporal. Dicha evaluación resulta útil en un entorno mediático en constante cambio y que afecta los usos y hábitos de escolares cada vez más habituados al consumo digital.

Esta investigación presenta algunas limitaciones importantes. Si bien el modelo de análisis empleado proporciona nueva información que esclarece la relación entre el uso de pantallas y la satisfacción corporal infantil; la comprensión de este fenómeno no debería limitarse exclusivamente a una relación de causa-efecto. Es necesario que su lectura se complejice desde el punto de vista de factores psicológicos y socioculturales (Grogan, 2016). En este sentido, la investigación futura tendría que observar la inclusión de rasgos psicológicos intrínsecos y extrínsecos en la construcción de la imagen corporal, así como otras variables como el tiempo de exposición, las competencias mediáticas, y/o el acompañamiento mediático por parte de las familias.

Asimismo, es preciso que en la interpretación de resultados se consideren las limitaciones del tipo metodológico. En cuanto al tipo de muestreo, este estudio no representa a la población infantil española ni su diversidad. Los datos más bien representan a escuelas situadas en distritos urbanos, con características sociales y culturales más o menos similares. La falta de diversidad en la muestra no ha sido intencionada, sino consecuencia del interés institucional por participar en el estudio. Las investigaciones futuras deberían considerar entornos escolares más diversos, así como la inclusión de ciudades más pequeñas y entornos rurales. Por último, es importante matizar que, como ocurre con cualquier investigación con niños pequeños, el uso de cuestionarios conlleva algunas dificultades que pueden afectar la calidad de los datos. Aunque en el presente estudio se gestionó cuidadosamente cualquier tipo de sesgo, los datos obtenidos deben ser valorados y contrastados con nueva evidencia y otros métodos de investigación. Como parte del proyecto al que se suscribe este estudio, los resultados presentados han sido triangulados con datos de tipo cualitativo (Sánchez-Reina, 2020; Sánchez-Reina, Medina-Bravo y Jiménez-Morales, 2022). Estos análisis no sólo avalan la hipótesis presentada sino también detallan cómo median el uso de pantallas en la construcción de la imagen corporal infantil.

5. Conclusiones

Ante el aumento de niños y niñas consumidores de pantallas, la literatura científica ha venido advirtiendo sobre los efectos del consumo mediático en la satisfacción corporal infantil. Aunque la investigación reciente ha examinado los efectos asociados a este tipo de consumo, al día de hoy existen todavía algunas limitaciones en cuanto a la identificación de los dispositivos mediáticos que afectan a los menores y la magnitud de su efecto en la satisfacción corporal. Con el propósito de aportar nuevo conocimiento, el presente estudio concluye que el uso de videojuegos puede estar asociado con niveles negativos de satisfacción corporal, principalmente entre las niñas.

En la medida que la regulación de medios digitales es una asignatura pendiente, es preciso que las intervenciones educativas contemplen actuaciones para frenar la influencia de los medios en la satisfacción corporal desde temprana edad. Las políticas sanitarias y los programas de educación mediática son sin duda una buena aproximación para proteger y la percepción y la satisfacción corporal de los menores. En una época de sobreinformación y popularización mediática, medidas como la prohibición no son las más eficaz para controlar el flujo de los medios y sus efectos en la imagen corporal, especialmente tratándose de niños y niñas en edad escolar.

Niños y niñas de temprana edad construyen su imagen corporal mediados por su familia y entorno escolar. Sin embargo, a diferencia de hace unos años, estos también validan su imagen e identidad influenciados por superhéroes de Marvel, YouTubers y representaciones publicitarias. Al igual que los adolescentes y los adultos, los menores habitan un espacio simbólico donde se rinden culto a la imagen corporal y encarnan identidades recreando narrativas difundidas por los medios. Comprender cómo los medios de comunicación forman a los menores y estos construyen su imagen corporal puede ayudar a las familias, a los educadores y a los responsables de políticas públicas a pensar medidas más eficientes para contrarrestar la influencia de las pantallas. En este sentido, la educación mediática y la formación de competencias son un mecanismo eficaz para luchar contra el papel pernicioso de los medios. Los resultados de este trabajo pueden contribuir al desarrollo de acciones educativas estratégicas para grupos en riesgo y reforzar la alfabetización infantil entre aquellos grupos con mayor consumo de pantallas.

