








Sharenting: Adicción a Internet, autocontrol y fotografías online de menores

Sharenting: Internet addiction, self-control and online photos of underage children

-  Dr. Francisco-Javier Hinojo-Lucena es Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (fhinojo@ugr.es) (<https://orcid.org/0000-0002-9507-4058>)
-  Dra. Inmaculada Aznar-Díaz es Profesora Titular en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (iaznar@ugr.es) (<https://orcid.org/0000-0002-0018-1150>)
-  Dra. María-Pilar Cáceres-Reche es Profesora Titular en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (caceres@ugr.es) (<https://orcid.org/0000-0002-6323-8054>)
-  Dr. Juan-Manuel Trujillo-Torres es Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (jtorres@ugr.es) (<https://orcid.org/0000-0002-2761-3523>)
-  José-María Romero-Rodríguez es Investigador Predoctoral FPU en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España) (romejo@ugr.es) (<https://orcid.org/0000-0002-9284-8919>)

RESUMEN

El sharenting se está convirtiendo en una práctica habitual que pone en riesgo la seguridad y privacidad de los niños. Este fenómeno responde al acto de compartir imágenes de menores de edad en Internet por parte de los familiares. A su vez, los niveles de adicción a Internet son una problemática actual en las sociedades modernas que ha empezado a vincularse con tener un bajo autocontrol. El objetivo de este estudio fue analizar el grado de publicación de imágenes y los motivos para realizar sharenting por parte de la población adulta, determinar los factores sociodemográficos que influyen en el sharenting, la adicción a Internet y autocontrol y establecer las correlaciones generadas entre estas tres variables. Participaron en la encuesta en línea un total de 367 adultos españoles entre 18 y 61 años ($M=28,98$; $SD=10,47$). Los análisis de regresión múltiple y el modelado de ecuaciones estructurales revelaron que: 1) La edad se alza como un predictor de la adicción a Internet; 2) La edad, género y situación laboral son predictores de un bajo autocontrol; 3) No se hallaron factores sociodemográficos que sean predictores del sharenting; 4) La única correlación significativa se estableció entre la adicción a Internet y el autocontrol. Finalmente, se discuten las implicaciones prácticas de este trabajo sobre la protección del menor y la necesidad de formación que tienen los adultos sobre seguridad en Internet.

ABSTRACT

Sharenting is becoming a regular practice that compromises children's safety and privacy. This phenomenon is related to the act of sharing images of underage children on the Internet by their relatives. At the same time, a concern arises about the levels of Internet addiction in the population. In turn, levels of Internet addiction are a current problem in modern societies that has been linked to low self-control. This paper aims to analyse the degree to which images are published and the reasons why the adult segment of the population practices sharenting, to determine the socio-demographic factors that have an impact on sharenting, Internet addiction and self-control, and to establish the correlations between these three variables. A total of 367 Spanish adults aged between 18 and 61 ($M=28.98$; $SD=10.47$) completed an online survey. Both the multiple regression analysis and the structural equation modelling revealed that: 1) Age emerges as a predictor of Internet addiction; 2) Age, gender and employment status are predictors of low self-control; 3) No socio-demographic factors were found to be predictors of sharenting; 4) The only significant correlation was observed between Internet addiction and self-control. Finally, practical implications of this paper on the protection of minors and adults' need for information on Internet security are discussed.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Sharenting, exposición de los niños, privacidad en línea, ciberseguridad, competencia digital, adicción a Internet, autocontrol, conductas de riesgo.

Sharenting, children exposure, online privacy, cybersecurity, digital competence, Internet addiction, self-control, risk behaviour.



1. Introducción

El avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha repercutido directamente en la ciudadanía, favoreciendo y facilitando el acceso a los dispositivos electrónicos. Esto ha posibilitado que en los últimos años el consumo de dispositivos haya aumentado considerablemente. En España ha crecido a un ritmo incesante, siendo el país con más smartphones por habitante del mundo en el año 2016 (Europa press, 2017). A su vez, los estudios más recientes indican que el 93% de la población española está conectada a Internet (Hootsuite, 2019). Con estos datos, no es de extrañar que España se sitúe como uno de los países europeos con mayor riesgo de padecer adicción a Internet por parte de su población (Díaz-Aguado et al., 2018). Así pues, la problemática ha adquirido tal relevancia en la sociedad española que el Gobierno de España ha incluido la adicción a la tecnología en su Plan de Acción sobre Adicciones 2018-2020 (Ministry of Health, Consumption and Social Welfare, 2018).

La adicción a Internet se ha catalogado dentro de las denominadas adicciones comportamentales (Balhara, 2018), por lo que se vincula directamente con la pérdida del control sobre el propio comportamiento (Mann et al., 2017). Esta falta de autocontrol repercute en la rutina diaria del usuario, impidiéndole desarrollar una vida satisfactoria en el ámbito personal y profesional (Lowe & Haws, 2019).

Por otro lado, la adicción a Internet aumenta las posibilidades de realizar comportamientos de riesgo en la red como el sharenting (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Al respecto, una parte de la población ha empezado a compartir fotografías de familiares menores de edad en sus redes sociales. Esto comienza a generar ciertos conflictos de privacidad, relacionados con la protección de la imagen del menor. Por todo ello, en este trabajo se propuso realizar un análisis del fenómeno de sharenting en la población de adultos españoles. También fue de interés determinar la influencia entre la adicción a Internet, el sharenting y el autocontrol.

2. Revisión de la literatura

Con la consolidación de las redes sociales se ha disparado el uso excesivo de Internet (Malo-Cerrato et al., 2018). Esto es causado por la impulsividad y la necesidad de estar conectado en todo momento para conocer lo que ocurre en las redes sociales. A su vez, el intercambio de información en las redes sociales más populares (Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp...) ocurre a través de la publicación de contenido audiovisual (Xu et al., 2019). No obstante, estas redes sociales se están utilizando como un canal para auto-expresarse y compartir imágenes cotidianas de la vida familiar (Dhir et al., 2017). En este sentido, algunos padres comparten imágenes de sus hijos a través del blog (Blum-Ross & Livingstone, 2017), Instagram (Choi & Lewallen, 2018), Facebook (Marasli et al., 2016) y Twitter (Otero, 2017).

