



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y  
CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE TRABAJO SOCIAL

**TEMA**

---

**Sharenting en Madres Universitarias**

---

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**AUTORA:**

Lizbeth Estefanía Barros Punina

**TUTORA:**

Ing. Mg. Lorena del Carmen Chilibingua Vejar

Ambato – Ecuador 2023

## **CERTIFICADO DEL AUTOR**

En calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular titulado “**SHARENTING EN MADRES UNIVERSITARIAS**”, de la Sta. Lizbeth Estefanía Barros Punina, egresada de la carrera de Trabajo Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, certifico que dicho trabajo se encuentra concluido y que reúne los requisitos necesarios para ser sometido a evaluación por parte del Tribunal de Grado que el H. Consejo Directivo de la Facultad Designe.

Ambato, 25 de enero del 2023

A handwritten signature in blue ink, reading "Lorena Chilingua", is positioned above a horizontal dotted line.

**Ing. Mg. Lorena Chilingua**  
**TUTOR DE TRABAJO INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Las opiniones, críticas, comentarios realizados en el trabajo de investigación presentado sobre el tema “SHARENTING EN MADRES UNIVERSITARIAS”, le corresponde exclusivamente a mi persona, Lizbeth Estefanía Barros Punina, egresada de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, certificando que el contenido del presente trabajo investigativo es de mi completa autoría a excepción de las citas bibliográficas.

Ambato, 25 de enero del 2023



.....  
Lizbeth Estefanía Barros Punina

C.I. 1850608934

**AUTORA**

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución. Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 25 de enero del 2023



.....  
Lizbeth Estefanía Barros Punina

C.I. 1850608934

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de la investigación sobre “SHARENTING EN MADRES UNIVERSITARIAS”, presentado por la Sta. Lizbeth Estefanía Barros Punina, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,..... del 2023

Para consistencia firma

-----  
**Presidente**

-----  
**Miembro**

-----  
**Miembro**

## DEDICATORIA

Es satisfactorio dedicar este proyecto de investigación a cada una de las personas que aportaron dentro de esta etapa de mi vida.

En especial, a mis padres, Milton Barros y Rosa Punina hermanos: Daisy; Fabricio; y Justin, pareja Adrián, abuelos mamita Ester y papito Lucho, amigos de toda la vida Bárbara y Joel, además a mi compañero Dennis por su apoyo incondicional y a todos quienes conforman mi círculo social. Sin ustedes no sería posible.

*Lizbeth Barros*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, doy gracias infinitas a Dios y a la vida por permitirme culminar con este objetivo tan deseado.

A mis padres y hermanos, por su comprensión, coraje y apoyo incondicional en esta etapa de vida estudiantil.

A un gran amigo y equipo de trabajo Dennis Quispe, quien fue un pilar fundamental durante el proceso.

A la Universidad Técnica de Ambato, a la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y a cada uno de los docentes de la carrera de Trabajo Social, por sus conocimientos impartidos.

En especial, a la Ing. Lorena Chiquinga, por su guía tan oportuna.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

CERTIFICADO DEL AUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DERECHOS DEL AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xi
CAPÍTULO I.-MARCO TEÓRICO .....	1
1.1. Antecedentes investigativos.....	1
1.1.1. Problema científico .....	5
1.1.2. Delimitación del problema .....	5
1.1.3. Delimitación espacial.....	5
1.1.4. Unidades de observación .....	6
1.1.5. Temporal.....	6
1.1.6. Investigaciones previas .....	6
1.2. Desarrollo teórico .....	13
1.3. Público, objetivo y temática.....	16
1.4 Marco Legal .....	42
OBJETIVO GENERAL .....	44
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	44
CAPÍTULO II.-METODOLOGÍA .....	45
2.1. Materiales .....	45
2.2. Métodos .....	46
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	50
3.1 Análisis y discusión de resultados .....	50
3.2 Análisis de resultados .....	53
3.3 Caracterización del Perfil de las Madres que Practican Sharenting .....	65
3.3.4 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Estado Civil de las participantes .....	71
3.4 Factores que motivan la práctica de Sharenting .....	77
3.5 Discusión .....	84
CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92

4.1 Conclusiones.....	92
4.2 Recomendaciones .....	93
BIBLIOGRAFÍA .....	94
ANEXOS .....	107
Anexo 1. Valoración general del cuestionario .....	107
Anexo 2. Cuestionario.....	112
Anexo 3. Árbol de Problemas .....	119
Anexo 4. Constelación de Ideas .....	120

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones del instrumento.....	50
Tabla 2. Escala de medición.....	51
Tabla 3. Validación por expertos del instrumento .....	52
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad.....	53
Tabla 5. Análisis descriptivo de variables sociodemográficos.....	55
Tabla 6. Cuadro gradual-baremación acorde a las Puntuaciones T .....	60
Tabla 7. Análisis descriptivo de la primera dimensión .....	61
Tabla 8. Análisis Descriptivo de la Contenido y Frecuencia de Publicación .....	62
Tabla 9. Análisis Descriptivo de la Tercera Dimensión .....	63
Tabla 10. Análisis Descriptivo de Sharenting .....	65
Tabla 11. Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Edad de las participantes .....	67
Tabla 12. Cruce de variables: Nivel Sharenting y Carrera Universitaria .....	68
Tabla 13. Cruce de variables: Nivel Sharenting y Semestre .....	70
Tabla 14. Cruce de variables: Nivel Sharenting y Estado civil .....	71
Tabla 15. Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Actividades .....	73
Tabla 16. Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Clase social .....	74
Tabla 17. Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Situación Laboral .....	75
Tabla 18. Análisis descriptivo de Likes en fotos .....	77
Tabla 19. Análisis descriptivo de Comentarios positivos .....	79
Tabla 20. Análisis descriptivo de Razones .....	80
Tabla 21. Análisis descriptivo de Satisfacción .....	82
Tabla 22. Análisis descriptivo de Fotografías en redes .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentaje de Uso Peligroso de Redes Sociales .....	61
Gráfico 2. Porcentaje de Contenido y Frecuencia de Publicación .....	63
Gráfico 3. Porcentaje de Motivos y Riesgos .....	64
Gráfico 4. Porcentaje de Sharenting .....	65
Gráfico 5. Porcentaje de Sharenting y edad categórica .....	67
Gráfico 6. Porcentaje de Sharenting y Carrera Universitaria .....	69
Gráfico 7. Porcentaje de Sharenting y Semestre .....	70
Gráfico 8. Porcentaje de Sharenting y Estado civil .....	72
Gráfico 9. Porcentaje de Sharenting y Actividades .....	73
Gráfico 10. Porcentaje de Sharenting y Clase social .....	74
Gráfico 11. Porcentaje de Sharenting y Situación Laboral .....	76
Gráfico 12. Porcentaje de Likes en fotos .....	78
Gráfico 13. Porcentaje de Comentarios positivos .....	79
Gráfico 14. Porcentaje de Razones .....	81
Gráfico 15. Porcentaje de Sentido de satisfacción .....	82
Gráfico 16. Porcentaje de Fotografías en redes .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sumatoria preguntas riesgo del uso de redes sociales .....	56
Figura 2. Sumatoria: preguntas contenido y frecuencia de publicación .....	56
Figura 3. Sumatoria preguntas motivos y riesgos .....	57
Figura 4. Descriptivos de variables .....	57
Figura 5. Descriptivo: ejemplo de primera dimensión .....	58
Figura 6. Variable ordinal uso riesgoso redes sociales .....	58
Figura 7. Variable ordinal contenido y frecuencia publicación .....	59
Figura 8. Variable ordinal motivos y riesgos .....	59
Figura 9. Fases del Programa de Prevención de Sharenting .....	89

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente las redes sociales se han convertido en un aliado para mantenerse en constante comunicación, relacionarse con otros a kilómetros de distancia, conectar, diseñar, compartir y expandir contenido, además de educarse y emprender en negocios. Una de las formas utilizadas para expresarse en línea es por medio de post o fotografías, observados comúnmente en redes sociales como: Facebook; Instagram; o WhatsApp. Las imágenes muestran estados de ánimo, lugares, reuniones, relaciones de pareja o familiares, por medio de estas el mundo conoce abiertamente sobre aspectos personales de cada individuo, lo cual puede tener efectos negativos a futuro, dependiendo el tipo de fotografía que sea subida. Se habla de un posible riesgo cuando la imagen es de carácter delicado, involucre a terceros como menores de edad y ellos sean sobreexuestos, al no tener autonomía de sí mismos, no pueden opinar ni dar decisiones sobre las acciones que se desarrollen sin su consentimiento. Es por ello que se desarrolla este tema de investigación, que tiene como objetivo identificar la práctica de Sharenting (sobreexposición de menores en redes sociales) en madres de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la UTA, el estudio es de tipo descriptivo y exploratorio, se realizó con una población de 54 madres universitarias. Para su ejecución la metodología utilizada fue de carácter cuantitativo, además se diseñó un instrumento con una sección sociodemográfica y otra con 26 ítems, conformado por tres dimensiones para dar cumplimiento a los objetivos generales y específicos, el contenido fue validado a través del método de juicio de expertos y su consistencia por Alfa de Cron Bach.

**PALABRAS CLAVES:** redes sociales, fotografías, Sharenting, sobreexposición, compartir, menores de edad.

## ABSTRACT

Currently, social networks have become an ally to stay in constant communication, interact with others miles away, connect, design, share and expand content, as well as educate yourself and start a business. One of the ways used to express yourself online is through posts or photographs, commonly seen on social networks such as: Facebook; Instagram; or WhatsApp. The images show moods, places, meetings, couple or family relationships, through which the world openly knows about personal aspects of each individual, which can have negative effects in the future, depending on the type of photograph that is uploaded. There is talk of a possible risk when the image is of a delicate nature, involves third parties such as minors and they are overexposed, since they do not have autonomy from themselves, they cannot give an opinion or make decisions about the actions that are carried out without their consent. That is why this research topic is developed, which aims to identify the practice of Sharenting (overexposure of minors in social networks) in mothers of the Faculty of Jurisprudence and Social Sciences of the UTA, the study is descriptive and exploratory. , was carried out with a population of 54 university mothers. For its execution, the methodology used was quantitative, in addition, an instrument was designed with a sociodemographic section and another with 26 items, made up of three dimensions to comply with the general and specific objectives, the content was validated through the judgment method of experts and its consistency by Cronbach's Alpha.

**KEY WORDS:** social networks, photographs, Sharenting, overexposure, sharing, minors.

## CAPÍTULO I.-MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes investigativos

Las redes sociales se han convertido en uno de los descubrimientos más valiosos de la era tecnológica, superando barreras como medio de comunicación. De acuerdo con investigaciones de Fuentes et al. (2021) las definen como un servicio que posibilita a los individuos la capacidad de crear una carta de presentación propia o de terceros al mundo de forma pública o privada dentro de un entorno específico, manteniendo interacción con otros usuarios con quienes comparten una conexión.

Esta herramienta tecnológica es manejada por un público variado en edad y para fines particulares, así como: relaciones sociales, profesionales, económicas, promoción política, entretenimiento entre otras, no son más que medios diseñados para forjar situaciones, conexiones y desacuerdos, además la fuerza de dichas plataformas se centra en la facultad de almacenar datos e incluir algoritmos para que exista una mayor interactividad con otros usuarios (Van Dijck, 2019).

Los avances tecnológicos, el accionar humano y el contenido en la red podrían ser tres elementos clave que las plataformas entrelazan para concebir la cultura de la sociedad online. Actualmente la manera de comunicarse e interactuar con el resto se genera en línea y una de las acciones que están siendo normalizadas es la exposición o sobreexposición de la vida propia por medio de plataformas digitales (Line, 2021) Al parecer el problema inicia cuando es un menor de edad el que es expuesto y no se toma en cuenta los riesgos que trae consigo esta acción.

Según Fernández y Mendoza (2018) la acción desmedida de “difundir” en medios sociales excesiva información sobre los hijos se conoce como Sharenting, los progenitores crean una huella digital que permite “recordar momentos importantes de sus hijos”, pero esta práctica trae consigo reacciones negativas que no sólo juegan con

la privacidad del menor, sino también pueden poner en riesgo su vida e imagen.

Según estadísticas de We Are Social (2022) a nivel mundial más del 93% de los usuarios en internet se conectan a redes sociales, destacan que nueve de cada diez lo hacen por medio de su teléfono y suben fotografías suyas o de algún familiar con el que conviven. Un estudio de la Universidad de Michigan manifiesta que el 56% de los padres postean en redes sociales fotos bochornosas de sus hijos que podrían tener como resultado ciberacoso o bullying, además se revela que el 30% de padres incluyen información personal en contraseñas (Ponce de León, 2019).

El sitio web Global Times (2019) menciona que gracias a una encuesta realizada a los estudiantes de tercero, cuarto y quinto grado de la primaria Shanghái en China se conoció que el 80% de ellos habían sido expuestos en redes sociales por sus padres de múltiples maneras y a la mayoría le desagradó la idea de ser compartidos en línea, la estudiante Zhang Chuyi de 10 años de edad en un congreso de jóvenes pioneros escribió: “ Si mi rostro está expuesto con frecuencia en la red social de mis padres, We Chat Moments, es posible que no sea seguro para mí”, además de ello concluyó mencionando “aunque no somos adultos nuestros derechos deben ser respetados, somos nuestros propios maestros”.

La firma de seguridad informática (AVG) realizó una encuesta en España sobre Sharenting donde obtuvo como resultados que: el 23% de los niños es mostrado en redes sociales antes de nacer, por medio de fotografías instantáneas de ecografías, y el 81% de los bebés son expuestos con menos de seis meses de edad. Además, un estudio del Reino Unido revelaba que los progenitores habían posteado en redes sociales alrededor de 13.000 videos o fotos de sus hijos antes de que cumplieran 13 años. Por otro lado, el estudio Kids Online ejecutado en Estados Unidos, señala que el 89% de las familias españolas comparten al menos una vez al mes imágenes o vídeos de sus hijos y únicamente el 24% les preguntan si están de acuerdo con este accionar (Ordóñez y Calva, 2020).

Según un estudio realizado por Hiniker et al. (2017) Con relación a las familias estadounidenses y el uso de tecnologías, muestran que gran porcentaje de ellos batallan con el uso de tecnologías, a los niños les cuesta obedecer a sus cuidadores cuando les piden que se desconecten de la red, los padres comparten varía información en línea de la que sus hijos se sienten cómodos, dentro del hogar los progenitores son quienes tienen menos inconvenientes al momento de seguir reglas sobre el manejo de redes sociales.

Conforme a lo mencionado por la autora del libro “redes sociales y guía práctica” Lázaro (2020) la acción de compartir imágenes de los hijos no es un hecho reciente, lo que hay que considerar es que hoy en día se suben grandes cantidades de fotografías que sobrepasan la línea de lo permitido, sin límite de público y sin tener control alguno sobre el rastro digital que dejan en la red como WhatsApp, mismo que en vacaciones el fenómeno se convierte en tendencia.

De acuerdo al portal web Mentinno estado digital Ecuador el autor Del Alcázar(2022) menciona que en Ecuador el uso de plataformas se emplea con más intensidad para el entretenimiento y conferencias, alrededor de 10,2 millones de usuarios disponen de internet, 1400 millones (78,8% de la población) mantienen conectividad en redes sociales, 13,82 millones (77,8%) lo hacen por medio de un móvil, se estima que el tiempo diario destinado para sitios web es de 17,28 minutos (min) por día en Google, 17,43 min en Facebook, 19,43 min en YouTube, 5,19 min en mercado libre. Además, la red social con un crecimiento en usuarios del 2021 al 2022 es TikTok común 74% de la población.

La ciudad con usuarios registrados en mayor cantidad en Facebook e Instagram es Guayaquil con el 19,24% de la población, seguido de Quito con el 15,58%, Ambato representa el 2,05% Los usuarios que más utilizan Facebook comprenden las edades: de 25 a 34 años con un 28%, de 18 a 24 años: con un 26%, de 35 a 44 años: con un 18%, de 45 a 54 años con un: 10% y de 13 a 17 años con un: 8%. Los sitios web más utilizados por medio de búsqueda de Sem Rush y Alexa son: YouTube en segundo

lugar, Google en tercero, Facebook cuarto, WhatsApp quinto, XVideos séptimo e Instagram décimo (Del Alcázar, 2022).

Según el periódico, Primicias (2019) el 30% de padres en Ecuador señala que sus hijos menores de 13 años usan Facebook. La encuestadora Activa Research, con sede en Chile, encuestó a 4.929 padres sobre los hábitos de consumo en internet de los niños, se basó en 519 entrevistas en Quito y Guayaquil, obteniendo que la mayoría de los niños se conectan a las redes sociales, como Facebook e Instagram, a temprana edad, lo hacen antes de los 13 años, Ecuador ocupa el segundo lugar en el uso de redes entre niños pequeños.

Javier Ávila, presidente de la fundación ecuatoriana de un internet sano y seguro (FEISS) menciona que el peligro está presente pese a no observarlo, lo que los padres hagan con sus hijos en internet se quedará allí para toda la vida, señala que el internet tiene grandes ventajas de uso, pero el desconocimiento y mal manejo del mismo puede provocar severos daños especialmente en el grupo vulnerable de niños y adolescentes quienes tienen mayor probabilidad de estar expuestos en este ámbito (Primicias, 2022).

La investigación se realiza debido a la gran cantidad de ecuatorianos que utilizan plataformas de entretenimiento como las redes sociales para compartir momentos de su vida personal e inclusive familiar, a su vez es preocupante observar que los progenitores podrían ser quienes por lo general suben fotografías, videos o comentarios de sus hijos en estos sitios, asimismo se considera que podrían ser menores de edad y pertenecen a un grupo vulnerable. Por ende, este estudio tiene como propósito averiguar si las madres de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales sobreexponen a sus hijos en esta línea, para lo cual se desarrollará por medio de la aplicación de encuestas e investigación bibliográfica y exploratoria.

Del mismo modo, es **factible** porque se contó con la facilidad de acceso a la institución y al grupo de investigación, quienes son madres que regularmente usan las redes sociales para compartir varios espacios de su cotidianidad. Además, este estudio es

**novedoso** puesto que al momento existen limitadas investigaciones sobre el fenómeno, que presume ser de gran interés social porqué la globalización y el desarrollo de la tecnología es una parte inherente en la vida del ser humano.

Los **beneficiarios** de la investigación son el grupo de madres universitarias dela Universidad Técnica de Ambato pertenecientes a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, su familia, y además del público en general interesado en el tema. El estudio posiblemente abra paso a la reflexión sobre la exposición de un menor en redes sociales, direccionado en especial hacia sus padres, lo cual contribuirá a la protección integral de los menores.

#### **1.1.1. Problema científico**

En base a la información presentada se plantea la siguiente interrogante:

¿Las madres universitarias de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales practican Sharenting?

#### **1.1.2. Delimitación del problema**

- Línea de investigación: Comunicación, Sociedad, Cultura y Tecnología
- Campo: Trabajo Social Familiar
- Área: Tecnológica y familiar
- Aspecto: Sharenting

#### **1.1.3. Delimitación espacial**

- Provincia: Tungurahua
- Cantón: Ambato
- Lugar: Universidad Técnica de Ambato

#### **1.1.4. Unidades de observación**

- Estudiantes (madres universitarias) de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

#### **1.1.5. Temporal**

- Octubre 2022- Marzo 2023.

#### **1.1.6. Investigaciones previas**

Fernández y Mendoza (2018) en su investigación “El Sharenting y sus implicaciones en la identidad digital” estudió el comportamiento de los padres usuarios en redes sociales para averiguar las posibles consecuencias de crear una figura digital sobre sus hijos, determinando que: el 16,1% de los progenitores colgó fotografías en redes sociales hasta antes del nacimiento del bebé, un 48,2% ha creado perfiles para sus hijos, el 48,2% muestra la información que va a ser subida, el 16,1 % dice conocerlos daños que traen consigo las redes sociales, y el 57% menciona haber mantenido una charla con sus hijos sobre los peligros de la red.

Como datos interesantes a esta investigación: el 67,9% del grupo de estudio confiesa que buscan en redes sociales información sobre las personas que están conociendo para saber sobre ellas, el 100% desconoce el término Sharenting o robo de identidad tecnológica, a un 66,1% le place observar a otros padres compartir contenido sobre sus hijos. Como conclusión mencionan que los padres no deben compartir contenido particular íntimo de sus hijos, y los adultos deben evitar compartir esta clase de información, adicional a ello que los padres deben emplear las redes sociales de forma responsable y esperar a que sus hijos cumplan mayoría de edad para poder relacionarse con una identidad digital (Fernández y Mendoza, 2018).

De la investigación se resalta que los padres no tienen conocimiento sobre los riesgos que trae consigo practicar Sharenting, los adultos también comparten fotografías de menores siendo familiares o allegados y un alto porcentaje no solicita la autorización a sus hijos para subir información sobre ellos, por lo que es necesaria la concientización sobre el respeto a la privacidad de los menores, así como también la educación en esta clase de temas, pues al mirarse como una “práctica normal”, puede incurrir a una suplantación digital o robo de identidad.

En el estudio Sharenting: Adicción a Internet, autocontrol y fotografías online de menores” los investigadores Hinojo et al. (2020) examinaron la frecuencia con la que los progenitores en España publicaban fotografías sobre sus hijos, se encuestó a 367 personas y se obtuvo que el 50,5% publican imágenes a nivel anual, 32,7% mensual, 15% semanal y a diario 1,9%. En cuanto al número de fotografías, el 60,7% publica menos de 10 fotos, y el 4,7% más de cincuenta. Los menores expuestos comprenden una edad de los 0 a 17 años, los sitios web de que usan para compartir este contenido son WhatsApp con un 81,5%, Instagram 57,4%, y Facebook 34,3%. El 55,1% dice contar con permiso para subir fotografías, el 63,6 % creen que no interrumpen la privacidad de sus hijos al hacerlo y el 53,3% expresa que este hábito no genera ningún peligro para el menor.

Concluyen, que las plataformas más recurridas para compartir fotografías son las redes sociales, de la población estudiada el 30% utilizan las redes sociales para compartir imágenes de familiares menores de edad, además de que la adicción a internet y el autocontrol se relaciona a esa práctica, yendo de la mano del Sharenting, la edad y el nivel de estudios se vinculan a la adicción a internet y el autocontrol, las personas de 18 a 21 años son más propensos a la dependencia a internet: a mayor edad la adicción a internet es menor, a mayor nivel de estudios por parte de la población se presenta una tasa menor a adicción a internet y un mayor autocontrol (Hinojo et al., 2020).