6. Contribuciones

Contribuciones	Autores
Diseño de la investigación	Autor 1, Autor 2, Autor 3
Revisión documental	Autor 1, Autor 2
Recolección de datos	Autor 1, Autor 2
Análisis e interpretación crítica de los datos	Autor 1, Autor 3
Revisión y aprobación de las versiones	Autor 1, Autor 2, Autor 3

7. Agradecimientos

Las autoras agradecen a Fernanda González Lara por la traducción y revisión de este artículo en su versión en castellano.

8. Financiamiento

Ministerio de Economía y Competitividad, España (CSO2014-58220-R) y Ayuda predoctoral FPI MINECO (BES-2015-071228).

9. Referencias

Asociación para la Investigación de Medios de la Comunicación [AIMC]. (Ed.) (2019). *Marco General de los Medios en España 2019*. <https://bit.ly/2U5d36q>

Amado Alonso, D., León-Del-Barco, B., Mendo-Lázaro, S., & Iglesias Gallego, D. (2020). Examining Body Satisfaction and Emotional–Social Intelligence among School Children: Educational Implications. *International journal of environmental research and public health*, 17(6), 2120. <https://doi.org/10.3390/ijerph17062120>

Anschutz, D. J., Engels, R. C., & Van Strien, T. (2012). Increased body satisfaction after exposure to thin-ideal children's television in young girls showing thin ideal internalisation. *Psychology & Health*, 27(5), 603-617. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613470>

Añez, E., Fornieles-Deu, A., Fauquet-Ars, J., López-Guimerà, G., Puntí-Vidal, J., & Sánchez-Carracedo, D. (2018). Body image dissatisfaction, physical activity and screen-time in Spanish adolescents. *Journal of Health Psychology*, 23(1), 36–47. <https://doi.org/10.1177/1359105316664134>

Barlett, C., & Harris, R. (2008). The impact of body emphasizing video games on body image concerns in men and women. *Sex Roles*, 59(7-8), 586-601. <https://doi.org/10.1007/s11199-008-9457-8>

Brito, R., Dias, P., & Oliveira, G. (2018). Young children, digital media and smart toys: How perceptions shape adoption and domestication. *British Journal of Educational Technology*, 49(5), 807–820. <https://doi.org/10.1111/bjet.12655>

Cash, T., & Smolak, L. (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*. Guilford Press.

Castelló-Martínez, A., & Tur-Viñes, V. (2020). Obesity and food-related content aimed at children on YouTube. *Clinical Obesity*, 10(5). <https://doi.org/10.1111/cob.12389>