En concreto, el término sharenting viene de las palabras 'share' and 'parenting' y se relaciona con el hecho de compartir imágenes de los más pequeños de la familia (frecuentemente menores de edad) por parte de los padres o familiares (Çimke et al., 2018). Esta casuística ha comenzado a proliferar en las redes sociales, siendo habitual encontrar alguna imagen de este tipo en dichas plataformas.

El estudio realizado por la compañía McAfee en el año 2018, recogió que el 30% de los padres subía cada día una foto de sus hijos a la red (Davis, 2018). Por lo que nos encontramos con una problemática actual en pleno crecimiento, donde es primordial analizar las causas y motivaciones de realizar estas acciones. Algunos autores destacan que entre los motivos de publicar imágenes de familiares menores de edad se encuentran el orgullo y el afecto de la familia hacia el menor (Kopecký et al., 2020; Lazard et al., 2019), esto es, una necesidad intrínseca generada por variables sentimentales que llevan al usuario a querer compartir ese momento con sus contactos. Sin embargo, el sharenting crea una huella digital que se mantiene a lo largo de la vida. Además, genera problemas de privacidad en relación a los intereses de protección de datos de la persona menor de edad (Büscher & Eberlin, 2017). Sin olvidar, que los familiares a menudo comprometen la privacidad de los niños y los exponen a la vista del público sin su consentimiento (Brosch, 2016).

La mayor parte de estos problemas se deriva del contenido de las fotografías publicadas que muestran menores desnudos o semidesnudos, en ropa de baño o en situaciones donde se expone información sensible (Choi & Lewallen, 2018). Esto ha empezado a generar sentimientos de frustración y/o vergüenza en los preadolescentes por el tipo de contenido que publican sus familiares sobre ellos (Lipu & Siibak,

2019). Esta situación de incomodidad digital puede influir en la autoestima y en el desarrollo de la identidad personal (Ouvrein & Verswijvel, 2019). A su vez, existe el riesgo de que ocurra un robo de identidad del menor y la posibilidad de que se compartan esas imágenes en sitios que fomentan la pedofilia (Otero, 2017).

Así pues, el sharenting es una de las causas de la falta de información y formación sobre el uso de redes y, en particular, sobre la privacidad y seguridad en línea (Kopecký & Szotkowski, 2018). A pesar de los esfuerzos de la Unión Europea y España por la alfabetización digital y el desarrollo de la competencia digital, el área de seguridad se encuentra en los niveles más bajos (Aguaded et al., 2015; Cortina et al., 2014; Martínez & Rodríguez-García, 2018; Prendes et al., 2018).

Por su parte, trabajos previos han estudiado de forma amplia la relación entre la adicción a Internet y el autocontrol, estableciéndose un vínculo entre el abuso de Internet y un bajo autocontrol (Dumbar et al., 2017; Kim et al., 2017; Hatami et al., 2019; Oliva et al., 2019; Shirinkam et al., 2016; Song & Park, 2019; Yeun & Han, 2016). Sin embargo, no se han realizado estudios que vinculen el sharenting con la adicción a Internet y el autocontrol, por lo que el estudio realizado sería una investigación pionera.

3. Método

Se empleó un enfoque metodológico cuantitativo para dar respuesta a los objetivos del estudio y los interrogantes de investigación planteados. Esto nos permitió cuantificar numéricamente la presencia de cada variable en los participantes. Se destacan como variables de análisis de este estudio el sharenting, la adicción a Internet y el autocontrol.

3.1. Objetivos y preguntas de investigación

Se establecieron como objetivos del estudio: 1) Analizar el grado de publicación de imágenes y los motivos para realizar sharenting por parte de la población adulta de España; 2) Determinar los factores sociodemográficos que influyen en el sharenting, la adicción a Internet y autocontrol; 3) Establecer las correlaciones generadas entre el sharenting, la adicción a Internet y el autocontrol. Las preguntas de investigación planteadas fueron:

- PI1: ¿Qué tipo de imágenes comparte la población adulta española en la red?
- PI2: ¿Cuáles son los motivos principales para realizar sharenting?
- PI3: ¿Los adultos tienen en cuenta el derecho a la privacidad del menor de edad?
- PI4: ¿Influye el género, la edad, el nivel de estudios o la situación laboral en el hecho de realizar sharenting, la adicción a Internet y el autocontrol?
- PI5: ¿Existe una correlación en términos estadísticamente significativos entre el sharenting, la adicción a Internet y el autocontrol?

3.2. Participantes y procedimiento

Se adoptó un diseño de estudio transversal a partir de la aplicación de una encuesta en línea distribuida por los canales de Facebook, Instagram y WhatsApp a la población adulta de todas las regiones de España. La investigación se llevó a cabo sobre la base de un diseño de muestreo de conveniencia. Finalmente, la muestra de estudio se compuso por 367 adultos españoles.

Antes de responder la escala, los participantes dieron su consentimiento informado. Asimismo, se facilitó información a todos los encuestados sobre el propósito del estudio y el tratamiento anónimo de sus datos. Los participantes respondieron preguntas relacionadas con sus datos sociodemográficos y tres escalas, una sobre cuestiones relacionadas con el sharenting y dos instrumentos estandarizados que medían la adicción a Internet y el autocontrol. Además, la encuesta recogió una pregunta filtro sobre si publicaban imágenes de familiares menores de edad en la red. Esto sirvió para clasificar a los participantes en dos grupos: sharenting y no-sharenting. El grupo sharenting quedó formado por un total de 107 adultos y el grupo no-sharenting por 260 adultos. Los datos fueron recopilados durante el mes de junio de 2019. La Tabla 1 recoge los datos sociodemográficos de los participantes. En total, la muestra se define por 123 hombres y 244 mujeres, con edades comprendidas entre los 18 y 61 años ($M=28,98$; $SD=10,47$).