Frente a los datos presentados se observa que gran cantidad de adultos consideran normal postear fotografías de menores en redes sociales, las imágenes publicadas se

generan con mayoría de forma mensual y anual, los adultos no se ponen en el lugar del menor al subir contenido o datos personales, y desconocen el peligro que trae consigo esta práctica, adicional a ello las plataformas usadas para el Sharenting en su mayoría son redes sociales y se determina que la edad y el nivel de instrucción son factores importantes al momento de percibir una posible adicción a internet y autocontrol.

Por otra parte, en la investigación de campo “el Sharenting y sus implicaciones en el mundo digital” diseñó un instrumento en redes sociales con 14 interrogantes de carácter cerrado y midió el comportamiento de los padres en redes sociales con ayuda del “big data y marketing”, dirigido para los progenitores de Venezuela, de 18 a 40 años, gracias al cual determinó: que los sujetos creen que subir información de sus hijos no es afectar a terceros, el 48,2% ha creado perfiles para sus hijos, 16,1% compartió contenido antes de que el niño nazca, concluyendo que todos los padres deben obviar en lo posible distribuir información personal de sus hijos en la web, y que deben aguardar a que sus hijos cumplan mayoría de edad para que autoricen esta acción (Fernández y Mendoza, 2017).

De la investigación se puntualiza que los progenitores suben información personal de sus hijos o menores de edad en redes sociales, sin solicitarles permiso antes de hacerlo, lo cual provoca una serie de inconvenientes para el menor desde el instante en que es expuesto a redes sociales, considerando los peligros que trae consigo el mundo digital cuando no se emplea correctamente, los progenitores deben ser educados en el tema y advertidos de todos los riesgos a los que ponen a sus descendientes al momento de realizar esta práctica.

De igual manera Brosch (2018) en su artículo “Sharenting – Why Do Parents Violate Their Children’s Privacy?” muestra un análisis teórico crítico del término “Sharenting” centrándose en el aspecto de vulneración de intimidad de los niños, según la investigación existen ciertos beneficios de compartir información personal en los sitios de redes sociales (SNS) como la construcción de nuevas conexiones, también el auto

representarse, y adentrarse en grupos sociales, tomando en cuenta el fenómeno, la investigación concluye que los progenitores muestran preocupación al momento de revelar a sus hijos en redes sociales; sin embargo no escatiman la posibilidad de recibir apoyo social por las mismas razones, los SNS dan la oportunidad de crear un lazo entre padres e hijos, pero por otro lado, los niños crecen con la ideología de que compartir datos personales es una práctica común, da a entender que los riesgos que pueden ser fruto del Sharenting es el secuestro digital o la pedofilia en línea.

Según lo mencionado Brosh, el estudio muestra que al revelar a los niños en redes sociales son los propios progenitores quienes ponen en peligro la vida y seguridad de sus hijos en la actualidad o para un futuro exponiéndolos a peligros que la red ofrece, así como también, ante la mirada de los progenitores hay ciertos beneficios económicos que se obtienen de esta práctica, beneficiándose y aprovechando la situación.

En la investigación “Amenazas a la privacidad de los menores de edad a partir del Sharenting” Ordóñez y Calva (2020) se pretende dar una proximidad al problema del que pueden ser blanco los menores en internet al ser sobreexuestos en plataformas digitales, el planteamiento define los términos: identidad personal, sociedad, e información, concluyendo que en las plataformas digitales hay que tener más cautela en cuanto a datos personales del menor, el “principio del interés superior” busca proteger la inocencia y su desarrollo pleno. Así mismo menciona que debe existir un derecho a la intimidad.

De la investigación mencionada resalta el hecho que en el caso de las redes sociales el derecho a la privacidad se rompe cuando se aceptan las “políticas de privacidad”, además mencionan que: “existen varios peligros al exhibir a los menores como: ciberbullying, happy slapping (grabación de imágenes o videos cuyo contenido es subido a plataformas como YouTube, cuyo único fin es ridiculizar a la persona), morphing o warping (distorsionar la imagen), pornografía infantil, Grooming (acoso a menores de edad en línea por adultos para fines sexuales), suplantación de identidad”

Del estudio presentado, los profesionales aconsejan enseñar y mentalizar a los ciudadanos sobre los temas de seguridad en redes sociales, además hacen hincapié de los fenómenos tecnológicos de los que podemos estar rodeados, enseñan que no solo las personas adultas que emplean sus redes sociales están expuestas a peligros sino también los menores, pero en mayor veracidad, lo cual provoca malestar y peligro desde una corta edad por el mal manejo de estas.

En su trabajo de investigación «sobreexposición de menores en Internet: YouTube, Instagram y TikTok como plataformas de riesgo» Maella (2020) analiza los perfiles "family friendly" cuyo contenido gira en torno a un reglamento específico; no mostrar nada íntimo, insultante, lenguaje ofensivo, y se rija a una temática en donde haya respeto familiar, crianza o maternidad, se analiza las plataformas digitales con un alto grado de seguidores a nivel mundial como: Instagram, YouTube y TikTok, por medio del cual resalta: gran cantidad de videos se graban con menores de edad y en ciertos casos fueron expuestos hasta antes de nacer, en los canales familiares de España, algunos de los programas reconocidos son Verdelliss con 2 09 millones de seguidores, familia Carameluchi con 1,74 M.

En España se aplica la ley COPPA (Children's Online Privacy Protection) actúa en pro de la privacidad infantil en menores, YouTube fue multado con una millonaria suma por las demandas presentadas en donde la privacidad del menor fue afectada, a partir del año 2020 YouTube es más estricto con el contenido presentado. Llegando a la conclusión la autora señala que la práctica de Sharenting se presenta a gran escala y no puede ocultarse bajo la premisa que se va a guardar un recuerdo pues según el estudio presentado, en el caso de youtubers se expone a los menores con fines económicos, sociales y de marketing para subir en suscriptores (Maella, 2020).

Tal cual muestra la investigación, se resalta el hecho que en mayor cantidad son las madres de familia quienes abren cuentas en Instagram o se viralizan por plataformas como YouTube, Instagram o TikTok, usando la "maternidad" como contenido, que es consumido por otras madres de familia que toman algunos consejos, tips que observan

en la red, como dato importante se resalta el hecho que los bebés son expuestos desde el embarazo, y cuando son subidos a TikTok, el público que observa lo hace desde diferentes países, cubriendo una cobertura a nivel mundial.

Con concordancia al tema anterior Torres y García (2020) en su estudio “Sharenting: análisis del uso comercial de la imagen de los menores en Instagram” analiza como las madres influencers realizan contenidos con menores y se vinculan en procesos comerciales, en donde los resultados muestran que: de los 11 perfiles de padres influencers se obtienen 3 formas de exposición a los hijos; de forma directa en donde se le reconoce al menor y se lo puede identificar, indirecta, el pequeño es expuesto en redes sociales pero no se logra identificar su rostro debido a que está tapado o borroso y mixta en donde el menor es expuesto pero no puede reconocerse salvo casos puntuales.

De este estudio se enfatiza y concluye con el hecho de que el mayor porcentaje de influencers que tienen más acogidas en plataformas son las mujeres, caracterizándose por dos tipos, por una parte, las madres que han incorporado la maternidad como una forma cotidiana de vivir y la otra parte por las mujeres quienes han encontrado un espacio por el hecho de ser madres, en el segundo caso es donde existe mayor comercialización.

Según el estudio “Sharenting y derechos digitales de los niños y adolescentes” las autoras Azurmendi et al. (2021) realizan un análisis del fenómeno durante el confinamiento, mencionan que la práctica de sobreexposición hacia los hijos es creciente, y que los medios que más se emplean para compartir información son; Facebook; WhatsApp; Instagram; o YouTube. La clase de información que los padres tienden a subir en redes sociales es sobre momentos importantes o actividades diarias que hacen sus hijos, las razones que los motivan son compartir momentos familiares, ganar una buena reputación en redes sociales, y en ciertos casos monetizar por medio de contenido con los hijos.

Acorde a la investigación, se realizó una encuesta a 652 jóvenes y adolescentes en España de 17 años de edad en adelante, se les preguntó sobre el comportamiento de sus padres en redes sociales, a lo que gran mayoría respondió no estar de acuerdo con ser mostrado en las redes sociales de sus padres y se concluyó de esta forma que en un porcentaje del 40,5% los padres de las adolescentes de 13 a 15 años han subido al menos una vez alguna fotografía de ellas, así mismo que gran parte de la población quisiera que sus fotos sean eliminadas de forma definitiva de las redes sociales, pues les causa molestia y en muchos de los casos los avergüenza.

Del estudio se entiende entonces que los padres suben fotografías de sus hijos a redes sociales, algunos sin intención y otros con la intención de mostrar su paternidad a redes sociales o monetizar el tipo de contenido, los adolescentes al cumplir sus 13 años ya están en la capacidad de decidir por sí mismos y tener criterio propio sobre lo que les agrada o disgusta, por ende, gran mayoría de ellos quisiera que sus padres eliminen en su totalidad sus fotografías.

De todas las investigaciones revisadas, se destaca el hecho que gran cantidad de padres publican fotografías en distintas plataformas y redes sociales, por diferentes motivos, los progenitores o personas adultas no consideran el peligro del exponer a los menores de edad o a sus propios hijos en línea, la edad es un factor fundamental, por medio del cual esta práctica se da con mayor o menor intensidad, el nivel de conocimiento e información de peligros cibernéticos es escaso, no existe una concientización sobre el uso responsable de redes sociales, y la gente debe estar constantemente subiendo información de sí mismos u otros para socializar con el resto.

La virtualidad está en apogeo y la manera en la que se crea conexiones con otras personas es por un aparato electrónico. La comunicación en familia ya no tiene relevancia, ahora se considera que tan famoso e influyente puede llegar a ser alguien en una red social.

## **Desarrollo teórico**

### **1.2.1 La web 2.0**

#### **Origen**

Según lo menciona Margaix (2007) en el año 2001 se produce un estallido tecnológico en donde algunas empresas del sector informático se extinguieron, otras lograron mantenerse y un porcentaje apareció junto con nuevas representaciones, en el año 2004 las empresas O`Reilly y MediaLive realizaron una lluvia de ideas, para reconocer las características de aquellas empresas que no desaparecieron, denominando a las que sí como web 1.0 y a las que estaban manteniendo éxito como web 2.0.

Entonces la web 2.0 se efectúa a partir de la observación, se enmarca por un entorno empresarial, un rastro tecnológico y de marketing. Cuando se oye hablar del término se hace alusión al uso de determinadas tecnologías como “*Ajax, mashups, software social, rss*” y a la aplicación de principios en la elaboración de servicios web; Amazon, Wikipedia, Google Maps, YouTube, etc. Se entiende entonces como aquellos sitios web que dan la facilidad a los usuarios para relacionarse, crear contenido y consumirlo (Margaix Arnal, 2007).

#### **Características**

Para el autor Mañá y García (2014) son múltiples los beneficios que se puede no tener a través de los sistemas digitales que caracterizan a los servicios web como por ejemplo: la capacidad para interactuar con una persona o varias al mismo tiempo en diferentes espacios, el aprendizaje colectivo, la multidireccionalidad que hace que cualquier documento, enlace o archivo sea enviado a diferentes destinatarios en segundos y la libertad de edición y difusión que permite a los internautas elaborar su propio trabajo, presentarlo y darse a conocer por un público extendido.

## **Usos**

Las herramientas web 2.0 son aplicaciones de software en línea del que sacan provecho todos sus usuarios, según lo menciona Castaño (2008) gran cantidad de personas lo emplean a diario con fines comunicacionales sociales o educativos, les permite ser miembros activos participes y no pasivos del sistema digital, de todo el manejo que el ser humano le puede dar a un servicio web los más comunes son creación de: blogs, redes sociales, sitios web, contenido, aplicaciones web dinámicas, plataformas, entornos lúdicos, colecciones o escenarios en múltiple dimensión, la interacción en sitios web como Twitter Instagram, entre otros.

### ***1.2.2 Las redes sociales***

#### **Concepto**

Según los autores Flores y Morán (2009) el término se compara con una estructura social semejante a la figura geométrica “grafo” en la que sus puntos son los individuos o usuarios y los bordes se conforman por los vínculos que se forman entre ellos, estas interacciones pueden formarse por divergentes motivos ya sean sociales, económicos, lúdicos, educativos, asociativos, laborales, etc., realzan el hecho de que la principal función de una red social es crear vínculos.

Para contrastar el concepto la página web RD Station lo define como estructuras creadas en internet por individuos u organizaciones con fines de intercambio de información sin barrera alguna, misma que puede dividirse de forma profesional o particular, dependiendo el motivo del uso, en la actualidad se ha dado apertura a una relación compañía vs cliente en donde crean nexos por medio de publicidad o muestra de servicios (Nass de Ledo, 2011).

### ***1.2.3 Origen y evolución***

Para empezar, previo a hablar de redes sociales es necesario conocer el auge de internet, surge en el año 1947 cuando en la guerra fría batallaban por el poder y el aporte tecnológico no podía quedarse atrás, Estados Unidos crea la Advanced Research Projects Agency (ARPA), misma que con el transcurrir del tiempo se considera como base de lo que hoy se llama internet, por medio de su red ARPANET se facilitaba la comunicación entre instituciones. La comunicación empieza a tomar realce, siendo el primer correo electrónico enviado en el año 1971, en 1991 la red de internet global es abierta al público con el World Wide Web-www (Lozares Colina, 1996).

La primer red social en el mundo aparece en el año 1997 con la página SixDegrees, en 2002 ingresa Friendster para amantes de los videojuegos, sigue el año 2003 con MySpace y LinkedIn cuyo aspecto es serio y profesional, en 2004 aparece Facebook que se considera como una de las redes sociales con la mayor influencia en el mundo tecnológico, en 2005 ingresa YouTube como un fenómeno audiovisual, para el año 2006 opiniones a través de Twitter toman protagonismo, el año 2009 se eleva con WhatsApp, para el año 2010 y 2011 Instagram, Pinterest y Google toman popularidad y en 2016 rompe esquemas con TikTok (Hera, 2022).

### ***1.2.4 Clasificación redes sociales***

Una red social facilita la correlación entre millones de personas en tiempo real. Se adhiere a la teoría de interacción de Georg Simmel cuyas bases se enfocan en “subordinación, superordinación, intercambio, conflicto y sociabilidad” (Ovares, 2018) Según el autor Burgueño las redes sociales generan situaciones, conexiones y enfrentamientos cuya resolución se da de forma jurídica. Para el autor las redes sociales se dividen en dos tipos:

**Analógicas o redes sociales Off-Line:** cuyas relaciones se desarrollan sin la empleabilidad de aparatos tecnológicos, como el prohijamiento u acogida de menores.

**Digitales o redes sociales On-Line:** son aquellas relaciones que se originan a través de medios tecnológicos, cuya clasificación se emplea acorde a su uso. Las redes sociales entonces se clasifican acorde a su utilización (Fernández, 2019).

### **1.3 Público, objetivo y temática**

#### ***1.3.1 Redes sociales generalistas u horizontales***

Son los espacios de la red social en donde los usuarios se unen a una comunidad presente y la mayoría de las relaciones entre sus integrantes se llevan a cabo, Alsola (2008) menciona que las redes sociales horizontales son dirigidas a todo el público sin un fin determinado, cuenta con una estructura de celdillas que abren paso al libre ingreso y participación de sus miembros, un claro ejemplo de esta red es Facebook, Twitter, HI5, etc. se difiere al de las R.S (redes sociales) verticales en que esta no aumenta su volumen (Castañeda et al., 2011).

#### ***1.3.2 Redes sociales temáticas o verticales***

Son software que facultan la posibilidad de crear sitios de red social cuyo contenido gira en relación con un público determinado, al tener un grupo y fin selectos son más técnicos y garantizan la seguridad de sus integrantes, además de controlar la intimidad de quienes lo usan, son recomendadas en el ámbito educativo. Las redes sociales verticales se pueden aprovechar en los campos: profesionales; de ocio; y mixtas (Castañeda et al., 2011).

#### ***1.3.3 Profesionales***

Estas redes sociales se emplean mayormente en el sector laboral, están hechas para formar relaciones de forma profesional entre sus cibernautas, facilitan tanto a las empresas como a sus usuarios la mejora en el sistema empresarial, tiene múltiples beneficios como buscar ofertas laborales, recomendar colegas, diseñar marcas personales, entre ellos se distinguen “LinkedIn, Viadeo y Xing” (Fundación Adecco, 2020).

#### ***1.3.4 De ocio***

Esta clase de redes sociales reúne a grupos de individuos quienes se concentran en actividades relacionadas con los factores de descanso, hobbies, deportes, videojuegos, viajes, venta de artículos, cultura, etc. Se emparentan netamente con la distracción y disfrute del usuario, ejemplo: “Wipley, Minube, Moterus” (Fernández, 2019).

#### ***1.3.5 Mixtas***

Brindan a usuarios y sociedades sitios en los que pueden desliar actividades tanto profesionales como particulares dependiendo del tipo de perfil con el que cuenten, allí se relacionan el tipo profesional con el de ocio, ejemplificando tenemos a redes sociales españolas como “Yuglo, Unience” (García, 2012).

#### ***1.3.6 Por el sujeto de la relación***

### **Redes sociales humanas**

El objetivo principal de estas redes es crear una clase de conexión entre usuarios basándose en un perfil social mismo que tiene un logaritmo que se acopla

dependiendo de los intereses, gustos e inclinaciones de cada internauta, la función que realiza es mostrar la existencia de personas con valores similares o idénticos al del individuo, por ejemplo: “Tinder, Koornk, Tuenti” (Álvarez, 2014).

### ***1.3.7 Redes sociales de contenidos***

Las relaciones se forman juntando perfiles a través del contenido creado y publicado, en general esta clase de redes emplea el marketing para llamar la atención de sus miembros, entre los tipos de contenido que se muestran en redes sociales están: ilustrativo, formativo, comercial, de sensibilización, pasatiempo, actualidad y terceros (Matilde, 2004).

### ***1.3.8 Redes sociales de objetos inertes***

No se ha oído hablar mucho de esta red social, pues su fin es enlazar marcas, lugares entre otras opciones de objetos o personas que ya no están en la tierra, quienes emplean estos espacios lo hacen para conmemorar a personas fallecidas, generando un espacio en la web en donde muestran fotografías, o videos, como lo hace la red Respectance (Fernández, 2019).

### ***1.3.9 Localización geográfica***

#### **Sedentarias**

Esta clase de redes sociales se crea o modifica dependiendo del tiempo y espacio en el que se interactúe, va desde la comunicación entre personas, contenidos que se comparten o los acontecimientos establecidos, por ejemplo: Blogger, Bitácoras, Plurk, dan la oportunidad a sus usuarios de crear contenido o ser parte importante de él (Pérez, 2011).

### ***1.3.10 Nómadas***

Esta se asimila a las redes sociales sedentarias, pero se diferencia en que tiene un factor de transformación que se basa en la localización geográfica del individuo, es decir esta clase de redes sociales sirve para marcar aquellos sitios que fueron visitados o a su vez recomiendan lugares a los que próximamente pueden acudir, su algoritmo se forma a partir de los intereses de cada persona, como por ejemplo Latitud, Skout, Google Maps (Pérez, 2011).

### ***1.3.11 Tipo de conexión***

#### **Simétrica**

En el tipo de conexión simétrica es necesario crear una correspondencia entre individuos por lo general son los mismos usuarios quienes escogen a las personas con quienes deseen entrelazarse por a o b motivo, se dice simétrico porque empalman con algunas características, ejemplo Facebook (Flores et al., 2009).

#### **Asimétrica**

En el tipo de conexión asimétrica se muestra una multitud de personas con gustos diferentes y el contenido varía acorde a su público no es necesario exista una correspondencia por ambas partes, aquí el individuo tiene la opción de escoger si seguir el contenido o no de algún integrante en su red social, así como Twitter o Instagram (Flores et al., 2009).

### ***1.3.12 Por su plataforma***

## **Red social mmorpg y metaversos**

Estas redes sociales son de neto entretenimiento para quienes se relacionan por medio de videojuegos se rigen por el gusto del usuario, su base de servicio está compuesta por: cliente-servidor, el término mmorpg significa “videojuego del rol multijugador masivo en línea” y una de las características que ofrece es la interacción entre jugadores, por otro lado, la palabra metaversos fusiona la sustantividad con la virtualidad digital (Millán et al., 2008).

### ***1.3.13 Red social web***

La plataforma en la que se desarrolla la red social web tiene como estructura los nodos que son los individuos y las conexiones aquellas que se forman a partir de las relaciones generadas, como ejemplo de las mismas tenemos Emails, redes de llamadas telefónicas, Friendfeed entre otras (Cebrián, 2008).

### ***1.3.14 Redes sociales usadas en Ecuador***

El progresivo acercamiento a Internet junto con la acogida de nuevas tecnologías en el Ecuador ha transformado diferentes elementos en la cotidianidad de los seres humanos, la comunicación, distracción y sobre todo la obtención de información son puntos que han evolucionado en la era digital (Rivera J, 2013).

Según DataReportal, conforme pasa el tiempo el número de usuarios en línea en Ecuador ha ido en aumento, realizando una comparación en el año 2012 había 2,1 millones y en la actualidad existen 4,9 millones, el crecimiento es del 4%, cada segundo son 13,5 millones quienes se unen a redes sociales. (Arboleda, 2022) De entre las relaciones más usadas en el país se despliega un listado.

## **Facebook**

El término Facebook está compuesto por la unión de dos términos face (cara) y book (libro), aparece en el año 2004 con el nombre “thefacebook” es creado por Mark Zuckerberg, hasta el año 2006 se permite el acceso al público en general, es un servicio de redes gratuito que fue creada con el fin de mantener contacto con amistades, familiares o allegados alrededor del mundo, sus usuarios se crean a partir de las necesidades del uso pueden dividirse en persona, grupos y páginas oficiales (Rivera, 2011).

## **Instagram**

Instagram funciona como una red social y aplicación móvil originada en el año 2010 en San Francisco por Kevin Systrom, en el año 2012 se abre a su público de forma gratuita, funciona como una herramienta fotográfica cuyo desempeño está en colgar fotografías, videos y también compartirlas, el contenido en Instagram sirve tanto para personas como empresas para visibilizarse por medio del marketing y publicidad gratuita, permite capturar una imagen y convertirla en profesional (Raquetelet al, 2013).