- Cernikova, M., Smahel, D., & Wright, M. (2017). Children's Experiences and Awareness about Impact of Digital Media on Health. *Health Communication, 33*(6), 1–10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1298197>
- Chaudron, S. (2015). *Young children (0-8) and digital technology. A qualitative exploratory study across seven countries*. European Commission Joint Research Centre. <https://bit.ly/3dgu7R>
- Costa, L., Silva, D. A., Alvarenga, M., & de Vasconcelos, F. (2016). Association between body image dissatisfaction and obesity among schoolchildren aged 7–10 years. *Psychology & Behavior, 160*, 6–11. <https://doi.org/10.1016/J.PHYSBEH.2016.03.022>
- Daraganova, G. (2014). *Body image of primary school children. Annual Statistical Report 2013*. Australian Institute of Families Studies. AIFS. <https://bit.ly/3QN8mc4>
- Damiano, S. R., Hart, L., Paxton, S. J., Cornell, C., & Sutherland, F. (2014). Are body image and eating attitudes, behaviours, and knowledge of parents of pre-schoolers associated with parent feeding practices? *Journal of Eating Disorders, 2*(1), 1-1. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-2-S1-O34>
- Duchin, O., Marin, C., Mora-Plazas, M., Mendes de Leon, C., Lee, J. M., Baylin, A., & Villamor, E. (2015). A prospective study of body image dissatisfaction and BMI change in school-age children. *Public Health Nutrition, 18*(2), 322–328. <https://doi.org/10.1017/S1368980014000366>
- Dumas, A., & Desroches, S. (2019). Women's Use of Social Media: What Is the Evidence About Their Impact on Weight Management and Body Image? *Current Obesity Reports, 8*(1), 18–32. <https://doi.org/10.1007/s13679-019-0324-4>
- Eyal, K., & Te'eni-Harari, T. (2013). Explaining the relationship between media exposure and early adolescents' body image perceptions: The role of favorite characters. *Journal of Media Psychology, 25*(3), 129–141. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000094>
- Fisher-Keller, J. (2007). How Do Kids' Self-Identities Relate to Media Experiences in Everyday Life? In S. Mazzarella (Ed.), *20 Questions about Youth & the Media* (pp. 225-237). Peter Lang.
- Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Haddad, C., Zakhour, M., Akel, M., Honein, K., Akiki, M., Hallit, S., & Obeid, S. (2019). Factors associated with body dissatisfaction among the Lebanese population. *Eating and weight disorders-studies on anorexia, bulimia and obesity, 24*(3), 507-519. <https://doi.org/10.1007/s40519-018-00634-z>
- Hall, L., Hume, C., & Tazzyman, S. (2016, June). Five degrees of happiness: Effective smiley face likert scales for evaluating with children. In *Proceedings of the the 15th international conference on interaction design and children* (pp. 311-321). <https://doi.org/10.1145/2930674.2930719>
- Heidelberger, L., & Smith, C. (2018). Low-Income, African American and American Indian children's viewpoints on body image assessment tools and body satisfaction: A mixed methods study. *Maternal and child health journal, 22*(9), 1327-1338. <https://doi.org/10.1007/s10995-018-2513-2>
- Jarman, H. K., McLean, S. A., Slater, A., Marques, M. D., & Paxton, S. J. (2021). Direct and indirect relationships between social media use and body satisfaction: A prospective study among adolescent boys and girls. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211058468>
- Jordan-Jackson, F., Chapa, S., Lee, J., & Davis, K. (2019). The role of ethnicity in the relationship between media exposure and female body dissatisfaction. *Journal of Cultural Marketing Strategy, 3*(2), 131-151. <https://bit.ly/3A3PChV>
- Kantar Media. (2021). *Media Trends and Predictions Report ES*. Kantar Global. <https://bit.ly/3QSc7x2>
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine, 6*, 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.005>
- Latiff, A., Muhamad, J., & Rahman, R. (2018). Body image dissatisfaction and its determinants among young primary-school adolescents. *Journal of Taibah University Medical Sciences, 13*(1), 34–41. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2017.07.003>
- Lemes, D. C.; Gonçalves-Câmara, S., Guimares-Alves, G., & Aerts, D. (2018). Body image satisfaction and subjective wellbeing among ninth-grade students attending state schools in Canoas, Brazil. *Ciencia & saude coletiva, 23*, 4289-4298. <https://doi.org/10.1590/1413-812320182312.14742016>

López Sánchez, G. F., Suárez, A. D., & Smith, L. (2018). Análisis de imagen corporal y obesidad mediante las siluetas de Stunkard en niños y adolescentes españoles de 3 a 18 años. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 34(1), 167-172. <https://doi.org/10.6018/analesps.34.1.294781>

Núñez-Gómez, P., Ortega-Mohedano, F., & Larrañaga-Martínez, K. (2021). Hábitos de uso y consumo de pantallas inteligentes entre niños/as de 7 a 9 años en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 191-204. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000009>

Penelo, E., Espinoza, P., Portell, M., & Raich, R. (2012). Assessment of body image: Psychometric properties of the Body Image Questionnaire. *Journal of Health Psychology*, 17(4), 556-566. <https://doi.org/10.1177/1359105311417913>