Tabla 1. Datos Sociodemográficos		
	n	%
Género		
Masculino	123	33,5
Femenino	244	66,5
Edad		
18-21	85	23,2
22-25	106	28,9
26-29	75	20,4
30 o más	101	27,5
Nivel de estudios		
Educación Secundaria	13	3,5
Bachillerato	108	29,4
Formación profesional	27	7,4
Grado universitario o equivalente	78	21,3
Máster	120	32,7
Doctorado	21	5,7
Situación laboral		
Activo	136	37,1
Inactivo	231	62,9
Comparte fotografías		
Sí	107	29,2
No	260	70,8

3.3. Medidas

3.3.1. Escala de sharenting

Se confeccionó una escala para analizar las cuestiones relacionadas con el sharenting (Çimke et al., 2018; Lipu & Siibak, 2019; Marasli et al., 2016). La escala midió la frecuencia de publicación de fotografías, plataformas utilizadas, motivaciones y privacidad a través de ocho ítems. Las respuestas se agruparon en base a una opción de respuesta múltiple y dicotómica (sí/no). Las puntuaciones de la escala oscilan entre 6-18 puntos, donde una mayor puntuación se asocia con un uso intensivo y problemático del sharenting. La fiabilidad fue buena (Cronbach's $\alpha = .88$).

3.3.2. Internet Addiction Test (IAT-SV)

El instrumento por excelencia para medir la adicción a Internet es el Internet Addiction Test (IAT) (Young, 1998). La versión corta de este instrumento evalúa la adicción a Internet a través de la respuesta a 12 ítems. Las respuestas se agrupan en torno a una escala Likert de cinco niveles, desde 1 (rara vez) a 5 (siempre). Los participantes contestan en base a la frecuencia de uso. Las puntuaciones de la escala oscilan entre 12-60, donde una mayor puntuación significa un mayor grado de adicción a Internet. El IAT-SV recoge unas propiedades psicométricas adecuadas (Pawlikowski et al., 2013) y ha sido validado en el contexto español (Puerta et al., 2012). La fiabilidad en este estudio fue buena (Cronbach's $\alpha = .86$).

3.3.3. Brief Self-Control Scale (BSCS-SV)

El autocontrol se midió a través de la versión corta de la BSCS. Este instrumento evalúa el autocontrol a partir de la respuesta a 13 ítems. Los participantes responden en base a su grado de acuerdo con cada ítem a través de una escala Likert de cinco niveles, desde 1 (para nada) a 5 (totalmente). La escala recoge unas puntuaciones que oscilan entre 13-65 puntos, a mayor puntuación menor autocontrol. La BSCS-SV presenta unas buenas propiedades psicométricas y consistencia interna (Tangney et al., 2004). Además, ha sido validado en muestra española (Del-Valle et al., 2019). La fiabilidad en esta muestra fue buena (Cronbach's $\alpha = .89$).

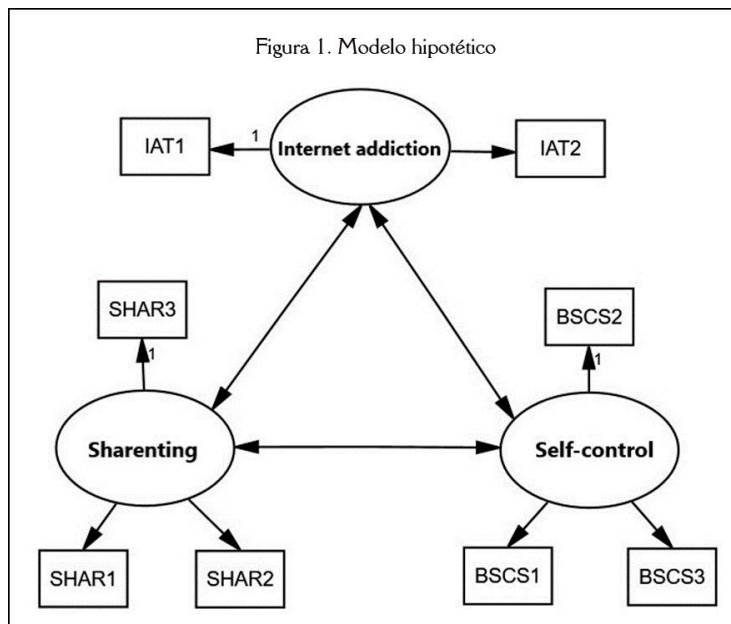
3.4. Análisis de datos

El análisis de los datos se realizó utilizando diferentes pruebas estadísticas en función de los objetivos e interrogantes del estudio. De este modo, se establecieron las frecuencias de la escala de sharenting para conocer las cuestiones relativas a los familiares menores de edad, frecuencia de publicación de las fotografías, plataformas utilizadas, motivaciones y percepción sobre la privacidad. Por otro lado, se calcularon los valores estadístico-descriptivos (media, desviación típica, asimetría y curtosis en

los elementos que componen las escalas) para verificar la normalidad multivariada de los datos. Al mismo tiempo, también se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov con corrección de significación de Lilliefors para confirmar la hipótesis de normalidad (Pedrosa et al., 2015). Esto es una condición indispensable para establecer un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) (Curran et al., 1996).

También se han analizado las diferencias entre grupos con la prueba t para la comparación de dos poblaciones y la prueba Chi-cuadrado para la comparación de más de dos poblaciones. Estos estadísticos tuvieron la finalidad de verificar si existieron diferencias significativas entre grupos en base al género, edad, estudios, situación laboral y sharenting. Posteriormente, con el modelo de regresión lineal múltiple se comprobó la significación de cada una de las variables independientes en las tres escalas. Para ello, las variables dicotómicas se convirtieron en variables ficticias.