## **TikTok**

Es una red social originaria de China perteneciente a la empresa ByteDance, estuvo disponible para la utilización de todo su público en el 2018, la plataforma es empleada específicamente para generar videos con una corta duración y de forma vertical, el contenido varía acorde a su creador, el mismo puede dividirse en educativo, profesional, de comedia, informativo, de entretenimiento, permite a su público crear videos con letras musicales, editarlos, añadirles filtro y efectos, en donde su resultado se visualiza de forma profesional, en la actualidad ocupa uno de los puestos en el ranking de redes sociales, con una cantidad mensual de ochocientos millones de usuarios activos (Terradez, 2020).

## **YouTube**

YouTube es una plataforma creada en el año 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, este sitio permite a las personas crear, observar y compartir videos en tiempo real y alrededor del mundo por medio de la web, los videos pueden ser distribuidos en otros sitios web por medio de códigos HTML (lenguaje sobre el contenido de páginas web), además empresas y artistas la emplean como una herramienta para promocionar su producto, o pueden crearse una página en donde postean contenido de entretenimiento, cuenta con convenios comerciales de empresas de renombre como: “CBS, BBC, universal Music Group, Sony Music Group, Warner Music Group, NBA, The Sudance Channel” (Bañuelos, 2009).

## **LinkedIn**

Es una red social de uso profesional fundada a finales del año 2002 por Reid Hoffman, gracias a la creación de un perfil en este sitio permite a profesionales tomar contacto con otros, encontrar empleos, generar ideas, ser copartícipes de algún emprendimiento o a su vez patrocinar su producto, se realizan publicaciones con contenido textual, audiovisual mixto con enlaces o encuestas en donde sus usuarios pueden ser partícipes de las mismas, es una fuente en la que se sus miembros buscan empleo (Costa y Corbacho, 2015).

## **Twitter**

Twitter es una red social creada en el año 2006 como un servicio interno de la compañía Odeo, es un instrumento que abre la posibilidad de enviar y recibir mensajes al instante llamados “tweets”, un medio de comunicación acelerado entre un usuario y una comunidad en la que sus followers (seguidores) pueden enviar mensajes a millones de individuos registrados en la red, permite a sus usuarios estar informados con noticias actuales, estar en contacto con familiares o amigos además de compartir publicaciones (Fainholc B. , 2011).

## **Pinterest**

Pinterest es una red social visual abierta al público de forma gratuita a partir del año 2011 fundado por Ben Silberman y Paul Sciarra y Evan Scarp, permite compartir imágenes, videos , infografías o toda clase de información óptica, permite seleccionar, organizar y guardar publicaciones acorde a los intereses de cada miembro, es considerada como un cajón de ideas, pues el contenido publicado en la red contiene imágenes de carácter creativo que puede ser empleado por empresas o personas para dar a conocer su marca (Macías , 2014).

## **Snapchat**

Es una aplicación de mensajería para dispositivos electrónicos creada por Evan Spiegel en un inicio se llamaba Picaboo y fue presentado como un proyecto para la universidad de Stamford, se vende para Android en el año 2012, permite a sus usuarios enviar mensajes de forma fugaz cuyo contenido puede estar compuesto por fotografías o información, el usuario escoge el tiempo en el que las fotografías o snaps son enviados y se borran de forma instantánea, además permite el acceso a filtros para fotografías ,su uso está permitido para personas mayores de 13 años de edad (Morales y Romo, 2018).

## **Telegram**

Es una aplicación de mensajería rápida, producida en el año 2013 por los hermanos Nikolái y Pável Dúrov, mantiene un formato superior al de WhatsApp en el envío de mensajes se rige bajo el sistema MTProto (Mobile Transport Protocol) que permite enviar toda clase de archivo sin inconvenientes por el tamaño o formato, mensajes automáticos además añade la posibilidad de crear chats confidenciales, asegurando la confidencialidad de sus usuarios (Sánchez, 2020).

## **Messenger**

Messenger también aparece como una aplicación de mensajería instantánea por la empresa Meta. Se debe descargar como una aplicación aparte, ha venido mejorando su funcionamiento a partir del año 2008, en la actualidad ofrece la opción de conversar con otros usuarios, enviar fotografías, mensajes de voz, realizar llamadas individuales o grupales, jugar, poner filtro a las fotografías, interactuar a mensajes y hasta enviar archivos (Calero, 2014).

## **Zoom**

Es una aplicación de videoconferencia originada en el año 2011 por Eric Yuan, los beneficios se obtienen a partir del plan que se escoja, hay una opción gratuita y otra pagada. Tiene multiusos como el programar una reunión, juntar a varios individuos alrededor del mundo por medio de un enlace, ejecutar videoconferencias, grabar la reunión, dividir pantalla, escribir en una pizarra, conversar por medio de un chat, poner un fondo a la fotografía, etc. Zoom ha sido considerada como una de las herramientas más útiles en el nivel educativo y empresarial (Fainholc, 2021).

## **Kuaishou**

Conocida con el nombre Kwai es una aplicación móvil, fundada en el año 2011 en la empresa Beijing Kuaishou Technology sirve para generar videos con corta duración en donde sus usuarios se “muestran al mundo” tiene gran acogida debido a que tiene facilidad de uso y una lista de efectos y acciones que pueden ejecutarse, muestran acciones cotidianas de cada individuo y entre una lista de popularidad oscila entre en el sexto lugar, sus usuarios pueden monetizar su contenido acorde al número de vistas que reciben (El Comercio, 2021).

### ***1.3.15 Finalidad de redes sociales***

## **Características de las redes sociales**

Las redes sociales se emplean de diferentes maneras, ya sea para fines educativos, laborales o de recreación y ocio, millones de personas acuden a estos lugares en línea por las características que les brindan, aparte del fácil acceso, permite una libre conectividad sin fronteras, un “engagement” (conexión emocional), adaptación de la red social de preferencia, mensajería instantánea en tiempo real, y una de las más importantes la popularidad que surge a través de la clase de contenido publicado (Marqueza y Tapia, 2011).

Para los autores Casado del Río et al. (2019) los menores de edad y los adolescentes son quienes tienen una mayor accesibilidad al internet y redes sociales, a partir de los 7 años ya usan un teléfono celular, mencionan existen factores positivos y negativos de utilizar redes sociales, como aspecto favorecedor cuando el uso de redes es permanente se adquieren habilidades y conocimientos, contrariamente a ello se exponen a factores de peligro.

## **Ventajas**

Un uso responsable de redes sociales trae consigo beneficios para todo su público, entre ellos una conexión universal con todas las personas alrededor del mundo, formar una inteligencia colectiva por la creación de grupos, denuncia a cierta clase de contenidos, comunicación al instante, postularse para buscar ofertas laborales, aprender nuevas lenguas, expandir emprendimientos por medio de publicidad, crear lazos e interconexiones simultáneas, ampliar el conocimiento. Rubín destaca que cada red social tiene una finalidad siempre y cuando sea bien empleada en sus usuarios (Arenas, 2010).

## **Desventajas**

Uno de los daños más perjudiciales del excesivo y mal uso de redes sociales desemboca en la pérdida de intimidad, el impulso al consumismo y la dependencia a la red, que perjudican a cualquier individuo y genera dificultades para su desarrollo pleno (Limas y Vargas 2020).

El uso de redes sociales lleva factores negativos que afectan al ser humano, como el auto exponer intimidad personal y esté al alcance de todos, la falta de comunicación física entre la sociedad, la falsa información circulante, creación de “perfiles falsos”, engaños en línea, expansión de virus informáticos, retracción e ineficiencia productiva, estos son fenómenos que perjudican a niños, jóvenes o adolescentes, además del ciberbullying, acoso, extorción (Velasquí, 2019).

### ***1.3.16 Problemas sociales vinculados a la tecnología***

#### **Grooming**

Bajo su traducción “acicalamiento” se entiende como la manipulación y utilización de menores de edad en línea, con fines lascivos (sexuales) por parte de pederastas (depredadores sexuales), en donde crea una cuenta falsa en la red y en la mayoría de ocasiones se hace pasar por otro menor, se gana la confianza de sus víctimas y empieza el proceso de chantaje o convencimiento haciendo que el menor se desnude frente a una cámara, le envíe fotografías de sus partes íntimas, o lo cite en un lugar para abusar sexualmente de él o ella. También puede vender contenido a redes sociales o ampliar una red pederasta (Victoriano, 2011).

#### **Ciberbullying**

La violencia ha existido desde la antigüedad y conforme pasa el tiempo evoluciona. Se entiende que como el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y comunicación) por parte de individuos o grupos para acosar, fastidiar, hostigar o burlarse de alguien

por medio de mensajes ofensivos en redes sociales, difamación en la red, manipulación de datos, publicación de fotografías bochornosas, entre otras actividades que dañan la integridad personal de un ser humano y llegando a casos extremos pueden ser un factor que podría provocar la muerte, no existe una edad determinada para sufrir ciberbullying, pues puede ser presenciado desde un público joven hasta uno adulto, por medio de un aparato tecnológico (Hernández y Solano, 2007).

### **Sexting**

El término proviene de las palabras sexo (sex) y mensajes de texto (texting) debido al avance tecnológico no se centra solo en el uso del móvil, este se extiende a la empleabilidad de diferentes aparatos tecnológicos, se entiende entonces como el acto de autografiarse semidesnudo o desnudo y enviar esta clase de contenido íntimo a otra persona por medio de un sitio web, con la finalidad de satisfacer a alguien en específico, el fenómeno es desarrollado en su mayoría por adolescentes de entre los factores que motivan a esta práctica se encuentra la exploración sexual (Mercado, 2016).

### **Happy Slapping**

Este fenómeno se origina al sur de Londres en el año 2004, en los garajes de jóvenes o amigos se juntaban para crear música , después empezó a desarrollarse en instituciones, se entiende como Happy Slapping a una moda que siguen grupos adolescentes en donde sin motivo alguno una persona o un grupo agreden a otra u otras físicamente propinándoles uno o dos golpes , o llegando a la exageración dándole una golpiza con instrumentos como bates, palos o fierros lo graban por medio de sus teléfonos móviles y lo suben a redes sociales para que quienes comparten los mismos feelings los vean y difundan (Pérez C. , 2013).

### **Morphing**

Se entiende como Morphing a la manipulación de imágenes o fotografías en aplicaciones digitales donde se distorsionan y transforman en su totalidad su figura

inicial, en 1998 la técnica es empleada por primera vez en la película “Willow”, se considera como un peligro cuando las imágenes involucran a menores de edad, de forma que ciertas imágenes se transformen en contenido erótico o sexual, en forma de ejemplificar este fenómeno la fotografía de un menor en un patio, modificada sería el mismo niño con hombres a su alrededor desnudos (Gladys,2015).

### **Pornografía infantil**

Según lo menciona las Naciones Unidas, el término se define como “cualquier clase de representación en medios digitales de menores de edad realizando actividades sexuales explícitas, verdaderas, fingidas, simuladas o forzadas en donde son expuestas las partes genitales de los infantes con fines sexuales, de comercialización, intercambio o chantaje”, la misma es difundida a través de la web (Negredo y Herrero, 2016).

### **Ciberadicción o conducta adictiva a internet**

El término se define como la falta de control y autoridad sobre el manejo de internet, en donde aparecen aspectos cognitivos, conductuales y fisiológicos que hacen al individuo un “adicto” convirtiendo su uso como una necesidad y cuya dependencia se cura manteniendo contacto con algún aparato tecnológico, cuando sobrepasa el número de horas admitidas y llevan a una persona a un punto de no dormir días por estar en la web se considera adicción, este problema afecta el funcionamiento familiar y truncan en su totalidad el funcionamiento habitual de la persona (Ilinares y Mercé, 2008).

### **Suplantación de identidad**

Es aquel comportamiento producido en cualquier red social, por medio de la cual la información de un individuo que conlleva: datos o fotografías es usada por otro usuario con diferentes fines, haciéndose pasar por alguna persona, o a su vez utilizando programas para jaquear la información personal de alguien y cometer actos vandálicos, robos o fraudes empleando otra imagen para evitar ser capturados, la suplantación de

identidad es común observarla, más aun en las redes sociales pues internautas fingen tener un perfil para perjudicar a otro u otros (Quiñonez, 2016).

### ***1.3.17 Paternidad y redes sociales***

La educación y crianza que los padres imponen en la actualidad difiere mucho de cómo era antes, siendo influenciada por la tecnología. El celular es un medio beneficioso para capturar momentos, así como para tener acceso a cualquier tipo de información. Los padres que tienen hijos ocupan mayor cantidad de tiempo (1,3 veces más) en redes sociales en comparación de los que no. A medida que las generaciones avanzan, el uso de redes como Facebook toman protagonismo, los padres primerizos ingresan a redes sociales en las primeras horas del día (López, 2018).

La forma en la que los progenitores figuran de sus hijos no es reciente, antes se colgaban retratos en paredes, hoy en día lo hacen por medio de las redes sociales puesto que tienen más relevancia, las cámaras traen consigo una mayor resolución en nitidez de imagen, y los padres compiten por publicar escenas agraciadas o adorables de sus hijos. Hasta antes del nacimiento el menor cuenta con una huella digital, sin importar con que buena intención el progenitor suba contenido sobre su hijo hay un excedente de información compartida. En España, 7 de cada 10 rupturas en matrimonios se producen por conflicto entre pareja y bienestar del menor y la sobreexposición de este (López, 2018).

### **Entorno Familiar y tecnología**

La tecnología aporta de forma significativa el funcionamiento familiar en la rapidez de comunicación, con programas o actividades conjuntas que pueden practicarse en familia, sin embargo, también presenta aspectos que provocan disfuncionalidad en el entorno familiar que van desde la falta de comunicación e interacción con los mismos integrantes dentro del hogar hasta disminución de actividades físicas. Existe gran diferencia entre los niños y adolescentes que compartían junto con amistades o vecinos

de los que ahora lo hacen gracias a internet, además se está normalizando el no limitar el uso de aparatos electrónicos provocando su uso indebido (Rodríguez, 2007).

### **Estilos de crianza de los hijos**

La familia es el primer agente de socialización, pues para un niño es la fuente primaria de formación, normas y roles, según Bronfenbrenner (1986) el individuo se desarrolla en el “exosistema” conformado por la familia, escuela y sociedad lo que conduce al cumplimiento de metas y reglas dentro de una sociedad (Elizabeth y González, 2017). Los padres son un puente de aprendizaje para los hijos, el doctor Gottman define a los estilos de crianza como un modelo de actuación que los progenitores transmiten a sus descendientes, la misma responde a la manera en la que el menor va a comportarse y relacionarse con su entorno (Velásquez, 2020).

#### **Autoritario**

Valoriza a la obediencia como una fortaleza, el orden, dedicación y trabajo son sus virtudes, ponderan los límites y medidas de castigo, los padres tienen influencia, control y evalúan el comportamiento de sus hijos, lo característico de este tipo de crianza es la falta de comunicación y afectividad además la rigidez en el comportamiento del progenitor. Los padres tienen un alto estándar de obediencia y exigencia, buscan el perfeccionismo todo el tiempo, los hijos tienden a ser inseguros, descontentos y poco afectuosos, en términos coloquiales entienden a esta crianza como “mano dura” (Elizabeth y González, 2017).

#### **Permisivo**

Los padres brindan total autonomía a sus hijos, evitan en lo posible tratar con autoridad, restricciones, o castigos la tolerancia y positivismo caracterizan esta crianza, dan la oportunidad a que los niños decidan por sí mismos, el problema de tener una crianza permisiva es que los padres son incapaces de marcar límites llegando a provocar

conductas violentas, antisociales (García Ramírez et al., 2016).

### **Negligente**

Los padres tienen una ligera responsabilidad sobre el cuidado de sus hijos, no demuestran reciprocidad ni interés en ellos, no muestran exigencia alguna, pero tampoco están presentes o desarrollan afectividad, encargan la crianza a otros como instituciones o familiares, la autoestima que desarrollan los niños es baja, crecen con dependencia y son sumisos, en la mayoría de casos presentan conflictos para socializar, este es el peor estilo de crianza (Rafael y Castañeda, 2021).

### **Democrático**

Promueve la comunicación, enfocándose en el razonamiento, los padres motivan la independencia y el respeto personal, consideran el rol que cada miembro cumple dentro del hogar, emplean el razonamiento y el acuerdo, aplican el castigo siempre y cuando sea necesario y explican los motivos del porqué lo hacen, los niños entienden los requerimientos de sus padres y tienen un diálogo recíproco, este tipo de enseñanza es el más recomendado al momento de criar a los niños (Rojas, 2015).

#### ***1.3.18 Educación digital***

### **Padres analógicos**

La palabra analógico tiene relación a semejanza, se usa cuando hace referencia a aspectos contrarios a lo digital o tecnológico, además cuando se habla sobre alguna clase de dispositivo o sistema (Real Academia Española [RAE], 2022).

Los padres analógicos son aquellos que no están relacionados con el tema tecnológico, y se enfrentan a un mundo globalizado en donde la tecnología está a la vuelta de la esquina, en la mayoría de los casos presentan dificultades al educar a sus hijos en el

ámbito de las TIC, al no brindarles el acompañamiento necesario, la edad es un factor importante, porque los niños apenas empiecen a tener contacto con el internet necesitan una guía (Lamas y Lamas, 2018).

### **Nativos digitales**

El término “nativo digital” fue utilizado por Marc Prensky en un trabajo llamado “la muerte del mando y del control”, en donde su autor señala esta expresión como personas que han crecido con la red, asimismo utiliza la palabra “inmigrante digital” que son aquellos se han acoplado al mundo tecnológico, pero no en su totalidad. Por lo que el concepto hace referencia a los individuos que han crecido y desarrollado junto con la era digital a diferencia de obtener familiaridad con la misma, ambas nociones se enlazan a la “brecha digital”, por sus fines de uso (Piscitelli, 2008).

### **Desinformación en la era digital**

Las “fake news” o noticias falsas son eventos constantes en el mundo del periodismo y una complicación al momento de contrarrestar la verosimilitud de información. Gartner (2017) en su investigación “predicciones tecnológicas para el 2018” señala que en el año 2022 gran parte del mundo consumirá en su mayoría más noticias falsas que verídicas y que difícilmente logran ser eliminadas. El internet y las redes sociales son medios por los que la información se expande con rapidez con amplitud y universalidad (Parra Valero y Oliveira, 2018).

En Facebook los algoritmos o filter bubbles permiten ver al usuario la información que necesitan o desean acorde a sus preferencias, generándoles seguridad, provocando que tengan mayor confianza a esta información con la de un medio convalidado, todo esto se ocasiona porque la comunicación cambia, y el medio tradicional evoluciona, dando ventajas y desventajas a su público (Sierra Caballero y Sola Morales, 2021).

### ***Redes sociales y su uso en los progenitores***

La llegada de la tecnología ha traído consigo grandes cambios, especialmente en la manera de relacionarse con los demás, de este modo las TIC crea nuevas formas de comunicación, herramientas de estudio, trabajo, avances en medicina entre otros. El beneficio es para todos y se observa como desde los padres de familia viven esta era digital en donde la comunicación se ha transformado, las redes sociales se emplean con mayor frecuencia para comunicarnos, pero cuando no se tiene un conocimiento acerca de los riesgos que albergan en la web es probable caer en el mal uso de redes sociales (Moreno López et al., 2017).

En el confinamiento provocado por la Covid 2019 el uso de redes sociales tomó protagonismo, el número de publicaciones e interacciones aumentaron a diferencia de años anteriores (Vega, 2020) Los progenitores al pasar mayor tiempo en redes sociales han normalizado ciertas acciones como crear huella e identidad digital, perfiles para sus hijos, subir información personal, postear de forma constante fotografías, colgar contenido a plataformas, dejando así un rastro digital que es difícil borrar de la web, los progenitores sin darse cuenta exponen a sus hijos a los peligros de la red.

### **Identidad digital**

Antes de incurrir al tema, debe entenderse el significado del término identidad; según Carolina de la Torre, es la facultad de los individuos para distinguirse de otros, identificarse con ciertas cualidades, construir un sentido de pertenencia que se desarrolla individual o colectivamente (Marcús, 2011).

Se entiende como la agrupación de datos sobre alguien esparcida en internet, contiene todas las acciones que lo distinguen del resto como datos particulares, publicaciones, preferencias. Centrándolo al modelo de F.Georges la identidad se forma por el tipo de datos que el usuario enseñe, cuando la información es detallada y personal se habla de una identidad declarada, la identidad actuante es fruto de los comportamientos y acciones llevadas en plataformas y la identidad calculada o inferida que surge a partir de la observación de acciones que realiza el individuo, todos estos datos pueden ser

empleados para caracterizar a un individuo y determinar sus gustos y preferencias (Giones y Serrat ,2010).

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) forman una identidad extendida de cibernautas, ventajosa o desventajosamente facilita conocer a otros y darse a conocer, así como obtener información (Telefónica, 2013). Los padres millennials crean una identidad digital de sus hijos cuando son menores de edad, suben informacióno fotografías y los exponen al público allí afuera, mostrando detalles riesgosos para laprivacidad del menor. Según la terapeuta Verónica Rodríguez, los meses de julio y agosto se saturan con fotografías de niños ejecutando actividades cotidianas (Área, 2011).

### **Huella digital**

Se entiende como huella digital a toda la información que queda registrada cuando un usuario utiliza internet, tiene sus beneficios como contras, cuando la información es manipulada por empresas o terceros les sirve para comercializar un producto en base a las preferencias y datos guardados. Cuando una persona utiliza un sitio web la dirección IP brinda información como ubicación, sexo, edad, sistema operativo del ordenador, lo cual no representa violación de privacidad, los datos revelados son estadísticos que sirven para establecer perfiles de comprador o visitante en la web. Se facilita el uso personal por medio de cookies, por ejemplo, al ingresar a redes sociales, no es necesario ingresar la contraseña constantemente, pues se guarda en el dispositivo (Salgado, 2016).

La huella digital se conoce como huella electrónica o sombra digital en contraste con lo ya mencionado existen cookies que pueden crear un perfil con información personal, cuando un individuo navega por la web y acepta políticas de privacidad da paso a que sus datos sean vendidos o compartidos con otros, uno de los riesgos de la huella digital es el “*phishing*” que consiste en la creación de perfiles falsos con fotografías e información personal de un individuo que se hace pasar por otra persona para estafar a

contactos mediante mensajes, una práctica que está tomando fuerza hoy en día, especialmente en redes sociales como Facebook (Universidad de Alicante, 2017).