Qustodio (2022). *The Qustodio Annual Data Report 2021: Living and learning in a digital world*. <https://bit.ly/3xZ4Nsw>

Reid Chassiakos Y., Radesky J., Christakis D., Moreno M., Cross C., Council On Communications and Media, Hill, D., Ameenudin, N., Hutchinson, J., Levine, A., Boyd, A., Mendelson, R., Swanson, W. (2016). Children and Adolescents and Digital Media. *Pediatrics*. 138(5). <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>

Richards, D., Caldwell, P. H., & Go, H. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of paediatrics and child health*, 51(12), 1152-1157. <https://doi.org/10.1111/jpc.13023>

Rodgers, R. F., Wertheim, E. H., Damiano, S. R., & Paxton, S. J. (2020). Maternal influences on body image and eating concerns among 7 and 8-year-old boys and girls: Cross-sectional and prospective relations. *International Journal of Eating Disorders*, 53(1), 79-84. <https://doi.org/10.1002/eat.23166>

Sánchez Castillo, S., Sánchez, G. F. L., Ahmed, M. D., & Suárez, A. D. (2019). Imagen Corporal y Obesidad mediante las Siluetas de Stunkard en Niños y adolescentes indios de 8 a 15 años. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 19(1), 19-31. <https://doi.org/10.6018/cpd.335621>

Sánchez Reina, J. R. (2020). "I love my body!": the representations of body image in television advertising and the child audience (Doctoral dissertation), Universitat Pompeu Fabra. <https://bit.ly/3UIFVip>

Sánchez-Reina, JR; Medina-Bravo, P. & Jiménez-Morales, M. (2022). Advertising literacy skills in school children from Barcelona. Conference Paper. IAMCR 2022 Conference Paper. Communication Research in the Era of Neo-Globalisation: Reorientations, Challenges and Changing Contexts (Beijing and Online).

Sánchez-Zafra, M., Zurita-Ortega, F., Ramírez-Granizo, I., Puertas-Molero, P., González-Valero, G., & Ubago-Jiménez, J. (2019). Niveles de autoconcepto y su relación con el uso de videojuegos en escolares de tercer ciclo de primaria. *Journal of Sport & Health Research*, 11(1). <https://bit.ly/3ppnLn8>

Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: where do we go from here? *Body image*, 1(1), 15-28. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00008-1)

Spurr, S., Berry, L., & Walker, K. (2013). Exploring adolescent views of body image: The influence of media. *Comprehensive Child and Adolescent Nursing*, 36(1-2), 17-36. <https://doi.org/10.3109/01460862.2013.776145>

Sylvia, Z., King, T., & Morse, B. (2014). Virtual ideals: The effect of video game play on male body image. *Computers in Human Behavior*, 37, 183-188. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.029>

Tatangelo, G., & Ricciardelli, L. (2017). Children's body image and social comparisons with peers and the media. *Journal of Health Psychology*, 22(6), 776-787. <https://doi.org/10.1177/1359105315615409>

Uchôa, F., Uchôa, N. M., Daniele, T., Lustosa, R. P., Garrido, N. D., Deana, N. F., Aranha, Á., & Alves, N. (2019). Influence of the mass media and body dissatisfaction on the risk in adolescents of developing eating disorders. *International journal of environmental research and public health*, 16(9), 1508. <https://doi.org/10.3390/ijerph16091508>

Wartella, E. A., Lovato, S. B., Pila, S., Lauricella, A. R., Echevarria, R., Evans, J., & Hightower, B. (2018). Digital media use by young children: Learning, effects, and health outcomes. In *Child and Adolescent Psychiatry and the Media* (pp. 173-186). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-54854-0.00016-3>

Yang, J., Fardouly, J., Wang, Y., & Shi, W. (2020). Selfie-Viewing and Facial Dissatisfaction among Emerging Adults: A Moderated Mediation Model of Appearance Comparisons and Self-Objectification. *International journal of environmental research and public health*, 17(2), 672. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020672>