Finalmente, para probar el modelo hipotético del SEM (Figura 1), se calcularon las correlaciones. Se situaron sharenting, adicción a Internet y autocontrol como variables latentes y los factores que componen cada escala como variables observadas (dos factores en adicción a Internet, tres factores en sharenting y tres factores en autocontrol). Los datos fueron analizados utilizando el programa estadístico IBM SPSS e IBM SPSS Amos, versión 24.



4. Resultados

Las prácticas de sharenting en la población de estudio muestran una frecuencia de publicación de imágenes con carácter anual (50,5%) y mensual (32,7%). En menor medida se comparten semanalmente (15%) y diariamente (1,9%). A su vez se publican menos de 10 fotografías en las redes (60,7%), entre 10-20 fotos (21,5%), entre 21-30 fotos (9,3%), entre 31-40 fotos (9%), entre 41-50 fotos (2,8%) y más de 50 fotos (4,7%).

En relación al familiar menor de edad, se identifica que esta persona habitualmente es el primo (46,72%) o el hermano pequeño (30,84%). También destacan las imágenes de sobrinos (25,23%) e hijos (19,62%). Las edades oscilaron entre los 0 y los 17 años ($M=9,28$; $SD=5,09$). Estas imágenes son compartidas en distintas plataformas web, prevaleciendo WhatsApp (81,5%), Instagram (57,4%) y Facebook (34,3%). Otras plataformas utilizadas son Twitter (3,7%), Telegram (1,9%) y páginas web personales (9%).

Respecto a la privacidad, la mayor parte de adultos afirma que cuenta con el permiso del menor (55,1%). A pesar de ello creen que no es adecuado compartir sus fotografías (53,3%). Además, el 63,6%

considera que no invaden la privacidad del menor al subir sus imágenes a la red y el 53,3% afirma que esta práctica no supone ningún riesgo para el menor. Entre los motivos para compartir las fotografías en las redes sociales, se encuentran: compartir momentos en familia (77,8%); la foto es muy divertida (48,1%); querer guardar ese recuerdo en la red (25%); querer dar a conocer al niño (16,7%); y presumir a sus contactos (13%).

Tabla 2. Estadísticos descriptivos de las variables independientes en las diferentes escalas

	Sharenting		IAT		BSCS	
	M	SD	M	SD	M	SD
Género						
Masculino	11,94	1,652	24,05	8,476	36,20	5,945
Femenino	11,04	1,706	24,38	7,721	35,60	5,187
Edad						
18-21	10,88	1,661	27,01	7,965	36,82	4,716
22-25	10,87	1,548	24,99	8,105	36,98	5,720
26-29	11,32	1,376	23,99	6,377	35,11	5,108
30 o más	11,81	2,079	21,42	8,064	34,21	5,581
Nivel de estudios						
Educación Secundaria	9,67	1,528	24,38	8,262	34,38	5,966
Bachillerato	10,84	1,555	26,58	8,133	37,02	5,574
Formación profesional	11,86	1,345	22,37	6,404	34,67	5,974
Grado universitario o equivalente	11,52	2,233	23,94	8,766	35,90	5,263
Máster	11,27	1,639	23,13	7,476	35,18	5,271
Doctorado	11,43	.976	22,48	6,408	35,00	4,899
Situación laboral						
Activo	11,56	2,015	22,27	8,360	34,37	5,772
Inactivo	11,01	1,564	25,45	7,507	36,64	5,082
Comparte fotografías						
Sí	--	--	24,59	8,885	36,36	5,784
No	--	--	24,14	7,579	35,57	5,304

Por otro lado, se muestran ciertas diferencias en las puntuaciones obtenidas por las variables independientes en cada escala (Tabla 2). Estas diferencias son significativas para los grupos de edad de 18-21 y 26-29 en IAT ($p=.009$) y BSCS ($p=.029$), 18-21 y 30 o más en IAT ($p=.000$) y BSCS ($p=.001$), 22-25 y 26-29 en BSCS ($p=.024$), 22-25 y 30 o más en IAT ($p=.002$) y BSCS ($p=.001$) y 26-29 y 30 o más en IAT ($p=.024$). El nivel de estudios finalizado de bachillerato y grado superior en IAT ($p=.014$), bachillerato y grado universitario en IAT ($p = 0.035$), bachillerato y máster en IAT ($p=.001$) y BSCS ($p=.011$), bachillerato y doctorado en IAT ($p=.031$). Y la situación laboral en IAT ($p=.000$) y BSCS ($p=.000$). No se han hallado diferencias significativas entre las variables independientes respecto al sharenting.

Tabla 3. Análisis de regresión lineal múltiple

	Variable independiente	B	SE	T	β	p	R ²
Sharenting	Género	-.80	.461	-1,754	-.16	.083	.07
	Edad	.24	.185	1,334	.16	.185	
	Nivel de estudios	.04	.144	.282	.03	.778	
	Situación laboral	-.14	.407	-.346	-.03	.730	
Adicción a Internet	Género	-.33	.890	-.371	-.02	.711	.07
	Edad	-1,35	.432	-3,147	-.19**	.002	
	Nivel de estudios	-.27	.319	-.872	-.05	.384	
	Situación laboral	1,49	.954	1,566	.09	.118	
	Comparte fotografías	-.04	.920	-.045	-.00	.964	
Autocontrol	Género	-1,19	.610	-1,955	-.10*	.050	.06
	Edad	-.71	.296	-2,419	-.14**	.016	
	Nivel de estudios	.01	.219	.050	.00	.960	
	Situación laboral	1,59	.655	2,429	.14**	.016	
	Comparte fotografías	-.77	.631	-1,235	-.06	.218	