### **Perfil social**

Es el procedimiento que se realiza para crear una identidad de un individuo, la carta de presentación ante la era digital, misma que se modifica dependiendo de las cualidades, características, preferencias y gustos de quien lo usa, varias plataformas abren la posibilidad de crear estos perfiles y compartir información con otros miembros, permitiendo socializar en línea y mostrarse ante otros usuarios, algunos de los sitios populares en la creación de perfiles son: LinkedIn, google, Instagram, Facebook, Twitter (Muñoz, 2013).

Cada red social posee términos de uso y políticas de privacidad permitiendo así su libre acceso, la edad aceptada para empezar a utilizarse es de 13 años en adelante, sin embargo, la información puede ser tergiversada y modificada, de tal forma que se incumple un requisito de edad y son niños quienes empiezan a manipularlas, por motivos de curiosidad, seguir el ejemplo de sus amigos o marcar una tendencia. Según el estudio de la empresa de comunicaciones Orange, el 5% de niños de 0 a 2 años ya tienen un perfil creado en Facebook, lo que muestra que los mismos progenitores se encargan de gestar un perfil social para sus hijos y los exponen en redes sociales (Sádaba, 2010).

### ***Sharenting***

#### **Definición**

<i>Autor</i>	<i>Definición</i>
The Wall Street Journal (2003)	El término fue acuñado por primera vez en el año 2003 y se conoció como compartir información.

Maltz Bovy (2013)	El mayor peligro para la privacidad del menor no proviene de entidades sino de sus padres, la autora menciona que el Sharenting se practica cuando el menor pueda ser identificado, ya sea por nombre, rostro o sexo y cuando está al alcance de una audiencia masiva.
Steinberg (2017)	Expresión empleada para especificar las formas en que los progenitores muestran momentos sobre la vida de sus hijos en la red.
Fernández y Mendoza (2017)	El término proviene de las palabras share: compartir y parenting: paternidad, se entiende entonces como la acción desmedida de “difundir” en medios sociales excesiva información sobre los hijos, creando así un rastro digital, que trae consigo acciones negativas y perjudica a la privacidad de los menores.
Brosch (2018)	Brindar abiertamente información minuciosa sobre los hijos a través de grabaciones, retratos, publicaciones empleando redes sociales provocando una vulneración del derecho a la intimidad y privacidad del menor.
Kopecký et al. (2020)	Lo define como la acción de “compartir” y la práctica habitual que los progenitores tienen al usar redes sociales para comunicar noticias, imágenes e información íntima sobre sus hijos.
Llanos Cabedo (2020)	Es una actividad en la que se propagan por medio de las redes sociales fotografías, críticas o juicios con relación a los propios hijos menores de edad por parte de sus progenitores de forma separada o conjunta, una manifestación que va de la mano con el avance de las redes sociales.

Azurmendi et al. (2021)	Acción de difundir en sitios web, imágenes, videos o comentarios sobre los descendientes en su mayoría menores de edad, por parte de sus padres, el menor se ve afectado cuando los padres suben información penosa sobre ellos o comparte fotografías inapropiadas en redes sociales que pueden convertir al niño/a en motivo de burlas o ciberacoso.
-------------------------	--

Con los términos ya mencionados, se construye una definición de Sharenting entendiéndolo como la acción involuntaria de difundir fotografías a las redes sociales de menores de edad ya sean familiares, amigos o desconocidos, cuyo contenido puede llegar a afectar la privacidad del menor, siendo blanco de peligros en la sociedad.

### **Funcionalidad del Sharenting**

Es una práctica cada vez más normalizada, quienes toman protagonismo son: padres, tíos y abuelos, pero en realidad son los niños los que juegan un rol fundamental, no obstante, los que toman la retribución de subir toda la información sobre hijos, nietos, sobrinos o hermanos son los adultos, con frecuencia sin consentimiento alguno y sin que los menores sean conscientes de estos actos. El Sharenting funciona como una práctica que llevan a cabo los progenitores para compartir todo tipo de información personal o contenido sobre sus hijos en redes sociales, creando una huella digital para el menor incluso hasta antes de que nazca. Gran porcentaje de padres tienen las mejores intenciones al compartir sobre sus hijos en el mundo digital, a menudo son ellos quienes deciden cuando es conveniente compartir cierta clase de información sobre su familia, pero por otro lado hay ignorancia en el punto de no saber las consecuencias que podrían acarrear en un futuro (Salgado et al., 2021).

### **Causas del Sharenting**

Una de las causas que provocan este fenómeno es la falta de información y capacitación sobre el uso de redes sociales, privacidad y seguridad online. Según estudios por

McAfee (compañía de software especializada en informática) también se debe al uso exorbitante de internet provocado por el estímulo y la necesidad de permanecer conectado para estar al pendiente de lo que ocurre en redes sociales. (Salgado et al., 2021) Además por el intercambio de información que se da por medio de las plataformas sociales en donde los progenitores toman estos sitios como canales para comunicarse y compartir imágenes tradicionales de la vida en familia (Hinojo et al., 2020).

### **Motivos para practicar Sharenting**

En una investigación los autores Verswijvel et al., (2019) exploran los motivos para practicar Sharenting y conforme a análisis factoriales percibieron cuatro razones para compartir: motivos de consejo de los padres, motivos sociales, motivos de gestión de impresiones y motivos de archivo informativo.

### **Riesgos del Sharenting en el menor**

Una vez que una imagen está en una red social y es accesible para cualquiera, se abren una serie de riesgos. Por ejemplo, existe la opción de que un individuo pueda descargar la fotografía y manipularla para usos indeseados. Entre ellos están la pornografía, con un montaje de la cara del pequeño sobre una imagen de otra persona, o la suplantación de identidad. Se han detectado casos en los que otros menores han usado otras fotos para crearse perfiles falsos y hacer pasar a sus compañeras o conocidas por prostitutas o inclusive acosar a un tercero. Si son los padres quienes desde el inicio comparten imágenes de sus hijos, cómo pretenden inculcar después el cuidado de su identidad y huella digital (Borondo, 2022).

Sin llegar al extremo que supone el Sharenting, si se piensa compartir en las redes sociales o en cualquier otro entorno público una imagen o información de los hijos. Es importante evitar que se les pueda reconocer e identificar, no mostrar su caray no dar detalles ni información personal sobre ellos, pedirles permiso antes de publicar sobre ellos, sobre todo a medida que van ganando madurez: es una forma no solo de mostrar

que respeta su intimidad, sino también de inculcar que deben a su vez respetar la de los demás (Borondo, 2022).

### **Contenido en redes sociales**

Principalmente los contenidos se crean para orientar, informar, educar y ayudara las personas dentro del conjunto que has definido como tu público objetivo. En otras palabras, es aquello que se muestra agradable, interesante, relevante y valioso para tu audiencia. Mostrar el lado humano es participar en la conversación, dar un trato adecuado y aportar valor al público. Una estrategia efectiva en redes sociales requiere investigación, conocimiento y constancia. Según afirma Andrés Reid, VP de Comscore, “el 74 % de los consumidores confían en las redes sociales para compartir sus decisiones de compra”, por eso, es indiscutible que la mayoría de las personas que consultan las redes sociales, lo hacen para buscar comentarios o recomendaciones de lo que quieren comprar (Bidart y Cacciuttolo, 2009).

### **Tipos de fotografías de menores en la web**

Las interacciones positivas recibidas en las plataformas sociales como comentarios, o reacciones de “me gusta” provocan la liberación de dopamina en el cerebro, la misma genera una percepción de recompensa, como: acción- reacción, si el número de respuestas en las fotografías publicadas por los padres es alto, lo más probable es que lo sigan publicando (Medrano, 2018).

Según Schoenebeck (2015) los progenitores usan Facebook para mantenerse en contacto con familiares , amigos y otros padres, además tienen un mayor grado de satisfacción cuando son otros padres quienes comentan las publicaciones creadas por ellos de sus hijos, mencionan que algunos progenitores reciben mayor cantidad de reacciones a fotografías de menores a diferencia de otras comunes en las que se encuentran solos, contrastándolo con una investigación turca, los progenitores desean ser visibilizados a través de sus hijos. De esta forma, el tipo de fotografías de los niños

que se suben a redes sociales tienen una clasificación (Maraşlı et al., 2016).

### **Hitos importantes de la vida de los hijos**

El término hito se emplea cuando se nombra algún acontecimiento o evento trascendental que ha marcado una línea de tiempo (RAE, 2022).

Uno de los actos que en gran mayoría encabezan los hitos cruciales en la vida de un progenitor es el nacimiento de su hijo, por lo que es normal observar fotografías de ecografías del bebé hasta antes que nazcan. Un hito de desarrollo se entiende como las destrezas que los niños adquieren acorde van creciendo, por lo general se relacionan con “las primeras veces” como por ejemplo decir sus primeras palabras, gatear, aprender a caminar, comer por sí solo, la salida de sus dientes y todo lo que se relacione a hacer alguna actividad por vez primera. En las redes sociales es común observar como este tipo de fotografías invaden la red, cuando ocurren se evidencian en plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp (Schiariti, 2019).

### **Actividades sociales**

La actividad es un proceso humano, activo e intencional producido en un lapso de tiempo, específicamente social ya que sigue reglas para tener una buena convivencia con el entorno generado, según la filosofía marxista “la actividad y el disfrute de sus beneficios son de carácter social, tanto en su estructura como en su modo de existencia la actividad social y su práctica social” (Ayuso, 2007).

Las actividades sociales entonces son interacciones que se realizan entre individuos con la finalidad de compartir asuntos afines o que produzcan bienestar. En la práctica de Sharenting los progenitores tienden a subir fotografías sobre: reuniones familiares, días de campo, paseos en el parque, excursión, y todas las actividades que relacionen la interacción del menor con algún otro u otros (Ayuso, 2007).

## **Actividades artísticas**

Son el conjunto de manifestaciones que abren paso a la liberación de destrezas creativas, sirven para expresar sensaciones, sentimientos, e ideas y van de la mano junto con la estética, en los niños estas actividades ayudan a su desarrollo psicosocial y mejorar su lenguaje abstracto (Galea, 2022).

Los progenitores tienden a motivarse y sentir orgullo cuando sus hijos se ven envueltos en actividades artísticas, ya sea por aprendizaje o naturaleza innata, lo cual los lleva a documentarlos desde muy corta edad, haciendo de ellos una figura pública. En una entrevista a la revista “GirlGaze” Willow Smith (hija de Will Smit) menciona: “crecer bajo los focos no ha sido agradable no puedes cambiar tu cara, ni a tus padres, no puedes cambiar nada. Así que siento que la mayoría de los niños como yo terminan en una espiral de depresión, mientras el mundo lo presencia a través de sus móviles; burlándose y haciendo bromas y memes” (La Nación, 2017).

## **Fotos que consideran lindas o graciosas**

Detrás de la práctica del fenómeno Sharenting no hay otro afán más allá que compartir buenos momentos, engrandecimiento por los hijos, cariño paterno-filial incontenible o fotografías “graciosas o adorables” con familiares o amigos. De toda la clasificación de fotografías esta es la que más repercusiones tiene hacia los menores, según un estudio de la universidad de Michigan, el 56% de los padres sube a sus redes sociales fotografías que consideran “graciosas” pero en un futuro pueden traer problemas en la vida estudiantil o laboral del menor en cuestión (Benayas, 2018).

## **Información sobre enfermedades u operaciones**

Según Hiniker et al. (2017) Los progenitores suben fotografías de enfermedades o

intervenciones quirúrgicas de sus hijos con la finalidad de generar un sentimiento de morbo, intriga, incertidumbre, compasión o en algunos casos empatía hacia los menores, quieren dar a conocer a sus conocidos y amigos en redes sociales el estado de salud por el que pasan sus hijos, mencionan que un beneficio de compartir este tipo de imágenes es generar ayuda económica.

### **Selfis con amigos o familia**

Una selfi es un autorretrato que se realiza por medio de un aparato tecnológico, esta práctica tomó popularidad en el año 2012, la socióloga Andrea Balgantoni menciona que una auto fotografía se liga a la autoestima y la mirada externa. En las redes sociales inundan selfis de diferentes tipos, en el Sharenting es común observar “Youie” que son fotos de fotos, es decir, subir una fotografía de forma digital de una física, generalmente son de momentos de infancia o también las llamadas “Mom selfies” que son fotos de madres con sus hijos en primer plano, así como las selfis familiares en donde se muestran a toda la familia compartiendo momentos amenos (Urban Dictionary, 2018).

## **1.4 Marco Legal**

### ***1.4.1 Privacidad de menores en redes sociales***

#### **Código de la niñez y adolescencia**

Art. 11: El interés superior del niño: el interés superior del niño es un principio que está orientado a satisfacer el ejercicio efectivo del conjunto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes; e impone a todas las autoridades administrativas y judiciales y a las instituciones públicas y privadas, el deber de ajustar sus decisiones y acciones para su cumplimiento (Código de la Niñez y la Adolescencia, 2003).

Art. 15: Titularidad de derechos: los niños, niñas y adolescentes son sujetos de derechos y garantías y, como tales, gozan de todos aquellos que las leyes contemplan en favor

de las personas, además de aquellos específicos de su edad.

Art. 18: Exigibilidad de los derechos: los derechos y garantías que las leyes reconocen en favor del niño, niña y adolescente, son potestades cuya observancia y protección son exigibles a las personas y organismos responsables de asegurar su eficacia, en la forma que este Código y más leyes establecen para el efecto.

Art. 19: Sanciones por violación de derechos: las violaciones a los derechos de los niños, niñas y adolescentes serán sancionadas en la forma prescrita en este Código y más leyes, sin perjuicio de la reparación que corresponda como consecuencia de la responsabilidad civil (Ley No. 100., 2003).

### **Derecho a la propia imagen**

Es el derecho de la persona a decidir sobre la comunicación de su imagen física y a evitar que, sin su consentimiento, se capte, reproduzca, se difunda o se explote comercialmente. Se distingue de este modo de derechos de la personalidad cercanos, como son el derecho al honor y el derecho a la vida privada, que tienen por objeto la buena fama y el respeto a un espacio personal de libertad de actuación (Nogueira, 2007).

### **Política pública por una internet segura para niños niñas y adolescentes**

Esta política fue elaborada gracias a la participación del Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional (CNII) con el apoyo de varias instituciones públicas y privadas, así como también nacionales e internacionales, centrándose en cautelar la dignidad y velar por el bienestar físico, psicológico y sexual del sector vulnerable de niñez y adolescencia, tiene consigo mecanismos de prevención en caso de abuso a algún derecho, trabaja en pro de cinco ejes para que las instituciones lo cumplan y velen por el bienestar de los menores (Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional,2020).

## **OBJETIVO GENERAL**

- Identificar la práctica de Sharenting en madres universitarias de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar un instrumento de medición de Sharenting.
- Caracterizar el perfil de las madres que practican Sharenting.
- Determinar los factores que motivan la práctica de Sharenting en madres universitarias.

## CAPÍTULO II.-METODOLOGÍA

### 2.1. Materiales

Al indagar acerca de este tema de actualidad se considera existe limitada información sobre la base teórica y empírica. Para dar cumplimiento a uno de los objetivos específicos es necesario diseñar un instrumento que permita evaluar la variable “Sharenting”, sin embargo, no existe alguno que mantenga un grado de confiabilidad y pueda ser aplicado, razón por la cual se creará uno que pueda ser utilizado dentro de la investigación.

Previamente a la construcción del instrumento de Sharenting, se revisó si existían modelos o teorías anteriores para realizar la medición, por lo tanto, se llevó a cabo una exploración de literatura, misma que se basa en indagar toda la información existente hasta la fecha. Para el médico-bioestadístico (Supo, 2013) cuando se hace este tipo de revisión pueden presentarse tres circunstancias con el concepto: 1) está plenamente definido; 2) parcialmente definido; y 3) no está definido. En este caso las características se sitúan en la segunda opción, puesto que existe teoría basada en conceptos, pero no instrumentos validados que lo respalden.

Seguido de ello, se recolectó información acerca de: definiciones; artículos científicos; diccionarios; e investigaciones que puntualizaron las características de la variable. Las principales herramientas de búsqueda de información empleadas fueron: Google Académico; Redalyc; Chemedica; RefSeek; y Dialnet.

Una vez obtenido el constructo epistemológico de este estudio, se procede a elaborar un cuestionario, para García (2003) es una herramienta dentro de la investigación que se crea utilizando un conjunto de preguntas de diferentes tipos, está organizado con un orden específico dependiendo de los aspectos que vayan a ser evaluados o investigados, su forma de aplicación depende del grupo.

El cuestionario contemplará dos secciones, una de datos sociodemográficos y otra con un cuestionario de 26 preguntas con un listado de posibles respuestas. También, se emplearán algunas preguntas con escala de carácter ordinal. Para dar respuesta a los objetivos específicos y medir ciertos aspectos, el cuestionario estará subdividido por tres dimensiones: 1) Riesgo del uso de redes sociales en progenitores; 2) Contenido y Frecuencia de Publicación y 3) Motivos y Riesgos. Además, es de vital importancia mencionar que el instrumento para que pueda ser aplicado será evaluado por medio de Juicio de expertos y así mismo para presentar confiabilidad será sometido a una validación de contenido usando Alfa de Cronbach.

## **2.2. Métodos**

### ***2.2.1 Enfoque***

En términos generales, para Otero (2018) en una investigación se utilizan dos enfoques: cualitativo y cuantitativo por su eficiencia en el procedimiento aplicado. Menciona que ambos paradigmas manejan procedimientos meticulosos, sistemáticos y experimentales, observan y examinan fenómenos y como fruto de ello, formulan supuestos que pueden ser demostrados. Comprueban estas suposiciones y presentan observaciones y conclusiones para aclarar, corregir y fundamentarlas u originar otras.

En la investigación se emplea el enfoque cuantitativo, que según manifiestan Hernández et al. (2014) se concentra en mediciones numéricas, usa la observación del proceso para recolectar datos, los analiza y da respuesta a preguntas de investigación, la hipótesis empleada es comprobada, y se utiliza la estadística para implantar de forma exacta algún patrón de comportamiento, encontrado en el grupo estudiado.

Según la metodología, este enfoque se distingue por priorizar el uso de procedimientos precisos, métodos experimentales y la empleabilidad de técnicas de recolección de datos, medición de dimensiones, obtención de frecuencias y estadísticos de la población (Mata, 2020) El estudio requiere de una compilación de datos a ser medidos

por parte de la población escogida; en este caso las madres universitarias pertenecientes a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Posterior a la recolección de información se identifican valoraciones numéricas por medio del cual se dará respuesta a las preguntas que contemplan la investigación.

### **2.2.2 Nivel**

#### **Investigación exploratoria**

Según Morales (2015) este tipo de estudios se llevan a cabo cuando el objeto a investigar es un tema o problemática poco estudiado, explorado, no ha sido indagado, es reciente, o a su vez se emplea cuando aparece un nuevo fenómeno que debido a su origen no da paso a una descripción o a la comprobación de hipótesis. Al tratarse de un tema que no se ha explotado e investigado en su totalidad, aún menos en el Ecuador, se cree necesario utilizar el método de investigación exploratoria. Para que el resultado obtenido de este contribuya con cimientos en la investigación, sirva como base para posteriores estudios, motiven a otros a continuar esta indagación y respondan a una problemática presentada.

#### **Investigación descriptiva**

En esta investigación se determina las particularidades del grupo de estudio, “madres universitarias”, se rige por medio de métodos sistemáticos que dan paso a la categorización de estructura o comportamiento de los fenómenos a ser estudiados. Según los autores Morales F (2018) para llevar a cabo esta investigación se puede valer de la observación cuantitativa, que reúne de forma concreta datos e información fundada en cifras y valores.

Particularmente este tipo de investigación se utiliza, porque permite describir situaciones, contextos, o cualidades de la población “madres universitarias” de forma individual y grupal, permite dar una percepción del funcionamiento del fenómeno a

estudiar y la manera en la que el grupo se comporta, para identificar los motivantes de práctica de Sharenting, así como el nivel en el que se sitúa.

### **2.2.3 Métodos**

#### **Método analítico-sintético**

Los autores Rodríguez y Pérez (2017) mencionan que el método analítico- deductivo se utiliza para descompagnar un todo en diversas partes, permitiendo así estudiarlo desde lo más mínimo a lo más complejo, de esa forma se conoce a detalle sus bases y a partir de dicha observación se realiza un compendio con toda la información recaudada.

Se trabaja con este método debido a que ejecuta una descomposición del tema, “Sharenting”, para comprender a detalle todos los principios y elementos que rodean al término, se distingue y analiza las partes de este, desde lo más pequeño que es una red social hasta lo complejo que es el fenómeno, para llegar a una síntesis de lo que conlleva el término es necesario separarlo y analizarlo cautelosamente.

#### **Método Deductivo**

Es una forma de razonamiento que deriva del método científico y que tiene como finalidad obtener conclusiones lógicas a partir de un grupo de premisas, es decir, se deducen, si los hechos y premisas son ciertos, la conclusión también lo será (Abreu, 2014). En el estudio se emplea este método porque a través de las respuestas que se obtienen de los participantes se deduce el concepto o significado, es de se va construyendo los conceptos y significados cuando ya se tiene una teoría. El método es un enfoque que nos ayudará a entender los entornos de la investigación acorde al contexto a las madres que están compartiendo contenido. A través de este se puede indagar y aportar a la teoría con los resultados de la investigación.

#### ***2.2.4 Población***

Para López (2004) es la agrupación de individuos o elementos de los que se pretende obtener información. En el caso de la investigación, la población con la que se va a trabajar son las madres universitarias de la Universidad Técnica de Ambato pertenecientes a las carreras de; Derecho, Trabajo Social y Comunicación. Desde nivel cero (nivelación) hasta noveno semestre de la carrera, por lo que la población está conformada por cincuenta y cuatro madres correspondientes.

#### ***2.2.5 Muestra***

La muestra se entiende como un subconjunto, así como también una fracción del universo o población con el cual se realiza la investigación, además para tomar una cantidad concreta llamada muestra, se deben someter a fórmulas confiables, debido a que la muestra es una parte representativa de la población estudiada (López P. L., 2004). En la investigación no se utiliza muestra, ya que se considera una población pequeña y la misma conforma el estudio, por lo que no es necesario emplear ningún cálculo para dar con este.

## CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis y discusión de resultados

#### 3.1.1 Validación del instrumento.

Mediante la base teórica y los acercamientos a la población se formularon los ítems para el instrumento (Anexo 2) acorde a las características encontradas. Este consta de dos secciones, una de datos sociodemográficos y otra con un cuestionario de 26 preguntas con un listado de posibles respuestas. También, se utilizaron algunas preguntas con escala de carácter ordinal. Para dar respuesta a los objetivos específicos y medir ciertos aspectos, el cuestionario se subdividió por tres dimensiones, como se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Dimensiones del instrumento*

---

**Categorías**

---

Riesgo del uso de redes sociales en progenitores  
Contenido y Frecuencia de Publicación  
Motivos y Riesgos

---

Seguidamente, para la validación del instrumento, se utilizó la técnica de validación de expertos, que según Robles Garrote & Rojas (2015) es un método de legitimación práctico para corroborar la confiabilidad de una investigación, se la entiende como un análisis crítico de personas con experticia en el tema, quienes tienen la potestad de dar valoraciones. Se empleó entonces el Formato de Validación por Expertos de la Universidad Adventista de Chile, misma que usa el “*método de agregados individuales*” y consiste en la evaluación del instrumento de forma personal, es viable ya que evita la orientación de opinión por contacto entre expertos.

A continuación, se seleccionó a los profesionales quienes cumplieron el papel de jueces, sin antes mencionar, la diferencia entre un juez y un experto. Un experto es una persona que conoce sobre la realidad de algún fenómeno, pero no es un explorador en ese campo, mientras que un juez es un investigador no precisamente en esa línea (Supo, 2013) Por lo que se conformó un equipo multidisciplinario especializado en: Educación; Trabajo Social; Psicología; Psicopedagogía e Ingeniería en Sistemas. El rol que cumplieron los cinco jueces fue la de evaluar el instrumento pregunta a pregunta, esto en función a la adecuación de los ítems y la pertinencia de los objetivos. Además, en la tabla 2 se evidencia esta calificación, con la escala de Likert de tipo acuerdo mismo que contempla cinco opciones de respuesta.

**Tabla 2**

*Escala de medición*

<b>Opciones de respuesta</b>	<b>Puntaje</b>
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

Una vez que los jueces examinaron el instrumento y lo puntuaron (1=muy en desacuerdo a 5=muy de acuerdo), se destinó el promedio de cada una de las preguntas de adecuación y pertinencia, y se sumó los cinco resultados. Según lo menciona el modelo de validación, si el resultado de las valoraciones puntúa con 4 o más en las opciones de adecuación y pertinencia la pregunta es aceptada, caso contrario la pregunta carece de pertinencia, no es clara o incumple con los requisitos establecidos. La tabla 3 señala que los 26 ítems del instrumento fueron puntuados con un valor de cuatro en adelante, lo cual muestra que es válido y no se descartó ninguna pregunta.

**Tabla 3***Validación por expertos del instrumento*

Ítem	Evaluación	Ex 1	Ex2	Ex3	Ex 4	Ex 5	Suma Puntuaciones	Promedio Puntuaciones	Validación Pregunta
1	Adecuación	5	5	5	4	4,3	23,3	4,7	Sí
	Pertinencia	5	3,0	4,8	4,5	4,8	22	4,4	
2	Adecuación	5	4,7	5	4,3	4,7	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	5	4,8	4,8	24	4,8	
3	Adecuación	4,3	5	5	5	5	24,3	4,9	Sí
	Pertinencia	5	4,5	5	4	4,3	22,8	4,6	
4	Adecuación	5	4,7	5	5	3,7	23,3	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	5	3,8	23	4,6	
5	Adecuación	5	5	5	5	4,3	24,3	4,9	Sí
	Pertinencia	5	4,5	5	4,8	4	23,3	4,7	
6	Adecuación	5	5	5	5	4,7	24,7	4,9	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	5	4,5	23,8	4,8	
7	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	5	4	23,3	4,7	
8	Adecuación	5	4,8	5	4,8	4	23,5	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	5	3,8	23	4,6	
9	Adecuación	5	4,7	5	5	4	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	4,5	3,8	22,5	4,5	
10	Adecuación	5	5	5	3,7	5	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	5	3,0	5	22,5	4,5	
11	Adecuación	5	5	5	4,7	4	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	4,5	3,8	22,5	4,5	
12	Adecuación	5	5	5	5	4,3	24,3	4,9	Sí
	Pertinencia	5	4,5	5	5	4,3	23,8	4,8	
13	Adecuación	5	5	5	5	5	25	5	Sí
	Pertinencia	5	4,5	4,8	4,8	4,3	23,3	4,7	
14	Adecuación	5	5	5	5	4,3	24,3	4,9	Sí
	Pertinencia	5	5	4,5	5	4	23,5	4,7	
15	Adecuación	5	5	5	5	3,7	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	5	5	5	3,3	23,3	4,7	
16	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	4,8	5	4	23,8	4,8	
17	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	4,5	4,5	4	23,0	4,6	
18	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	5	5	4,5	24,5	4,9	
19	Adecuación	5	5	5	5	5	25	5	Sí
	Pertinencia	5	5	5	4,8	4	23,8	4,8	
20	Adecuación	5	4	5	5	3,7	22,7	4,5	Sí
	Pertinencia	5	4	4,8	3,0	4	20,8	4,2	
21	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	5	4	3,8	22,8	4,6	
22	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	5	4,5	3,5	23	4,6	
23	Adecuación	5	5	5	5	4	24	4,8	Sí
	Pertinencia	5	5	5	4,8	4	23,8	4,8	
24	Adecuación	5	5	5	5	4,3	24,3	4,9	Sí
	Pertinencia	5	5	4,8	5	4,3	24	4,8	

25	Adecuación	5	5	5	4,7	4	23,7	4,7	Sí
	Pertinencia	5	5	5	4	4	23	4,6	
26	Adecuación	5	5	4,7	4,7	4	23,3	4,7	Sí
	Pertinencia	5	5	4,8	4	3,8	22,5	4,5	

*Nota:* Ex= experto

Posteriormente, con la validación de expertos se aplicó una pequeña prueba piloto con algunas madres, en donde el material fue expuesto de forma oral, esto con la finalidad de identificar si las preguntas se comprendían y podían ser respondidas. Más adelante se usó la herramienta “Google Formularios” para que este pueda ser completado por la muestra utilizando un link generado y se procedió a aplicar la encuesta a las participantes.

Una vez obtenida la información se generó un documento en Microsoft Excel con los resultados, para su análisis se utilizó el programa IBM SPSS Statistics TIC 21 y para la validación de confiabilidad del cuestionario fue aplicado el método Alfa de Cronbach ( $\alpha=0.87$ ) que determinó una consistencia numérica **buena** que se visualiza en la tabla 4.

**Tabla 4**

*Estadísticas de fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N. de elementos</b>
,870	46

### 3.2 Análisis de resultados

#### 3.2.1 Características o perfil del grupo de estudio

A continuación, se exponen los resultados obtenidos referentes a las características sociodemográficas de las participantes. Se identificó que el grupo comprendía una media de edad de:  $X=25$  años ( $DS=5,48$ ;  $Min=19$ ;  $Máx =46$ ). Así mismo la media de edad de los hijos es de  $X=3$  años ( $DS=3,85$ ;  $Min=1$ ;  $Máx.=22$ ).

La tabla 5 (*Análisis descriptivo de variables sociodemográficos*) señala que existe un mayor número de madres en la carrera de Trabajo Social (n=28) que conforma a la mitad de la muestra con 51,9%, seguido de la carrera de Derecho (n=19) con 35,2% y el restante corresponde a la carrera de Comunicación Social (n=7) con 13,0 %.

Igualmente, se evidencia que en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales el mayor número de madres pertenecen al tercer semestre (n=10; 18,5%), seguido del sexto a octavo semestre (n=8; 14,8%) y (n=7; 13%), en los cursos cuyo número es menor e igual a 6 madres están comprendidos por primero y cuarto (n=6; 51,9%); quinto y noveno (n=5; 9,3%). Los estados civiles que predomina en las madres de la facultad `es de soltera (n=24; 44,4%) y el de casada (n=16; 29,6%).

Los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de las madres tienen como ocupación el ser estudiante (n=26; 48,1%), y un porcentaje eminente del 35,2% de madres estudian y mantienen un trabajo a medio tiempo (n=19). Así mismo, ninguna madre se identifica con una clase social alta, pero gran porcentaje de ellas pertenece a la clase social media (n=49; 90,7%) y solo una mínima cantidad responde a la clase social baja (n=5; 9,3%). En contraste con su situación laboral el 53,7% perteneciente a 29 madres es activo, mientras que el 46,3% de ellas (n=25) es inactivo.

**Tabla 5**

*Análisis descriptivo de variables sociodemográficos*

Variable		f	%
Carrera	Trabajo Social	28	51,9
	Comunicación Social	7	13,0
	Derecho	19	35,2
Semestre	1 semestre	6	11,1
	3 semestre	10	18,5

	4 semestre	5	9,3
	5 semestre	5	9,3
	6 semestre	8	14,8
	7 semestre	7	13,0
	8 semestre	8	14,8
	9 semestre	5	9,3
Estado civil	Soltera	24	44,4
	Casada	16	29,6
	Unión libre	14	25,9
Ocupación	Estudiante	26	48,1
	Estudiante y trabajadora a medio tiempo	19	35,2
	Estudiante y trabajadora a tiempo completo	9	16,7
Clase social	Media	49	90,7
	Baja	5	9,3
Situación laboral	Activo	29	53,7
	Inactivo	25	46,3

---

Nota:  $f$ =frecuencia; %=porcentaje

### ***3.2.2 Baremación para medir el Sharenting***

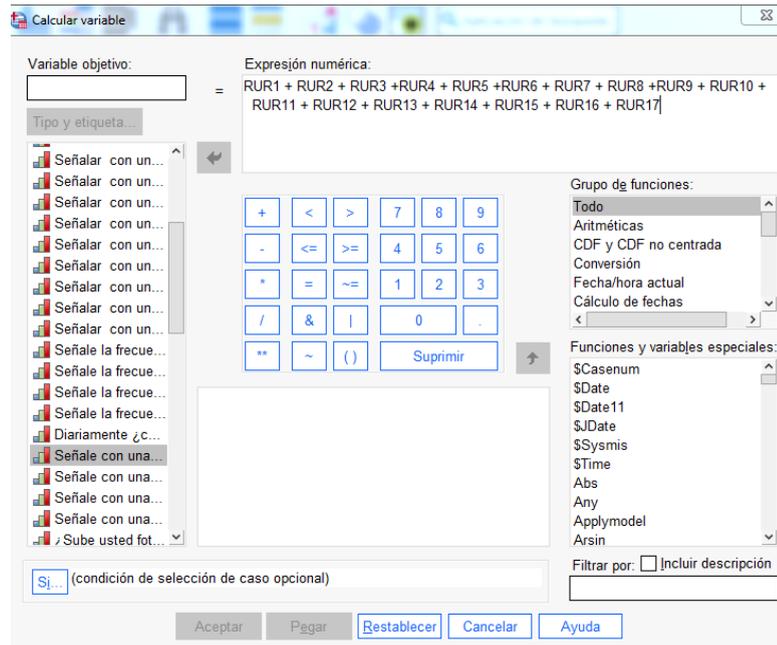
Después de haber distinguido el perfil sociodemográfico de las participantes, se realizó la estandarización de forma general de cada una de las dimensiones que comprende el cuestionario.

En primer orden, se realizó la sumatoria de los puntajes de cada dimensión obteniendo una puntuación total y se los acopló para una comprensión asertiva del lector: los pasos que se siguieron para este proceso fueron: primero seleccionar menú: opción

transformar; segundo: subcomando calcular variable; tercero escoger las preguntas de la dimensión correspondiente y presionar aceptar.

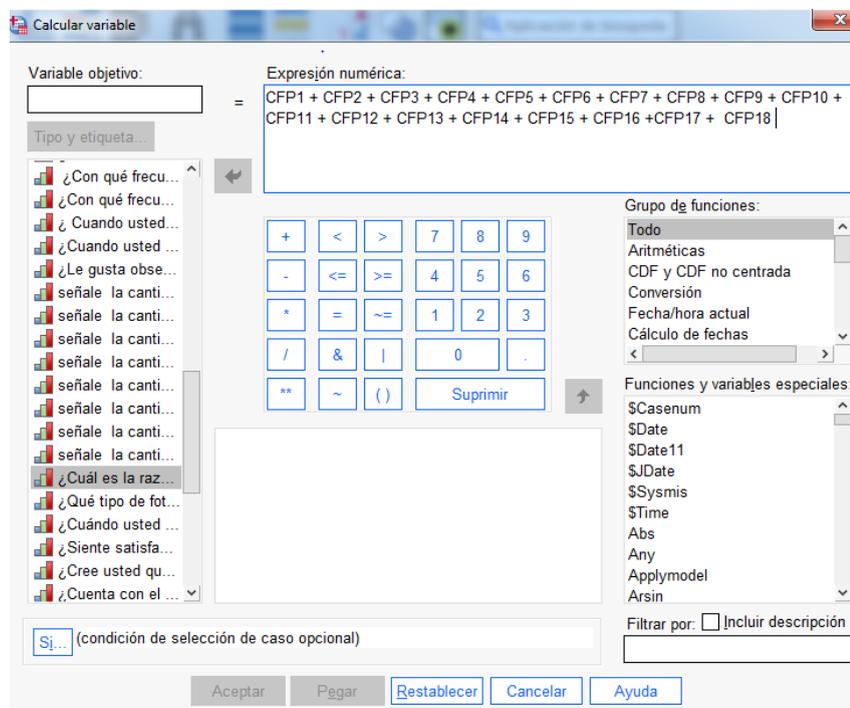
**Figura 1**

*Sumatoria preguntas riesgo del uso de redes sociales*



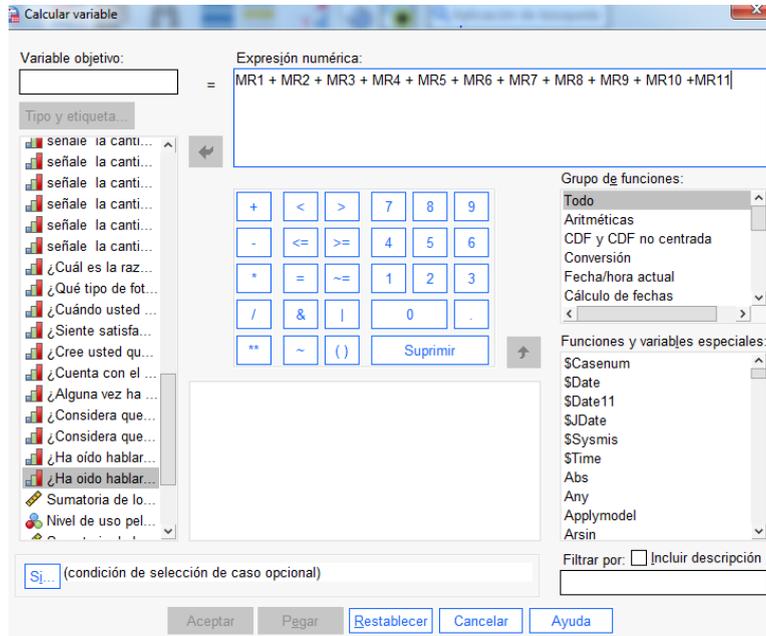
**Figura 2**

*Sumatoria: preguntas contenido y frecuencia de publicación*



**Figura 3**

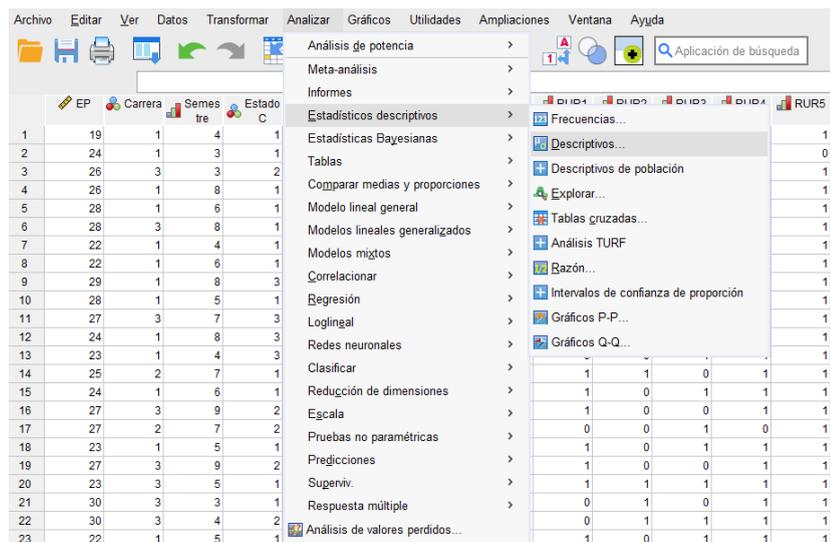
*Sumatoria preguntas motivos y riesgos*



En segundo orden se solicitó al programa estadístico IBM SPSS el mínimo, máximo, media y desviación estándar del total de cada una de las dimensiones. El proceso a seguir fue: buscar la opción analizar, seleccionar estadísticos descriptivos, y presionar descriptivos.

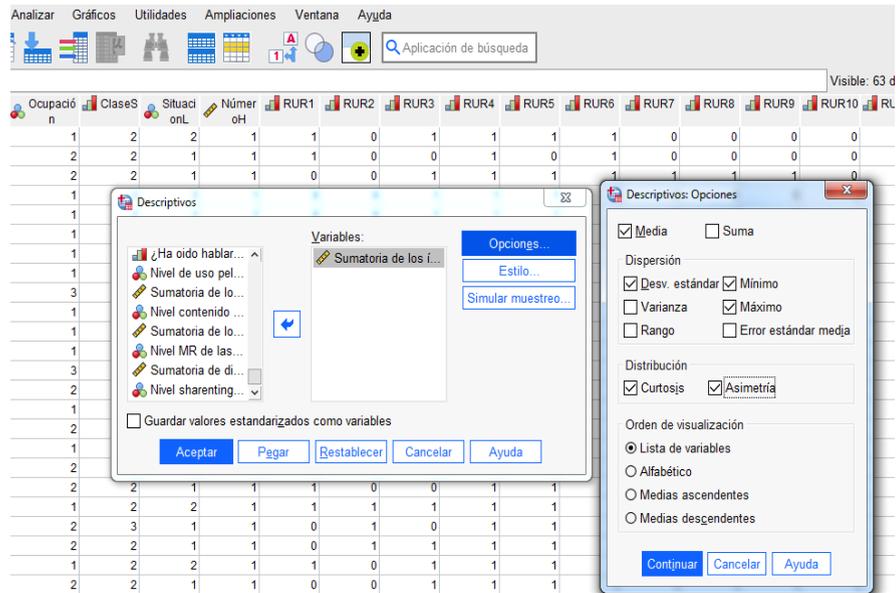
**Figura 4**

*Descriptivos de variables*



**Figura 5**

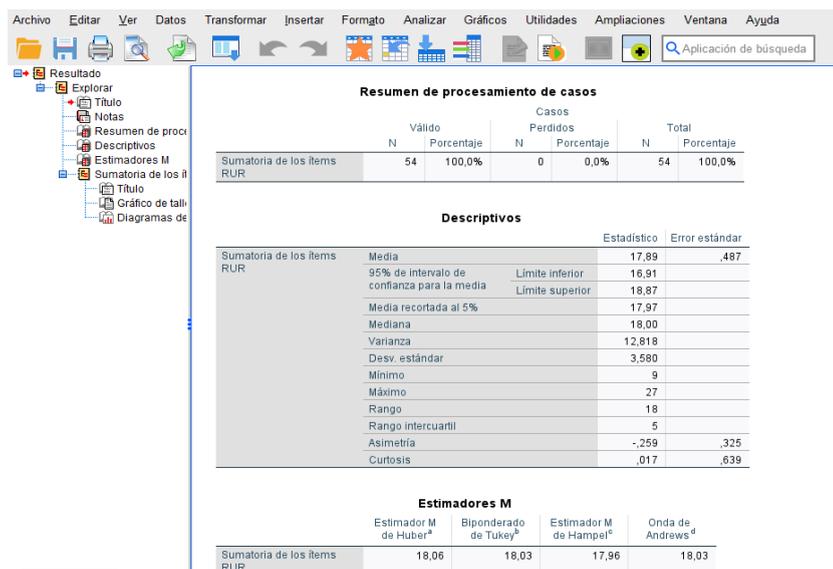
*Descriptivo: ejemplo de primera dimensión*



Seguidamente al presionar la opción sumatoria correspondiente al conjunto de preguntas agrupadas, automáticamente se crea la variable ordinal de cada una de las dimensiones.