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

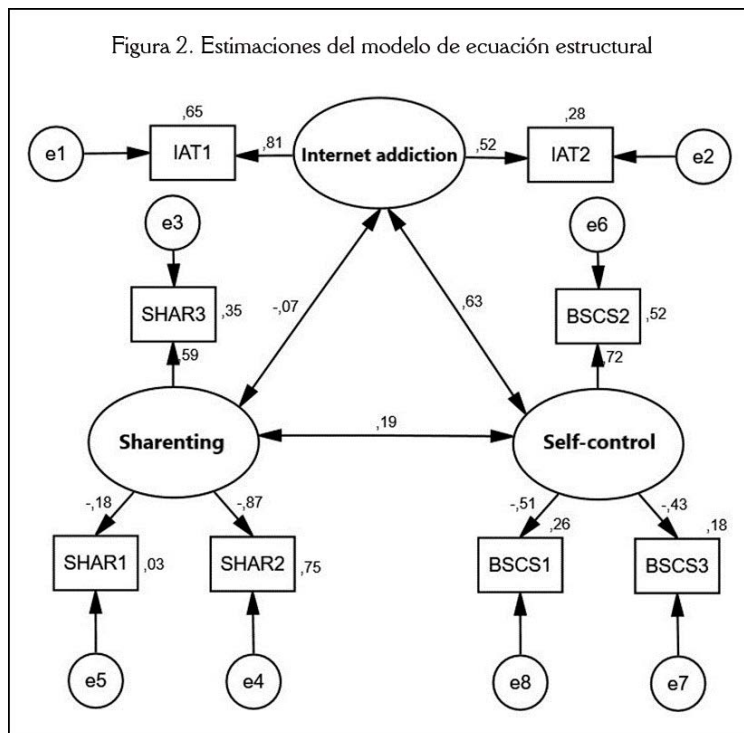
Por su parte, el análisis de regresión lineal múltiple (Tabla 3), recoge que el modelo de adicción a Internet presenta un buen ajuste y es significativo (F -statistic=5,736; $p=.000$). Al igual que el modelo

de autocontrol ($F\text{-statistic}=5,274$; $p=.000$). Sin embargo, el modelo de sharenting no es significativo ($F\text{-statistic}=2,141$; $p=.081$). En el modelo de adicción a Internet, la variable independiente significativa es la edad ($p=.002$). En cambio, para autocontrol son significativas la variable género ($p=.050$), edad ($p=.016$) y situación laboral ($p=.016$). Para sharenting no es significativa ninguna variable independiente.

Para el establecimiento del SEM, la hipótesis de la normalidad multivariada se cumplió, puesto que la asimetría se situó en valores por debajo de dos y la curtosis por debajo de siete (Curran et al., 1996) (Tabla 4). A su vez, en la Prueba de Kolmogorov-Smirnov se obtuvieron valores que confirmaron esta hipótesis para sharenting ($K\text{-S}=.142$, $gl=107$; $p=.072$), adicción a Internet ($K\text{-S}=.089$, $gl=107$; $p=.067$) y autocontrol ($K\text{-S}=.085$, $gl=107$; $p=.054$) (Pedrosa et al., 2015).

	M	SD	Asimetría	Curtosis
Sharenting	11,18	1,720	.207	.088
Adicción a Internet	24,27	7,972	.777	.592
Autocontrol	35,80	5,452	.197	.044

Los índices de bondad de ajuste del SEM son normales y confirman la adecuación de los datos (Figura 2): error de aproximación cuadrático medio ($RMSEA=.017$); índice de bondad de ajuste ($GFI=.960$); índice de error de cuadrático medio ($RMR=.038$); índice de Tucker-Lewis ($TLI=.990$); índice de bondad de ajuste de parsimonia ($PGFI=.697$), e índice de ajuste comparativo ($CFI=.994$).



Nota. Chi-cuadrado=17.551; $gl=17$; $p=.000$.

Las estimaciones del modelo de ecuación estructural, recogen la correlación positiva y significativa entre adicción a Internet y autocontrol ($R=.626$; $p=***$), positiva entre autocontrol y sharenting ($R=.186$) y negativa entre sharenting y adicción a Internet ($R=-.069$) (Tabla 5).

Tabla 5. Estimaciones de los parámetros del modelo final

Correlación	Cov	SE	RC	p	R
Adicción a Internet ↔ Autocontrol	.488	.135	3,608	***	.626
Sharenting ↔ Adicción a Internet	-.020	.040	-.511	.610	-.069
Autocontrol ↔ Sharenting	.040	.036	1,127	.260	.186

Nota. RC=razón crítica; ***p < .001.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos mostraron una tasa similar a la del estudio McAfee en la frecuencia de uso del sharenting, donde casi el 30% de la muestra realiza este tipo de prácticas (Davis, 2018). A su vez, los datos recogen un uso habitual de las redes sociales para compartir las imágenes de familiares menores de edad. Además, la adicción a Internet y el autocontrol se relacionan directamente entre ellas y presentan cierta influencia en el sharenting.

En concreto, los datos de sharenting especifican que la persona menor de edad afectada por la publicación de imágenes de sus familiares suele ser el primo o el hermano pequeño. También hijos y sobrinos, aunque en menor porcentaje. Por lo que, en la actualidad, no son solo los hijos los menores de edad afectados como tradicionalmente fijaba el sharenting (Çimke et al., 2018). Esto posibilita nuevas perspectivas en el estudio del sharenting, donde los casos se extienden más allá de la publicación de imágenes por parte de los padres sobre sus hijos.

Esta publicación de imágenes en la red se realiza en mayor medida con carácter anual o mensual. Los familiares publican una media de menos de 10 fotografías en las redes. Sin embargo, casi el 5% publicaron más de 50 fotografías. Esto se relaciona con un uso problemático de las redes sociales que compromete la privacidad y seguridad del menor. Las plataformas preferidas para compartir las fotografías son las redes sociales (Malo-Cerrato et al., 2018). Particularmente WhatsApp se establece como la principal, muy por encima del resto. No obstante, los resultados recogen otras redes sociales vinculadas a este tipo de prácticas, principalmente Instagram, Facebook y Twitter. La diferencia en el uso de redes sociales responde a la tendencia de uso de las mismas, donde Instagram ha experimentado en los últimos años un auge en el número de usuarios que comparten imágenes de menores en la red (Choi & Lewallen, 2018). Aunque según los datos obtenidos en el estudio Facebook sigue siendo una de las redes sociales preferidas por los padres para compartir fotografías (Marasli et al., 2016). En menor medida, Twitter y Telegram son utilizadas para este fin. En concreto, Twitter es de las menos utilizadas a pesar del auge que tuvo hace unos años. La irrupción de otras redes sociales ha condicionado la especialización de Twitter en otro tipo de contenido y público. De modo que, en base a los datos de este estudio, Twitter no suele emplearse para compartir fotografías de familiares menores de edad, lo que contrasta con los datos recogidos en estudios previos (Otero, 2017).

En cuanto a la privacidad, más de la mitad de los adultos destacan que cuentan con el permiso del niño para publicar las fotografías. La otra mitad, cercana al 50%, no cuenta con el consentimiento del menor (Brosch, 2016). Esto se vincula con uno de los principales problemas del sharenting, la publicación de imágenes sin importar las repercusiones que puede tener en el menor. A este respecto, los adultos encuestados comparten este tipo de fotografías a pesar de que la mayoría cree que no es adecuado compartir imágenes del menor en la red. Además, son firmes en la creencia de que no invaden su privacidad, lo cual contrasta con la ley de protección de datos del menor (Büscher & Eberlin, 2017).

Este hecho repercute en la idea acerca de que el sharenting no supone ningún riesgo para el menor. De modo que los adultos a menudo no tienen en cuenta la perspectiva del otro, ya que las fotografías presentan información sensible que puede generar sentimientos de vergüenza y frustración en los afectados (Choi & Lewallen, 2018; Lipu & Siibak, 2019; Ouvrein & Verswijvel, 2019). Sin olvidar el riesgo que supone la publicación cuantiosa de fotografías que facilita a los ciberdelincuentes el robo de imágenes y en la peor situación, la suplantación de la identidad del menor (Otero, 2017). Esto genera un problema añadido a la problemática del sharenting, puesto que los adultos no son conscientes de los riesgos reales de compartir las fotografías en Internet. A lo que se suma el hecho de reenviar fotografías entre los contactos, lo cual aumenta la difusión de las imágenes. En casos particulares, estas imágenes pueden volverse virales o convertirse en memes, siendo la imagen del menor un objeto de gracia y/o burla.

A su vez, es un hecho lineal que la publicación sin control de imágenes de familiares menores de edad en la red se vincule con la desinformación por parte de los adultos en materia de seguridad digital (Kopecký & Sztokowski, 2018). Los datos mostraron que los adultos españoles encuestados no son conscientes de los riesgos que entraña este tipo de prácticas para la seguridad del menor. Esta casuística se relaciona con los datos de estudios españoles que indican el bajo grado de adquisición de esta competencia digital (Aguaded et al., 2015; Cortina et al., 2014; Martínez & Rodríguez-García, 2018; Prendes et al., 2018). La formación de los adultos en materia digital es fundamental en la problemática del sharenting, siendo un aspecto en el que habría que incidir para reducir la publicación de imágenes de menores de edad sin control, ni consentimiento por parte del niño.

Entre los motivos que manifiestan los participantes para compartir estas imágenes en la red, resalta en primer lugar el querer compartir momentos familiares y el hecho de que la foto sea divertida. A pesar de que la necesidad de autoexpresión no es algo nuevo, con las redes sociales se ha intensificado, puesto que alcanza una mayor audiencia (Dhir et al., 2017). Por tanto, emergen sentimientos personales como el orgullo hacia el familiar menor de edad, cuya expresión materializada es compartir su imagen con los contactos de las redes sociales (Kopecký et al., 2020; Lazard et al., 2019). Esta posibilidad de expresar un sentimiento con el resto de contactos es uno de los alicientes del sharenting, incluso hay casos donde los adultos utilizan las fotografías del menor para su propio beneficio económico (caso de niños youtubers) e incluso sentimental (si se emplean para ligar o para dañar a una expareja).

Por otra parte, se hallaron diferencias estadísticamente significativas en la adicción a Internet y el autocontrol en función de la edad. El rango de 18-21 años es el que presenta una mayor tasa de adicción a Internet (Díaz-Aguado et al., 2018). Se amplía hasta los 25 años en el caso del autocontrol, donde la población de 18-25 años presenta un menor autocontrol. Es de destacar que los datos recogen que a mayor edad la adicción a Internet es menor. Este vínculo entre la edad, adicción a Internet y autocontrol se confirmó en el modelo de regresión lineal múltiple, el cual indica que la edad es un predictor de la adicción a Internet y el autocontrol.

El nivel de estudios también influyó en la adicción a Internet y el autocontrol con diferencias significativas entre grupos. Los que finalizaron únicamente la etapa de bachillerato son más propensos a presentar una mayor adicción a Internet y menor autocontrol. De este modo, hay una tendencia a que a mayor nivel de estudios por parte de la población se presenta una tasa menor de adicción a Internet y un mayor autocontrol.

En relación a la situación laboral, esta también es un indicador de la adicción a Internet y el autocontrol. Se hallaron diferencias significativas entre las personas activas e inactivas. Las inactivas recogen mayores puntuaciones de adicción a Internet y un menor autocontrol. Además, la situación laboral resultó ser un predictor del autocontrol, saturando significativamente en el modelo de regresión lineal junto a la edad y el género.

En cambio, no se han encontrado diferencias significativas entre la población que realiza sharenting y la que no lo realiza respecto a la adicción a Internet y el autocontrol. Aunque las puntuaciones del grupo sharenting son más altas en ambas escalas. Así pues, hay indicios de que el sharenting puede vincularse con la adicción a Internet y el autocontrol, sin embargo, en este estudio los datos no han afirmado estas premisas. Respecto al modelo de regresión lineal, tampoco se establecieron factores sociodemográficos predictivos para sharenting. Por lo que a priori puede encontrarse por igual en todos los sectores poblacionales sin que influya el género, la edad, el nivel de estudios o la situación laboral.