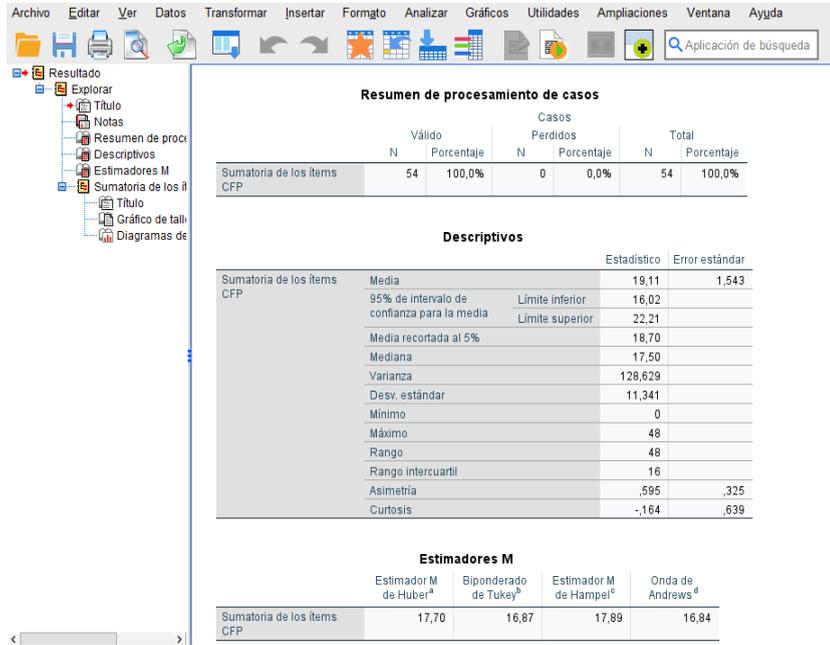
**Figura 6**

*Variable ordinal uso riesgoso redes sociales*



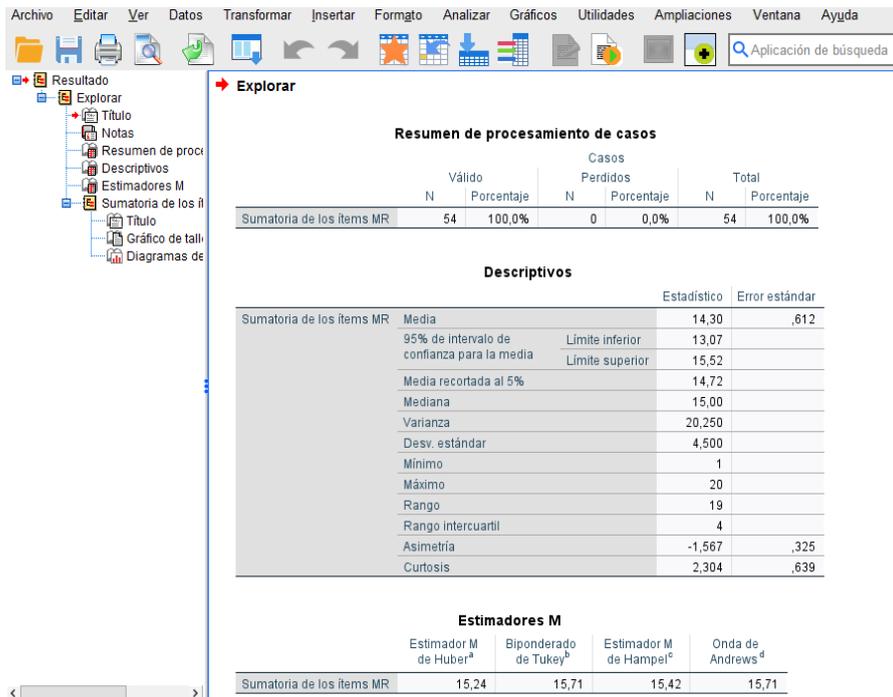
**Figura 7**

*Variable ordinal contenido y frecuencia publicación*



**Figura 8**

*Variable ordinal motivos y riesgos*



Para obtener los niveles, se conocen los rangos mediante el uso de puntuaciones T que determinan la normalidad de la muestra, está al ser pequeña fue aplicada por el método de las Puntuaciones T determinando la normalidad de la muestra. Una puntuación estándar es una clase de puntuación derivada, a través de la cual se presenta o contrasta en una escala un grado de puntuaciones como resultado de diversas mediciones, se utiliza cuando el investigador desea analizar cuando esta puntuación se aleja o acerca de la media, las puntuaciones estándar más empleadas son la T y la Z. La puntuación T se utiliza cuando se trabaja con una población pequeña y se desea estimar la desviación estándar del grupo de estudio (Palacios Martínez, y otros, 2019). Finalmente, se establecen los rangos tal cual se refleja la tabla 6.

**Tabla 6**

*Cuadro gradual-baremación acorde a las Puntuaciones T*

<b>Variable</b>	<b>X</b>	<b>DS</b>	<b>Min/Max</b>	<b>RD</b>	<b>N</b>
Sharenting	52,06	1554	15	(15;36)	Bajo
			82	(37;67)	Moderado
				(68;82)	Alto
Riesgo del uso de Redes Sociales en Progenitores	18,03	3,580	9	(9;14)	Bajo
			27	(15;22)	Moderado
				(23;27)	Alto
Contenido y Frecuencia de Publicación	16,87	11,34147	0	(0;5)	Bajo
			48	(6;28)	Moderado
				(29;48)	Alto
Motivos y Riesgos	15,71	4,50002	1	(1;10)	Bajo
			20	(11;18)	Moderado
				(19;20)	Alto

Nota: X= Media; DS= Desviación estándar; Min= Mínimo Max= Máximo; RD; rango de desviación; N= Nivel categórico.

### **3.2.3 Riesgo del Uso de Redes Sociales en Progenitores**

Al analizar la variable se obtuvo que las progenitoras se ubican en una media  $X=18,03$  puntos, ( $DS=3,6$ ;  $Min=9$ ;  $Máx.=27$ ) Al parecer, los resultados ponen en conocimiento que el uso de las redes sociales en las madres de la Facultad no es significativamente prejudicial, más bien existe cierto control al momento de exponer información que podría poner en riesgo a los hijos. Como se observó en los niveles sugeridos para esta variable, las progenitoras con respecto al riesgo del uso de redes sociales lo practican a un nivel moderado ( $n=41$ ;  $75,9\%$ ) con tendencia a puntajes bajos ( $n=11$ ;  $20,4\%$ ).

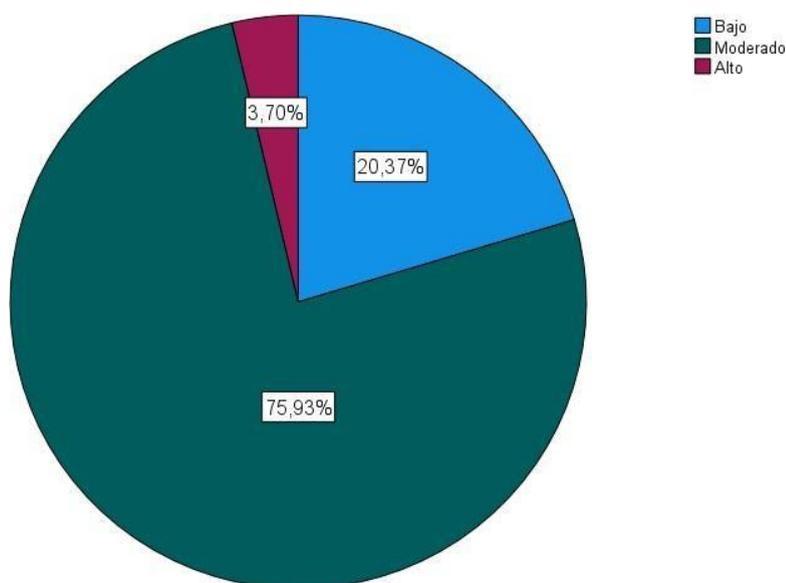
**Tabla 7**  
*Análisis descriptivo de la primera dimensión*

		<i>F</i>	<i>%</i>
Uso Peligroso de Redes Sociales	Bajo	11	20,4
	Moderado	41	75,9
	Alto	2	3,7

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 1**

*Porcentaje de Uso Peligroso de Redes Sociales*



### 3.2.4 Contenido y Frecuencia de Publicación

En la investigación se analizó sobre el nivel del contenido y frecuencia de publicación que mantenían las Madres Universitarias de la Facultad, obteniendo una media  $X=16,9$  puntos ( $DS=11,34$ ;  $Min=00$ ;  $Máx.=48,00$ ). Por medio de esta exploración se obtiene como resultado que posiblemente exista un riesgo considerable con respecto al tipo de contenido y la constancia en que las madres potencialmente publican sobre sus hijos ( $n=12$ ;  $22,2\%$ ), gran parte de la muestra estudiada considera el tipo de contenido que va a ser subido y la frecuencia con la que es mostrado en redes sociales por lo que lo hacen de forma mesurada ( $n=35$  ;  $64,8\%$ ) , por otro lado es mínimo el porcentaje de las madres quienes obvian publicar alguna clase de contenido sobre sus hijos y lo practican esporádicamente ( $n=7$ ;  $13,0\%$ ).

**Tabla 8**

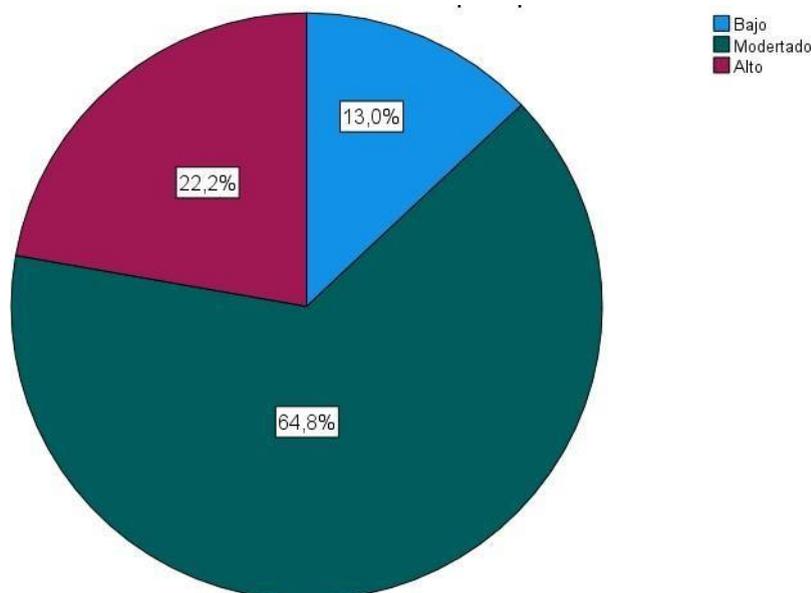
*Análisis Descriptivo de la Contenido y Frecuencia de Publicación*

		<b>F</b>	<b>%</b>
Contenido y Frecuencia de Publicación	Bajo	7	13, 0
	Moderado	35	64, 8
	Alto	12	22, 2

*Nota:*  $f$  = frecuencia; y  $\%$  = porcentaje

**Gráfico 2**

*Porcentaje de Contenido y Frecuencia de Publicación*



### 3.2.5 *Motivos y Riesgos*

En la tercera sección correspondiente a Motivos y Riesgos, se analiza el nivel de pretensión que tienen las madres al momento de subir una fotografía, video o comentario de los hijos a redes sociales, se obtiene una media  $X=15,70$  puntos ( $DS=4,70$ ;  $Min=1,00$ ;  $Máx=200$ ). Por ende se analiza que la mayoría de madres mantienen un nivel moderado ( $n=42$ ;  $77,8\%$ ) en referencia a las razones y motivos que las impulsan a subir alguna clase de contenido de sus hijos en redes sociales y no presentan impulso alguno al momento de hacerlo, quienes tienen un nivel de pretensión alto ( $n=5$ ;  $9,3\%$ ) por subir algún tipo de fotografía, video o comentario sobre sus hijos y mostrarlos en redes por una u otra razón pertenece a un grupo minoritario y las madres que no encuentran motivos, razones o no se hallan interesadas en hacer público alguna clase de contenido sobre sus hijos ajustan una mínima población ( $n=7$ ;  $13,0\%$ ).

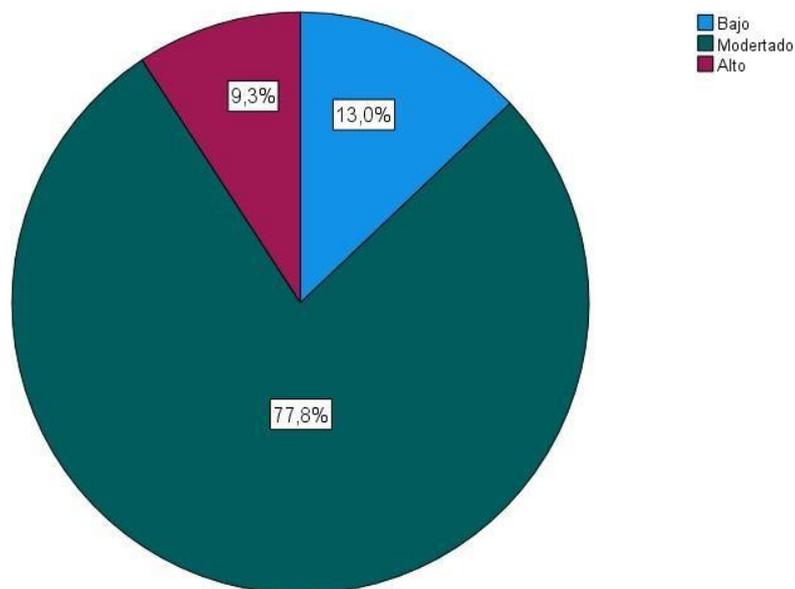
**Tabla 9**

*Análisis Descriptivo de la Tercera Dimensión*

		<i>F</i>	%
Motivos y Razones	Bajo	7	13,0
	Moderado	42	77,8
	Alto	5	9,3

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 3**  
*Porcentaje de Motivos y Riesgos*



### **3.2.6 Nivel de Práctica de Sharenting**

Para Llanos Cabedo (2020) Sharenting es una actividad en la que se difunde información sobre los hijos en redes sociales. Lo que se espera obtener con el análisis de resultados del instrumento es la confiabilidad de medir la exposición riesgosa de información personal de hijos, misma que está compuesta por las tres dimensiones.

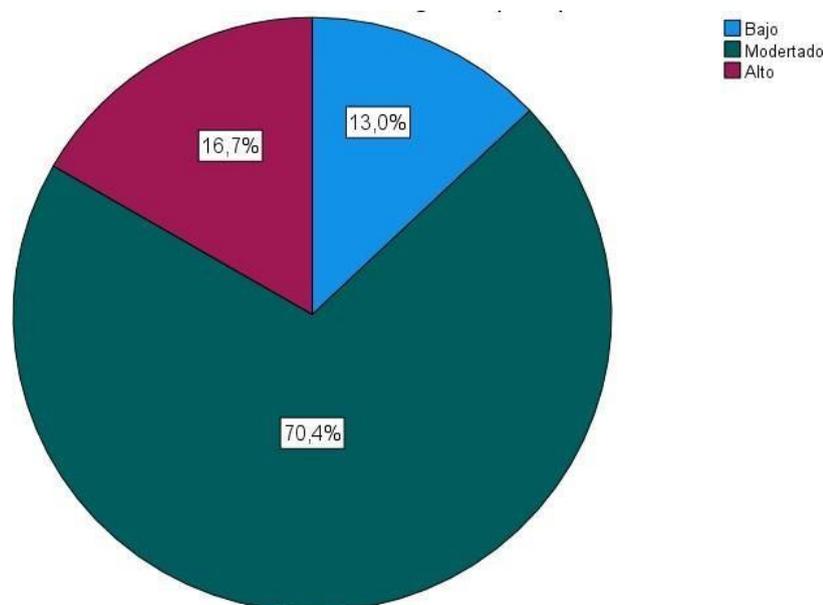
En relación con los resultados, la práctica de Sharenting en las madres de la facultad reportó una media de  $X=52,06$  puntos ( $DS=155$ ;  $Min=15$ ;  $Máx.=82$ ), además al analizar las respuestas se obtuvieron niveles de Sharenting que en su mayoría corresponden a un nivel moderado ( $n=38$ ;  $70,4\%$ ). Lo que podría significar para esta investigación que la práctica de sobre exposición por parte de las progenitoras hacia sus hijos en redes sociales no es excesiva, sin embargo, tampoco se descarta la probabilidad de que algunos menores estén altamente siendo sobreexpuestos ( $n=9$ ;  $16,7\%$ ).

**Tabla 10**  
*Análisis Descriptivo de Sharenting*

		<i>F</i>	<i>%</i>
Sharenting	Bajo	7	13,0
	Moderado	38	70,4
	Alto	9	16,7

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 4**  
*Porcentaje de Sharenting*



### 3.3 Caracterización del Perfil de las Madres que Practican Sharenting

Para dar respuesta a este objetivo específico, el método utilizado fue cruce de variables. El propósito de este procedimiento es determinar cuál es el comportamiento de dos variables cualitativas (Cabascango, 2016). Para ello se cruzó la variable correspondiente al nivel de práctica de Sharenting en las participantes con las variables: edad, carrera; semestre, estado civil, actividades a las que se dedican, clase social y situación laboral.

### ***3.3.1 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Edad de las participantes***

Tomando en cuenta los niveles de práctica de Sharenting en las madres, se realizó el primer cruce de variables junto con la edad del grupo, en donde se obtuvo un intervalo de edad que va desde menor a los 20 años a mayor a 30 años. Se obtiene entonces que las madres menores a veinte años (n=1; 100%) presentan un nivel moderado en la práctica de Sharenting. Por otro lado, aquellas que van de los veinte a treinta años del mismo modo lo hacen (n=31; 68,9%), pero con la diferencia que tienen una inclinación a practicarlo en niveles altos (n=45; 100%). Mientras las madres mayores a 30 años lo hacen de forma moderada (n=6; 75%) pero ellas se inclinan por niveles bajos (n=2; 25%).

Lo que significa entonces, que dependiendo de la edad en la que se sitúan las madres el nivel de Sharenting fluctúa, quienes son menores a veinte años lo hacen de forma moderada, aquellas de veinte a treinta años tienden a practicarlo en niveles moderados y altos, lo cual representa un peligro para sus hijos y quienes son mayores a treinta tienen un nivel moderado, pero no sobrepasan la línea que lo lleven a un nivel alto. Se supone entonces que la edad podría ser un determinante importante para estudiar la variable.

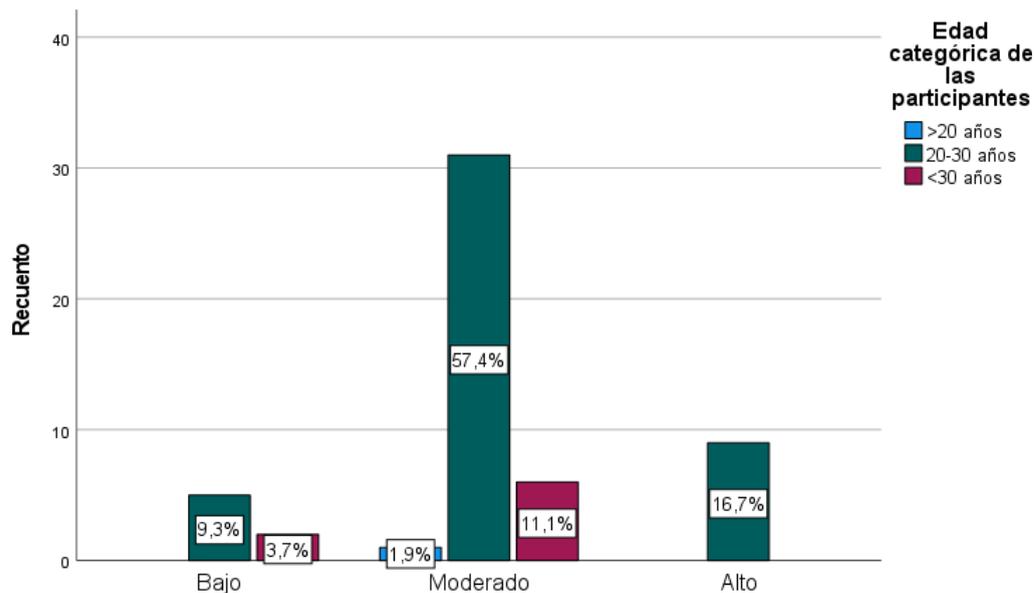
**Tabla 11**

*Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Edad de las participantes*

			>20 años	20-30 años	<30 años	Total
Nivel Sharenting	Bajo	Recuento	0	5	2	7
		% de fila	0	11	25	13
	Moderado	Recuento	1	31	6	38
		% de fila	100	68,9	75	70
	Alto	Recuento	0	9	0	9
		% de fila	0	20	0	16,7
Total	Recuento	1	45	8	54	
	% de fila	100	100	100%	100	

**Gráfico 5**

*Porcentaje de Sharenting y edad categórica*



**3.3.2 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Carrera de las participantes**

En la tabla número 12 el comportamiento de la variable: “*nivel de Sharenting de las participantes y la carrera que cursan*”, se obtiene que las estudiantes pertenecientes a la carrera de Trabajo Social reportan mayor cantidad de madres (n=28), mismas que mantienen un nivel moderado en la práctica de Sharenting (n=21;75%), con una leve inclinación a niveles altos (n=4; 14,3%) en comparación a los niveles bajos (n=3; 10,7%). Así mismo, la carrera de Comunicación Social tiene menor número de madres (n=7) y lanza un nivel de práctica de Sharenting moderado (n=5; 71,4%) con una inclinación a un nivel alto (n=2; 28,6%). Por otro lado, la carrera de Derecho presenta la práctica de Sharenting con un nivel moderado (n=12; 63,2%) con la diferencia que este tiene una inclinación mayor a los niveles bajos (n= 4; 21,1%) y menor a niveles altos (n=3; 15,8%).

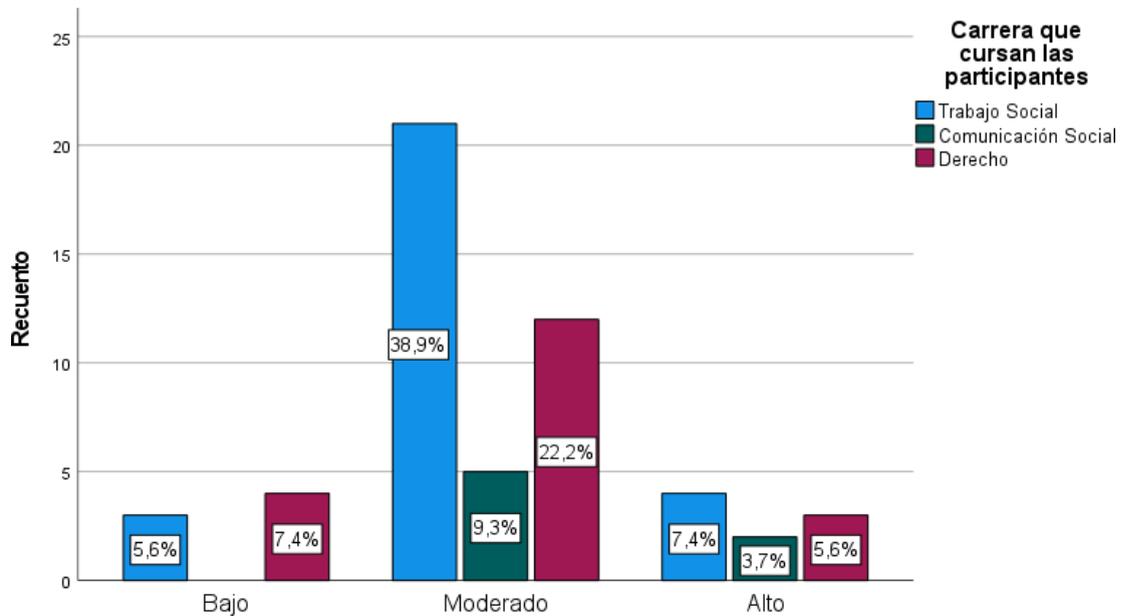
**Tabla 12**

*Cruce de variables: Nivel Sharenting y Carrera Universitaria*

			<b>T.Social</b>	<b>C.Social</b>	<b>Derecho</b>	<b>Total</b>
Nivel Sharenti ng	Bajo	Recuent o	3	0	4	7
		de fila	10,7	0	21, 1	13,0
	Modera do	Recuent o	2	5	12	38
		de fila	7	71, 4	63, 2	70,4
	Alto	Recuent o	4	2	3	9
		de fila	14,3	28, 6	15, 8	16,7
Total	Recuent o	2	7	19	54	
	% de fila	100	100	100	100	

*Nota:* T. Social=Trabajo Social; C. Social=Comunicación social.