Finalmente, el SEM estableció las correlaciones entre las variables del estudio. La única correlación significativa fue la de adicción a Internet y autocontrol, la cual es positiva. De modo que a mayor grado de adicción a Internet se obtienen mayores puntuaciones en la escala BSCS, lo que indica que el autocontrol es menor (Dumbar et al., 2017; Kim et al., 2017; Hatami et al., 2019; Mann et al., 2017; Oliva et al., 2019; Shirinkam et al., 2016; Song & Park, 2019; Yeun & Han, 2016).

Las demás correlaciones, aunque no fueron significativas mostraron la correlación positiva entre autocontrol y sharenting. Así pues, podría establecerse un vínculo entre la posibilidad de que un menor autocontrol sea indicador de compartir imágenes de familiares menores de edad en la red. Y la correlación negativa entre sharenting y adicción a Internet. Por lo que a priori no se vinculó la adicción a Internet

con el hecho de publicar este tipo de fotografías en la red. A pesar de que las posibilidades de realizar sharenting sean potencialmente mayores en el grupo poblacional con adicción a Internet como indican estudios previos (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

En suma, compartir imágenes de los seres queridos con otras personas se ha realizado desde los orígenes de la fotografía. Sin embargo, en estos últimos años ha evolucionado la forma de enseñar la fotografía a las personas más allegadas. Se ha pasado de compartir esa imagen especial de forma presencial, habitualmente guardada en la billetera, a compartirla digitalmente en las redes sociales a un público inmensamente mayor y desconocido.

Con este trabajo se dio respuesta a los objetivos e interrogantes planteados. Asimismo, se ha recogido información relevante sobre el grado de publicación de imágenes de los adultos españoles encuestados. Además, se han determinado ciertos factores sociodemográficos que intervienen en la adicción a Internet y el autocontrol y se han establecido las correlaciones entre las tres variables de estudio.

Se destacan como aportaciones prácticas de este trabajo, la necesidad de generar folletos informativos para los adultos sobre la seguridad en la red y los riesgos asociados a prácticas como el sharenting. A su vez, los hallazgos obtenidos pueden ser utilizados en los centros educativos para poder educar a los más jóvenes en el buen uso de la tecnología. En niveles educativos superiores, donde se concentra la edad con mayor riesgo de padecer adicción a Internet, deberían de establecerse medidas que ayuden a paliar esta problemática. Por ejemplo, la difusión de carteles informativos y formación centrada en el buen uso de la tecnología.

Por otro lado, entre las limitaciones de este trabajo se encuentra el tamaño de la muestra. En futuros estudios sería conveniente aumentarla para comprobar si los datos cambian o se mantienen. También habría que aumentar los factores sociodemográficos explorados, puesto que son limitados. En trabajos venideros sería recomendable ampliar el número de variables independientes para verificar si alguna más se halla como predictor del sharenting, adicción a Internet o el autocontrol. Además, en futuros estudios sería interesante abordar el hecho de reenviar las fotografías de menores de edad de nuestros contactos y también incidir en el reenvío de imágenes virales o de memes que contengan la imagen de un menor de edad.

En definitiva, este trabajo se sitúa en la línea de los estudios sobre el sharenting. No obstante, su particularidad se encuentra en la ampliación de la línea de investigación. Se trata de uno de los primeros trabajos que aborda el sharenting con un enfoque cuantitativo y relaciona este fenómeno con otras variables en una muestra amplia de participantes.

Apoyos

Este trabajo ha sido financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (FPU16/01762) y por el Convenio Marco y Específico Internacional entre la Universidad de Granada (España) y la entidad privada Corporación Tecnológica del Oriente (Bucaramanga, Colombia) (SPRS-2017-7202).

Referencias

- Aguaded, I., Tirado-Morueta, R., & Ángel Hernando-Gómez (2015). Media competence in adult citizens in Andalusia, Spain. *Information, Communication & Society*, 18, 659-679. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2014.985244>
- Altan, P., Polat, S., & Yildirim, G.E. (2018). Strengthening the implementation of the FCTC with a special focus to youth. *Tobacco Induced Diseases*, 16, 261-267. <https://doi.org/10.18332/tid/84501>
- Balhara, Y.P.S. (2018). Behavioural addictions: Need to correct misnomers. *Asian Journal of Psychiatry*, 36, 118-118. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2018.07.014>
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on facebook. *The New Educational Review*, 43, 225-235. <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>
- Büscher, F., & Eberlin, T. (2017). Sharenting, freedom of expression and children's privacy in the digital environment: The role of application providers under the Brazilian legal framework. *Brazilian Journal of Public Policy*, 7(3), 255-273. <https://doi.org/10.5102/rbpp.v7i3.4821>
- Choi, G.Y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining sharenting and children's digital representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164. <https://doi.org/10.1080/10646175.2017.1327380>
- Cortina-Pérez, B., Gallardo-Vigil, M.A., Ángeles Jiménez-Jiménez, M., & Trujillo-Torres, J.M. (2014). Digital illiteracy: A challenge for 21st century teachers. *Cultura y Educación*, 26(2), 231-264. <https://doi.org/10.1080/11356405.2014.935108>

- Curran, P.J., West, S.G., & Finch, J.F. (1996). The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis. *Psychological Methods, 1*(1), 16-29. <https://doi.org/10.1037/1082-989x.1.1.16>
- Davis, G. (2018). *Should you post pics of your kids? Insights from our age of consent survey*. McAfee. <https://bit.ly/2U0Jemi>
- Del-Valle, M., Galli, J.I., Urquijo, S., & Canet, L. (2019). Spanish adaptation of the Self-Control Scale and the Brief Self-Control Scale and evidences of validity in university population. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento, 11*(2), 52-64. <https://doi.org/10.32348/1852.4206.v11.n2.23413>
- Dhir, A., Chen, G.M., & Chen, S. (2017). Why do we tag photographs on Facebook? Proposing a new gratifications scale. *New Media & Society, 19*(4), 502-521. <https://doi.org/10.1177/1461444815611062>
- Díaz-Aguado, M.J., Martín-Babarro, J., & Falcón, L. (2018). Problematic Internet use, maladaptive future time perspective and school context. *Psicothema, 30*(2), 195-200. <https://doi.org/10.7334/psicothema2017.282>
- Dunbar, D., Proeve, M., & Roberts, R. (2017). Problematic internet usage self-regulation dilemmas: Effects of presentation format on perceived value of behavior. *Computers in Human Behavior, 70*, 453-459. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.015>
- Europa press (Ed.) (2017). España, el país con más 'smartphones' por habitante del mundo. <https://bit.ly/2WEQnbn>
- Hatami, A., Badrani, M.R., Mohammadzadeh, H., & Kargar, M. (2019). Examining the relationship between addiction to social networks and social maturity of university students. *Journal of Research in Medical and Dental Science, 7*(1), 14-19. <https://bit.ly/2UitMZkt>
- Hootsuite, & Hootsuite (Ed.) (2019). Digital in 2019. <https://bit.ly/2MNYjYO>
- Kim, J., Hong, H., Lee, J., & Hyun, M.H. (2017). Effects of time perspective and self-control on procrastination and Internet addiction. *Journal of Behavioral Addictions, 6*(2), 229-236. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.017>
- Kopecký, K., & Szotkowski, R. (2018). *Parents and fatherhood in the digital age*. Olomouc.
- Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J.M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review, 110*, 104812-104812. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2020.104812>
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass, 13*(4), 12443. <https://doi.org/10.1111/spc3.12443>
- Lipu, M., & Siibak, A. (2019). 'Take it down!': Estonian parents' and pre-teens' opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia, 170*(1), 57-67. <https://doi.org/10.1177/1329878x19828366>
- Lowe, M.L., & Haws, K.L. (2019). Confession and self-control: A prelude to repentance or relapse? *Journal of Personality and Social Psychology, 116*(4), 563-581. <https://doi.org/10.1037/pspi0000152>
- Malo-Cerrato, S., de-las Mercedes Martín-Perpiñá, M., & Viñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. [Uso excesivo de redes sociales: Perfil psicossocial de adolescentes españoles]. *Comunicar, 56*, 101-110. <https://doi.org/10.3916/c56-2018-10>
- Mann, K., Kiefer, F., Schellekens, A., & Dom, G. (2017). Behavioural addictions: Classification and consequences. *European Psychiatry, 44*, 187-188. <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2017.04.008>
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N.H., & Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist, 24*, 399-406. <https://doi.org/10.1080/09720073.2016.11892031>
- Martínez, N., & Rodríguez-García, A.M. (2018). Literacy and digital competence in elderly people: The case of the open training classroom of University of Granada. *Espacios, 39*(10). <https://bit.ly/2UuMBDD>
- Ministry of Health, Consumption and Social Welfare (Ed.) (2018). Plan de Acción sobre Adicciones 2018-2020. <https://bit.ly/2O44DWQ>
- Oliva, A., Antolín-Suárez, L., & Rodríguez-Meirinhos, A. (2019). Uncovering the link between self-control, age, and psychological maladjustment among Spanish adolescents and young adults. *Psychosocial Intervention, 28*(1), 49-55. <https://doi.org/10.5093/pi2019a1>
- Otero, P. (2017). Sharenting... should children's lives be disclosed on social media? *Arch Argent Pediatr, 115*(5), 412-414. <https://doi.org/10.5546/aap.2017.eng.412>
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review, 99*, 319-327. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2019.02.011>
- Pawlikowski, M., Altstötter-Gleich, C., & Brand, M. (2013). Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet Addiction Test. *Computers in Human Behavior, 29*(3), 1212-1223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.014>
- Pedrosa, I., Juarros-Basterretxea, J., Robles-Fernández, A., Basteiro, J., & García-Cueto, E. (2015). Goodness of fit tests for symmetric distributions, which statistical should i use? *Universitas Psychologica, 14*(1), 245-254. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-1.pbad>
- Prendes, M.P., Solano, I., Serrano, J.L., González, V., & Román, M.M. (2018). Personal learning environments to understand and develop digital competence: Analysis of university students in Spain. *Educatio Siglo XXI, 36*(2), 115-134. <https://doi.org/10.6018/j333081>
- Puerta-Cortés, D.X., Carbonell, X., & Chamorro, A. (2012). Análisis de las propiedades psicométricas de la versión en español del Internet Addiction Test. *Trastornos Adictivos, 14*, 99-104. [https://doi.org/10.1016/s1575-0973\(12\)70052-1](https://doi.org/10.1016/s1575-0973(12)70052-1)
- Shirinkam, M.S., Shahsavarani, A.M., Toroghi, L.M., Mahmoodabadi, M., Mohammadi, A., & Sattari, K. (2016). Internet addiction antecedents: Self-control as a predictor. *International Journal of Medical Research & Health Sciences, 5*(5), 143-151. <https://bit.ly/2vJ3EIB>
- Song, W.J., & Park, J.W. (2019). The influence of stress on internet addiction: Mediating effects of self-control and mindfulness. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*, 1063-1075. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-0051-9>

Tangney, J.P., Baumeister, R.F., & Boone, A.L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>

Xu, L., Bao, T., Zhu, L., & Zhang, Y. (2019). Trust-based privacy-preserving photo sharing in online social networks. *IEEE Transactions on Multimedia*, 21(3), 591-602. <https://doi.org/10.1109/tmm.2018.2887019>

Yeun, Y.R., & Han, S.J. (2016). Effects of psychosocial interventions for schoolaged children's internet addiction, self-control and self-esteem: Meta-Analysis. *Healthcare Informatics Research*, 22(3), 217-217. <https://doi.org/10.4258/hir.2016.22.3.217>

Young, K.S. (1998). *Caught in the net: How to recognize the signs of Internet addiction – And a winning strategy for recovery*. John Wiley & Sons, Inc.



Proyecto audiovisual para la educación en competencia mediática infantil

impulsado por

GRUPO
Comunicar 

Síguenos en: <http://www.bubuskiski.es/>