**Gráfico 6**  
*Porcentaje de Sharenting y Carrera Universitaria*

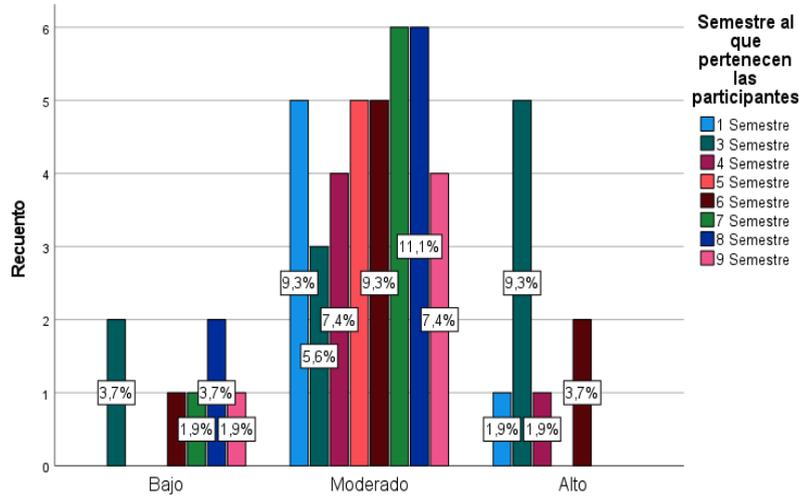


### 3.3.3 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Semestre de las participantes

En la tabla 13: *Nivel Sharenting de las participantes y Semestre al que pertenecen*, se observa que no existe ninguna madre en el segundo semestre en las tres carreras de la facultad. Las madres de primero a noveno semestre en las tres carreras, practican un nivel moderado de Sharenting, siendo las de quinto semestre quienes practican un nivel moderado en su mayoría (n=5; 100%). Considerando esta práctica en un nivel alto se encuentran las madres de primero, tercero cuarto y sexto semestre, en donde las de tercer semestre (n=5; 50%), destacan con el primer lugar en practicar un alto nivel de Sharenting a nivel de Facultad. Existen niveles bajos de práctica y los cursos quienes pertenecen a esta sección son tercero, sexto, séptimo, octavo y noveno semestre, de esta manera las madres pertenecientes al octavo semestre (n= 2; 25%) son quienes tienen un nivel bajo en esta práctica.

Se podría decir entonces que las estudiantes que forman parte de cursos superiores practican Sharenting en un nivel bajo, mientras que las que pertenecen a cursos inferiores lo practican en un nivel alto y las que se hallan en niveles intermedios, lo practican de forma moderada.

**Gráfico 7**  
*Porcentaje de Sharenting y Semestre*



**Tabla 13**

*Cruce de variables: Nivel Sharenting y Semestre*

		Semestre al que pertenecen las participantes									Total
		1	3	4	5	6	7	8	9		
Nivel Sharenting de las participantes	Bajo	Recuento	0	2	0	0	1	1	2	1	7
		%	0	20	0	0	12,5	14,3	28,6	14,3	20
		efila									
	Moderado	Recuento	5	3	4	5	5	6	6	4	38
		%	8,3	5	6,7	8,3	8,3	10	10	6,7	70,5
		efila									
	Alto	Recuento	1	5	1	0	2	0	0	0	9
		%	16,7	50	11,1	0	22,2	0	0	0	16,7
		efila									
Total	Recuento	6	10	5	5	8	7	8	5	54	
	%	11,1	18,5	9,3	9,3	14,8	12,9	14,8	9,3	100	
	efila										

### 3.3.4 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Estado Civil de las participantes

En la tabla número 14 el comportamiento de la variable: “nivel de Sharenting de las participantes y el estado civil”, se obtiene que las participantes presentan un nivel de Sharenting moderado (n=15; 62,5%) acorde al estado civil de soltera, esto en contraste de los niveles altos (n=5; 20,8%) y bajos (n=4 16,7%) de su práctica. Adicionalmente, el 85,7% de madres con un estado civil de unión libre también practican un Sharenting mesurado (n=12) y con el 14,3% lo practican a un nivel alto (n=2). En cambio, las madres casadas reflejan un nivel de Sharenting moderado (n=11; 68,8%) con una leve tendencia a un nivel bajo (n= 3; 18,8%).

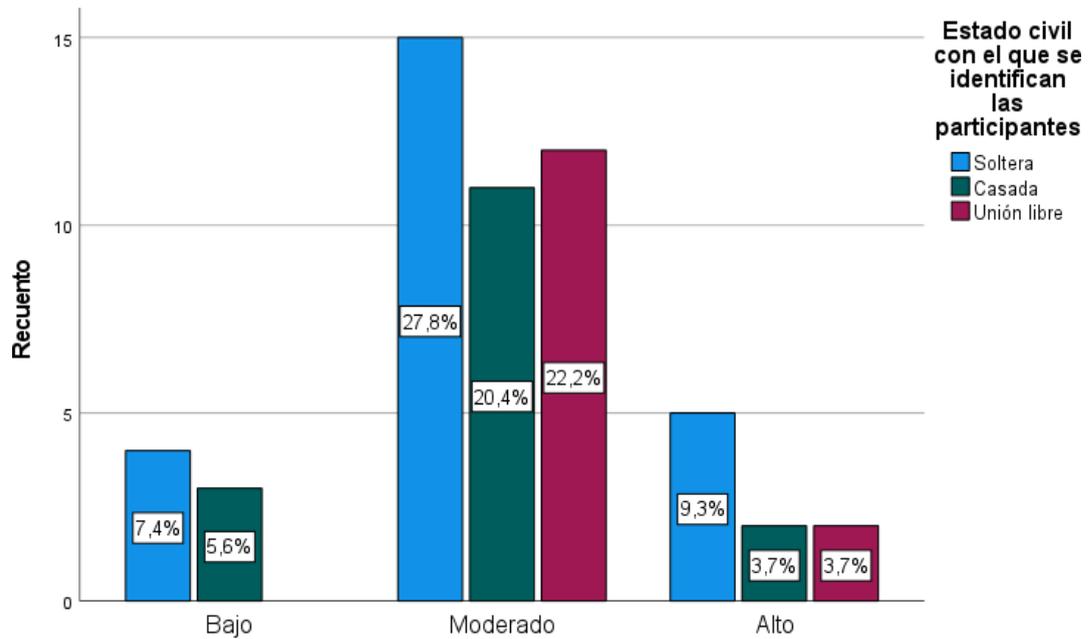
**Tabla 14**

*Cruce de variables: Nivel Sharenting y Estado civil*

			<b>Soltera</b>	<b>Casada</b>	<b>Unión libre</b>	<b>Total</b>
Nivel Sharenting de las participantes	Bajo	Recuento	4	3	0	7
		% de fila	16,7	18,8	0	13,0
	Moderado	Recuento	15	11	12	38
		% de fila	62,5	68,8	85,7%	70,4
	Alto	Recuento	5	2	2	9
		% de fila	20,8	12,5	14,3	16,7
Total		Recuento	24	16	14	54
		% de fila	100	100	100	100

**Gráfico 8**

*Porcentaje de Sharenting y Estado civil*



### ***3.3.5 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Actividades a las que se dedican de las participantes***

En la tabla 15 *Tabla cruzada Nivel Sharenting de las participantes y actividades a las que se dedican* se obtiene que un gran número de madres (n=26) tiene como ocupación el ser estudiante, las mismas practican un nivel de Sharenting moderado (n=20; 76,9%) con un nivel bajo (n=4 ,15,4%). Al contrario, las estudiantes y trabajadoras a medio tiempo (n=19) practican un nivel de Sharenting moderado con inclinación a niveles altos (n=3; 15,8%). Así mismo las madres y trabajadoras a tiempo completo tienden a practicar Sharenting en igual magnitud con niveles moderados y altos (n=4; 44,4%).

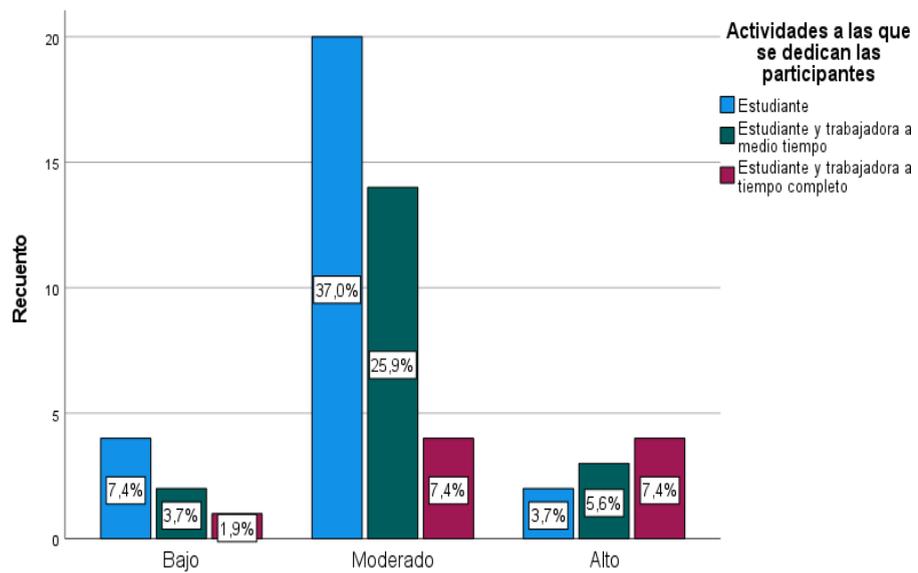
**Tabla 15**

*Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Actividades*

			Estudiante	Estudiante y trabajadora a medio tiempo	Estudiante y trabajadora a tiempo completo	Total
Nivel Sharenting de las participantes	Bajo	Recuento	4	2	1	7
		% de fila	15,4	10,5	11,1	13,0
	Moderado	Recuento	20	14	4	38
		% de fila	76,9	73,7	44,4	70,4
	Alto	Recuento	2	3	4	9
		% de fila	7,7	15,8	44,4	16,7
Total	Recuento	26	19	9	54	
	% de fila	100	100	100	100	

**Gráfico 9**

*Porcentaje de Sharenting y Actividades*



### 3.3.6 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Clase social de las participantes

En referencia a la tabla 16, ninguna de las madres afirma pertenecer a la clase social alta, puesto que el número más significativo corresponde a la clase social media (n=49) y solo un mínimo porcentaje se identifica con una clase social baja (n=5). En cuanto a los niveles de práctica de Sharenting quienes se identifican con una clase social media lo practican de forma moderada (n=33 ,67,3%) inclinándose a un nivel alto (n=9; 18,4%).

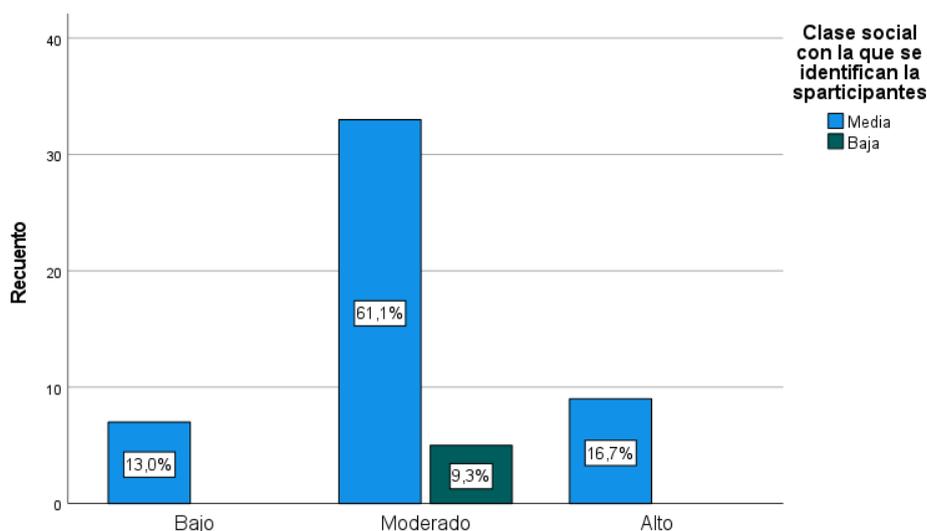
**Tabla 16**

*Cruce variables: Nivel Sharenting/ Clase social*

			Media	Baja	Total
Nivel	Bajo	Recuento	7	0	7
		% de fila	14,3	0	13,0
Las	Modera	Recuento	33	5	38
		% de fila	67,3	100	70,4
	Do	Recuento	9	0	9
		% de fila	18,4	0	16,7
Total		Recuento	49	5	54
		% de fila	100	100	100

**Gráfico 10**

*Porcentaje de Sharenting y Clase social*



### 3.3.7 Cruce de variable Nivel de Sharenting y Situación laboral de las participantes

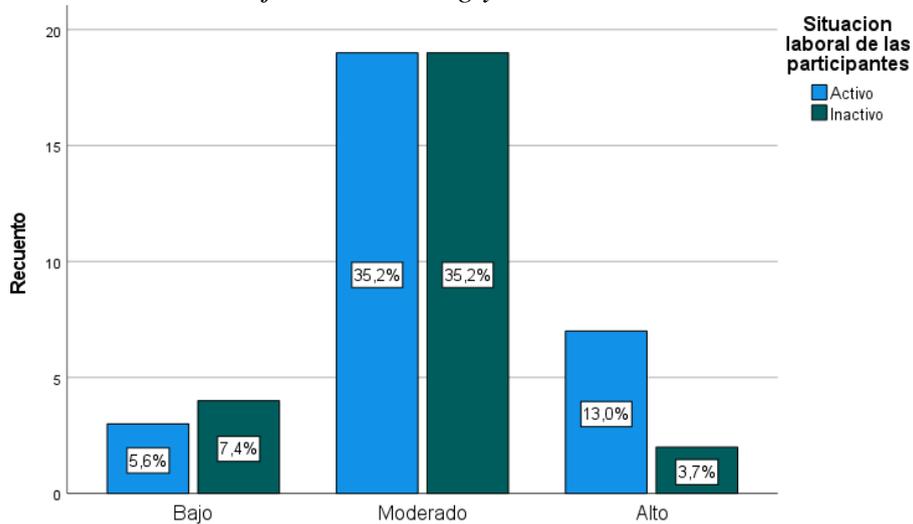
En la tabla 17, se determina que el nivel de madres con una situación activa e inactiva se asemeja y no es tanta la diferencia. Las madres con una situación activa (n=29) mantienen un nivel moderado de práctica de Sharenting (n=19; 65,5%) sin embargo presentan una inclinación a un nivel alto de dicha práctica (n=7; 24,1 %), es decir quienes tienen una situación activa son propensas a practicar Sharenting en un nivel alto. Por otro lado, las madres con una situación inactiva (n=25) que practican un Sharenting moderado son propensas a un nivel bajo de su práctica (n=4; 16%), lo que lleva a interpretar que aquellas quienes se encuentran inactivamente trabajando son menos propensas a un nivel alto de sobre exposición.

**Tabla 17**  
Cruce de variables: Nivel Sharenting/ Situación Laboral

			<b>Activo</b>	<b>Inactivo</b>	<b>Total</b>
Nivel Sharenting de las participantes	Bajo	Recuento	3	4	7
		% de fila	10,3	16,0	13,0
	Moderado	Recuento	19	19	38
		% de fila	65,5	76,0	70,4
	Alto	Recuento	7	2	9
		% de fila	24,1	8,0	16,7
Total	Recuento	29	25	54	
	% de fila	100	100	100	

**Gráfico 11**

*Porcentaje de Sharenting y Situación Laboral*



En general, de los cruces de variables aplicados se resume entonces que las madres con tendencia a la práctica de Sharenting en niveles moderado y alto, presuntamente están en una edad de 20 a 30 años, cursan las carreras de Trabajo Social y Comunicación Social, a nivel de facultad se sitúan entre el quinto y tercer semestre. El estado civil que comprenden es de soltero y unión libre, su ocupación es a medio tiempo y tiempo completo, además se identifican con un estatus económico medio y están activamente trabajando.

### **3.4 Factores que motivan la práctica de Sharenting**

En cumplimiento con el objetivo: Determinar los factores que motivan la práctica de Sharenting en Madres Universitarias, se realizó el análisis de las preguntas correspondientes a la segunda y tercera dimensión, considerando únicamente las interrogantes pertenecientes al factor práctica y motivaciones.

#### ***3.4.1 ¿Cuándo usted sube alguna fotografía o video con sus hijos a alguna red social recibe más likes?***

Basándose en la encuesta aplicada se recogen los siguientes resultados dentro de la primera pregunta. Con un porcentaje significativo, el 37% de las madres menciona que a veces (n=20) reciben más likes en fotografías o videos de sus hijos, a diferencia de cuando suben otras fotografías, no muy alejada a esta realidad, el 25% menciona que casi nunca (n=14) reciben más likes en este tipo de fotografías. Por otro lado, es mínima la población que difiere con este resultado, con un porcentaje mínimo pero significativo, las madres mencionan que en sus fotografías siempre (n=2; 3,7%) y casi siempre (n=7; 13%) hay más likes cuando suben a sus hijos en redes sociales.

Lo que lleva a deducir que los likes que reciben las madres en sus redes sociales no podría ser un factor que les motive e impulse a subir con frecuencia esta clase de contenido en dichas plataformas, pero a su vez si existe un grupo minoritario que piensa que recibe más likes cuando sube fotografías de sus hijos a redes sociales, por lo tanto, su contenido debe girar en torno a sus hijos.

**Tabla 18**

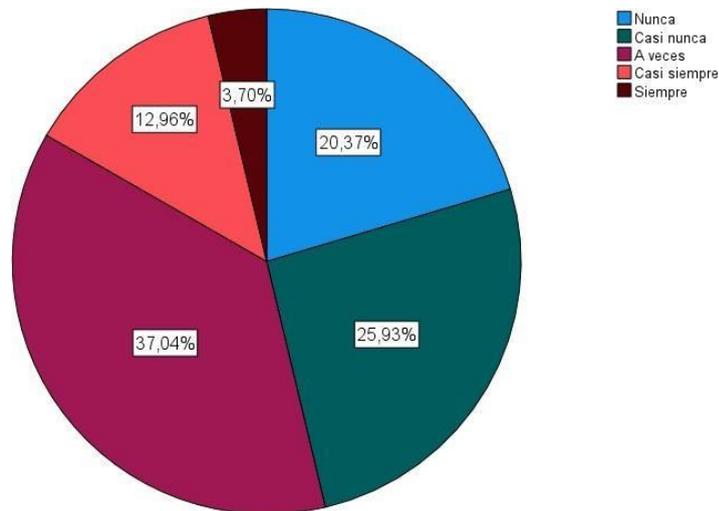
*Análisis descriptivo de Likes en fotos*

	<i>F</i>	<i>%</i>
Nunca	11	20,4
Casi nunca	14	25,9
A veces	20	37,0
Casi siempre	7	13,0
Siempre	2	3,7

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 12**

*Porcentaje de Likes en fotos*



**3.4.2 ¿Cuándo usted sube alguna fotografía o video de sus hijos a alguna red social recibe comentarios positivos de otros progenitores?**

Según la Asociación Española de Esclerosis Múltiple ADEM (2020) el cerebro se transforma y rediseña acorde a las experiencias vividas, los pensamientos entran en este ámbito, así mismo la información captada por el entorno o el pensamiento tiene poder, de esta forma cuando se realizan estas afirmaciones se generan experiencias positivas en el presente, conectando nuevas neuronas. A mayores experiencias positivas vividas, más repetición hay en esta acción.

En el segundo ítem, la mayor parte del grupo estudiado manifiesta que a veces (n=18) reciben comentarios positivos por parte de otros progenitores, amigos o familia con un porcentaje del 33,3%. Seguido a ello, el 27,8% manifiesta que siempre (n=15) recibe comentarios positivos y con nivel asimismo alto, el 22,2% dice que casi siempre (n=12) lo recibe. Es escaso el porcentaje que manifiesta que casi nunca (n=4; 7,4%) y nunca (n=5; 9,3%) reciben comentarios positivos.

Lo cual lleva a interpretar que la población recibe estímulos mediante los comentarios positivos de otros, que obtienen en las fotografías de sus hijos, y a su vez que este podría ser un motivante para que acción tienda a repetirse. Al observar comentarios como: “que hermoso, sacó la belleza de su mamá” o los automáticos generados por ciertas redes sociales como Facebook, se generan neurotransmisores como la dopamina y serotonina que dan un estado de excitación y felicidad, lo cual posiblemente den paso a los factores que motivan la práctica de Sharenting.

**Tabla 19**

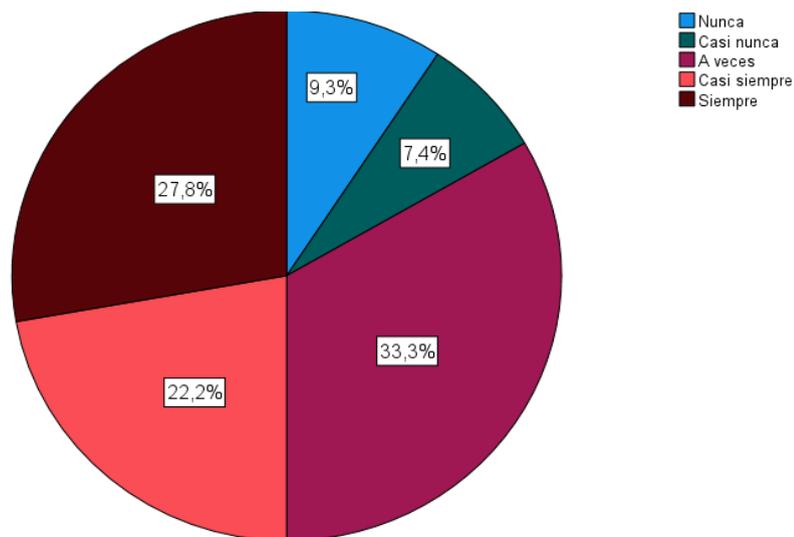
*Análisis descriptivo de Comentarios positivos*

	<i>f</i>	%
Nunca	5	9,3
Casi nunca	4	7,4
A veces	18	33,3
Casi siempre	12	22,2
Siempre	15	27,8

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 13**

*Porcentaje de Comentarios positivos*



### 3.4.3 ¿Cuál es la razón por la que usted comparte fotografías o videos de sus hijos en redes sociales?

En base al tercer ítem con un porcentaje relevante, las madres dependientemente de la edad que tienen sus hijos respondieron que la razón para subir fotografías de ellos, es por querer dar a conocer al niño/a en redes sociales y presumirlo a sus contactos (n=40; 74,1%), seguido de un porcentaje minoritario del 14,8% que manifiesta lo hace por compartir momentos en familia (n=8; 14,8%). Como un dato interesante existe un 1,9% que manifiesta lo realiza pues, según su concepción la foto es muy divertida (n=1), nadie lo hace (n=0; 0%) por crear contenido para el público y querer guardar ese recuerdo en la red (n=0; 0%).

Lo cual lleva a interpretar qué mayor parte de la población sube fotografías de sus hijos a sus redes sociales por razones personales, como mostrarlos con orgullo ante sus contactos. Y es bajo el porcentaje que refiere, lo hace por generar algún tipo de contenido para el público ya sea porqué la foto es graciosa, pretenden compartir ese momento de cháchara en redes sociales u otros motivos y guardar ese recuerdo.

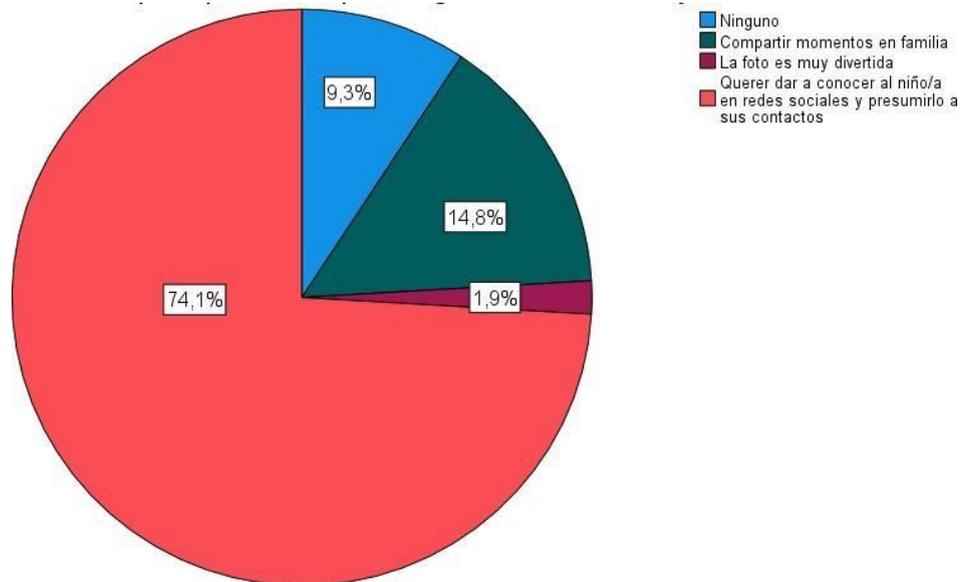
**Tabla 20**

*Análisis descriptivo de Razones*

	<i>F</i>	<i>%</i>
Ninguno	5	9,3
Compartir momentos en familia	8	14,8
La foto es muy divertida	1	1,9
Querer dar a conocer al niño/a en redes sociales y presumirlo a sus contactos	40	74,1

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 14**  
*Porcentaje de Razones*



#### ***3.4.4 ¿Siente satisfacción cuando sube fotografías, videos, audios o comentarios de sus hijos a redes sociales?***

En relación a este ítem, hay una información sustancial. De la población comprendida entre 54 madres, más de la mitad de ellas (n=35) respondió de forma positiva a la pregunta, quienes se sitúan en ese 64,8% si sienten satisfacción cuando suben alguna clase de contenido sobre sus hijos a las redes sociales. Por otro lado, es un grupo notable, pero no trascendental (n=19) del 35,2% quienes no sienten ninguna clase de satisfacción al subir algo.

Lo cual lleva a deducir que una madre al sentir satisfacción por postear algo de sus hijos en redes sociales provocará que lo siga haciendo, pues al sentir una sensación de placer por cubrir la posible necesidad de mantener informados a los demás usuarios en internet generará bienestar en ella, lo cual evidentemente muestra un riesgo para los hijos.

**Tabla 21**

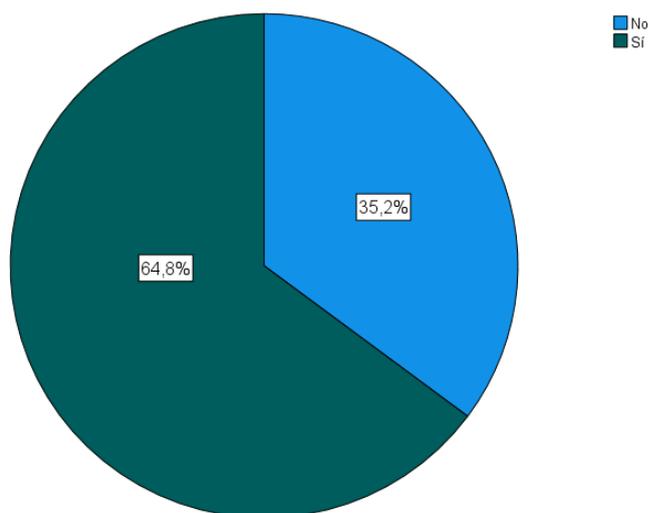
*Análisis descriptivo de Satisfacción*

	<i>f</i>	<i>%</i>
No	19	35,2
Sí	35	64,8

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 15**

*Porcentaje de Sentido de satisfacción*



**3.4.5 ¿Cuándo usted tiende a subir más fotografías o videos de sus hijos en redessociales?**

Cuando el grupo estudiado respondió el siguiente ítem, se reflejaron estos resultados: aparentemente las madres son más propensas a subir fotografías de sus hijos cuando se presenta algún evento social (n=18; 33,3%), hablese de alguna fiesta, compromiso, o cumpleaños, todo lo que involucre a más gente, un 29,6% menciona lo hace cuando hay algún paseo (n=16) ya sea familiar, con sus hijos o amigos. Por otro lado, las madres quienes tienden a mostrar al resto los logros de sus hijos (n=11) representan un 20,4%. Las madres que no identificaron ninguna de las opciones, ya sea porque no son propensas a subir fotografías de sus hijos o no se identificaron con ningún motivo (n=7) conforman el 13%.

Por lo que se interpreta que las madres son propensas a subir fotografías de sus hijos cuando se rodean de otras personas, como en eventos sociales, paseos, u observan los logros de sus hijos, el postearlo en redes sociales hace que sus contactos puedan observar las actividades que realizaron durante el día, fines de semana o en algún momento en específico, es muy bajo el porcentaje que opta por no subir nada acerca de sus hijos.

**Tabla 22**

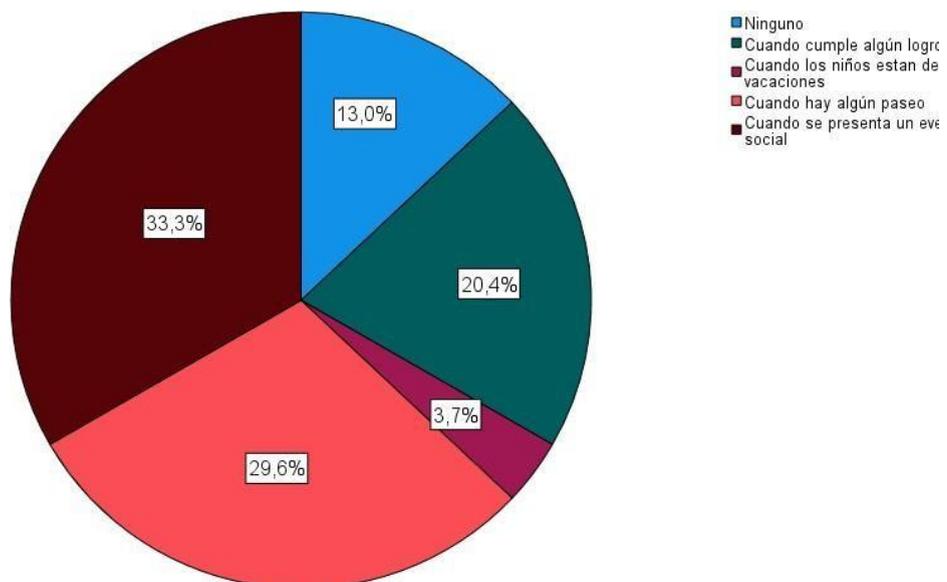
*Análisis descriptivo de Fotografías en redes*

	<i>F</i>	<i>%</i>
Ninguno	7	13,0
Cuando cumple algún logro	11	20,4
Cuando los niños están de vacaciones	2	3,7
Cuando hay algún paseo	16	29,6
Cuando se presenta un evento social	18	33,3

*Nota: f = frecuencia; y % = porcentaje*

**Gráfico 16**

*Porcentaje de Fotografías en redes*



Se resume entonces que los factores que motivan a la práctica de Sharenting se contemplan en: comentarios positivos que reciben en publicaciones sobre sus hijos en redes sociales, dar a conocer al niño/a en internet y mostrarlo con orgullo, subir fotografías cuando se presenta algún evento social y sentir satisfacción al momento de postear algo en redes sociales.

### **3.5 Discusión**

En este estudio, el objetivo central fue identificar la práctica de Sharenting en las madres de la Facultad Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato. Por lo tanto, se diseñó un instrumento de medición de Sharenting, además se caracterizó el perfil de las madres universitarias y finalmente se determinó los factores que motivan la práctica del fenómeno de interés para este estudio.

Dentro de los principales hallazgos de la investigación se detectó que las madres con tendencia a la práctica de Sharenting en niveles moderado y alto, componen la edad de 20 a 30 años, se supone entonces que la edad podría ser un determinante importante para este estudio. En concordancia a lo mencionado, según los autores Hinojo Lucena et al. (2020) La edad y el nivel de estudios se vinculan a la adicción a internet, el autocontrol y la práctica de Sharenting, las personas de 18 a 21 años son más propensos a la dependencia a internet: “a mayor edad la adicción a internet es menor, a mayor nivel de estudios por parte de la población se presenta una tasa menor a adicción a internet y un mayor autocontrol” (p. 105). Por lo tanto, ambas investigaciones coinciden en que la edad de las madres podría ser influyente en el uso de redes sociales y aumentar o disminuir el riesgo de sobreexponer la información personal de los hijos.

De la misma forma, se analizó sobre el nivel del contenido y frecuencia de publicación que mantenían las madres de la Facultad. Obteniendo qué gran parte de la muestra práctica un Sharenting moderado con tendencia a puntuaciones altas, considera el tipo de contenido que va a ser subido y la frecuencia con la que se muestra en redes sociales.

Al igual que en el estudio de Hinojo Lucena et al. (2020) mencionan que los padres en España tienen un nivel moderado de la frecuencia de publicación, pues lo practican con mayor regularidad a nivel anual con el 50,5%. Así mismo, estos resultados se asemejan con los resultados de las autoras Azurmendi Etayo et al. (2021) pues según su investigación la práctica de sobreexposición hacia los hijos en pandemia fue cada vez más creciente, debido al encierro lo que provocó un mayor acercamiento a redes sociales, y los medios mayormente usados para compartir información fueron; Facebook; WhatsApp; Instagram; o YouTube.

Por esta razón, se enfatiza que el nivel de Sharenting podría vincularse también con aspectos del medio ambiente como la pandemia por la enfermedad del Covid-19, puesto que posterior a pasar un confinamiento y permanecer encerrados, probablemente los padres pudieron encontrar más oportunidades para navegar en redes sociales e incrementar el nivel de práctica del fenómeno de estudio, considerando que aún se encuentra esta propagación pero las actividades se han ido retomando, podría suponerse que los progenitores han venido moderando esta práctica pero no se ha detenido.

En referencia a los comentarios positivos en las fotografías de los hijos, con un total del 83,3% las progenitoras manifiestan que a veces, siempre y casi siempre reciben este tipo de críticas afectivas en el contenido que suben. En un grado de acuerdo para los investigadores Fernández y Mendoza (2018) a un 66,1% de progenitores le complace observar a otros padres compartir contenido sobre sus hijos y comentar esas fotografías. Al parecer, los padres a través de comentarios positivos incentivan a otros a la práctica de Sharenting, pues al observar una respuesta satisfactoria ante su accionar podrían llegar a pensar que es una práctica común sin repercusiones y más preocupante a normalizar en su vida cotidiana.

En cuestión de las razones para subir contenido sobre los hijos, el 74,1% de madres respondieron que lo hacían por querer dar a conocer al niño/a en redes sociales y presumirlo a sus contactos. En adición, la investigación de Brosch (2018) comparte

cierta concordancia con este resultado, ya que llegó a concluir que existen algunos beneficios de compartir información personal en los sitios de redes sociales como la construcción de nuevas conexiones, también el autorepresentarse, y adentrarse en grupos sociales, enfatiza que los sitios de redes sociales dan la oportunidad de crear un lazo entre padres e hijos, pero por otro lado los niños crecen con la ideología de que compartir datos personales es una práctica común.

En discrepancia con ambos apartados la autora Maella (2020) en su investigación señala que la práctica de Sharenting se presenta a gran escala bajo la premisa de que se va a guardar un recuerdo en la red, exponiendo casos de sobreexposición de youtubers a sus hijos mencionando que los menores no tienen privacidad alguna y los padres lo hacen con fines económicos, sociales y de marketing para subir en subscriptores.

Por consiguiente, como resultado de estos estudios se menciona que el Sharenting está presente, independientemente de las razones que los padres tengan para hacerlo. Son ellos quienes, por algún motivante, sea económico, social o político buscan mostrar a sus hijos al público, y emplean herramientas que están a su alcance y son manejados con facilidad, en este caso aparatos tecnológicos (celular, tablet, computadoras, etc.), y la ayuda del internet, considerando que actualmente puede ser visto como un servicio básico.

Aparentemente las madres son más propensas a subir fotografías de sus hijos cuando se presenta algún evento social, hay algún paseo, o su hijo cumple algún logro. La investigación que se asemeja con este hallazgo pertenece a las autoras Azurmendi Etayo et al., (2021) mencionaron que la clase de información que los padres tienden a subir en redes sociales es sobre momentos importantes o actividades diarias que realizan sus hijos, las razones que los motivan son compartir momentos familiares, ganar una buena reputación en redes sociales, y en ciertos casos monetizar por medio de contenido con los hijos. Quienes también aportan con lo mencionado son los autores Torres y García (2020) puesto que aseguraron que el tipo de contenido que se sube a

redes sociales por madres, se caracterizan por qué incorporan su maternidad como una forma cotidiana de vivir, al mostrar al exterior las actividades durante esta etapa de sus vidas.

Enlazando las tres investigaciones, se enfatiza que los progenitores inclinan preferencia al momento de subir fotografías de sus hijos cuando exponen momentos decisivos en su vida, lo cual por supuesto incluye la paternidad y estas se relacionan con las formas de crianza o como quieren expresarlo afectivamente. Los padres muestran interés por los hobbies o pasatiempos de quienes tienen interacción con su círculo social o el de sus hijos y tienden a expresarlo ya sea con palabras de cariño o publicaciones en redes sociales.

En el desarrollo de estudio se contemplaron algunos aspectos, que limitaron la investigación que pueden ser considerados para próximas indagaciones. La principal limitación fue el encasillar la investigación a un grupo específico, en este caso “madres universitarias”, para posteriores análisis puede considerarse que se amplíe el foco de estudio a los diferentes miembros familiares que también componen los entornos donde se desarrollan los niños.

Lo segundo se vincula con la limitación cultural, puesto que la investigación se realizó únicamente con un lugar de estudio, la universidad y la información se consideró acorde la participación de las progenitoras, más adelante se podría tomar en cuenta la opinión de los hijos, para conocer la otra cara y se pueden indagar otras áreas como el trabajo, escuela, parroquias, ciudades, etc.

Seguido de la limitada información que se ha encontrado del tema de estudio, puesto que es un aspecto de actualidad y ha sido escasamente indagado, a su vez no se contó con previos instrumentos con un proceso de validación confiable, sin embargo, se consideraron ciertos componentes de este al momento de elaborar el instrumento.

Finalmente, en la construcción del instrumento, pues fue apropiado la guía de diferentes profesionales que contribuyan con conocimientos. Es necesario se dé una revisión a la confiabilidad interna del instrumento y en caso de querer aplicarla, adaptarla al grupo de estudio para futuras investigaciones.

Al estudiar la problemática y evidenciar la práctica de Sharenting en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, se propone desde la perspectiva del trabajador social la implementación de un Programa de Prevención de Sharenting con Madres Universitarias en la Dirección de Bienestar Universitario (DIBESAU) de la UTA. La misma se llevaría a cabo por medio de tres fases: socialización, operación y seguimiento.

Esta propuesta permitirá evitar un posible aumento de sobreexposición de los hijos en redes sociales y la proliferación de Sharenting. Además de servir como una guía informativa que permita a las participantes instruirse sobre el tema y expandirlo a más mujeres. Trabajando de manera conjunta con personal en trabajo social y psicología.

**Figura 9**

*Fases del Programa de Prevención de Sharenting*



## **Primera fase**

Esta fase correspondiente al protocolo de intervención se lo realizaría mediante la socialización de la problemática, en este caso el Sharenting, debido a que es un tema tecnológico reciente y existe desconocimiento sobre él. Por lo que se planearía una campaña denominada “respeto mi privacidad”, en donde los recursos que ofrece la universidad como la radio “Primicias Online”, así como en instalaciones y su equipo serían utilizados, de igual manera las campañas se difundirían por medio de plataformas como YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok, y se trabajará con todo el público: en especial con madres universitarias. Al ser el primer paso correspondiente a la socialización se planeará llegar a toda la población universitaria, tanto a nivel de docencia, personal administrativo, seguridad, limpieza y estudiantil.

## **Segunda fase**

Denominada operación: una vez que se haya socializado y concientizado el tema, se realizaría el diagnóstico empleando el instrumento ya elaborado, en donde posteriormente los casos moderados y altos identificados en la práctica de Sharenting, a nivel de carreras o universidad serían identificados. Una vez obtenido ya el grupo con el que se trabajaría, el personal de Dirección de Bienestar Universitario (DIBESAU) especializado en áreas como trabajo social y psicología aplicaría los métodos y técnicas de intervención para trabajo en grupo, para de una u otra forma sensibilizar al grupo y hacerlos caer en cuenta sobre la problemática y generar un bienestar en los estudiantes.

Esta fase estuviera contemplada por tres pasos; planificación, atención y trabajo multidisciplinario. Por medio de la planificación de talleres se trabajaría en un tiempo aproximado de un mes, un día a la semana con un grupo de madres determinado, acorde al nivel de Sharenting que se haya detectado. En la atención, los talleres empezarán a trabajarse, el inicio será una actividad para romper el hielo, seguido de historias de vida en donde cada madre contaría su situación y cada taller sería aplicado acorde a este. Como tercer punto, el trabajo se desarrollaría con un equipo multidisciplinario

### **Tercera fase**

El seguimiento se llevaría a cabo por una evaluación de equipos de trabajo, en donde cada caso sería observado y evaluado acorde a su progreso, además las madres tendrían un espacio para realizarse una autoevaluación con respecto a cómo se han sentido hasta el momento, identificando su debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para socializar a otro público como ha sido su avance hasta la fecha, el seguimiento se haría cada fin de taller.

## CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

- Las madres de la Universidad Técnica de Ambato pertenecientes a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, si practican Sharenting, considerándolo conforme a la suma de las tres dimensiones del instrumento. Lo llevan a cabo con un nivel moderado del 70,4%, pese a ocupar mayor parte del porcentaje estudiado, se contempla una proporción minoritaria del 16,7% quienes sobreexponen a sus hijos a un alto nivel. Lo que da a entender que existe desinformación acerca del fenómeno en gran parte de la población y los peligros que estos conllevan. Por lo que, al desconocer sobre este hecho, las madres probablemente aumentarían la práctica de Sharenting de nivel moderado a alto.
- Se ha diseñado un instrumento de medición de Sharenting, por medio de un constructo epistemológico del término, además reforzado con un cuestionario de 26 ítems, en base a tres dimensiones, cuyo contenido posteriormente fue evaluado por medio del criterio de juicio de expertos, su consistencia interna fue calculada por medio del Alfa de Cronbach y obtuvo una confiabilidad buena ( $\alpha=0.87$ ), además está regida por una calificación de baremo por Puntación T que integra los niveles: bajo; moderado; y alto, dependiendo de la normalidad de las puntuaciones de la muestra con respecto al nivel de práctica de Sharenting.
- Para caracterizar el perfil de las madres universitarias se cruzaron las variables sociodemográficas de las participantes y los niveles de práctica de Sharenting, considerando el comportamiento de frecuencias correspondientes a los grados moderado y alto. Entonces se obtuvo que cumplen con estas características, quienes comprenden una edad de 20 a 30 años, cursan las carreras de Trabajo Social y Comunicación Social, con respecto al nivel de facultad cursan el quinto y tercer semestre, además el estado civil que mantienen es de soltera y unión libre, su ocupación es a medio tiempo y tiempo completo, también se identificaron con un

estatus económico medio y se encuentran activamente trabajando.

- Los factores que motivan la práctica de Sharenting en madres universitarias son: comentarios positivos recibidos en publicaciones sobre los hijos, el reconocimiento generado al mostrarlos en internet, mostrar evidencia fotografía sobre algún evento social y la satisfacción producida por las madres al postear en redes sociales sobre sus niños. Lo cual podría significar que los progenitores inclinan preferencia al momento de subir fotografías cuando exponen momentos importantes de su paternidad, como una forma de adherirse a la modernidad y generar vínculos con la sociedad, además lo hacen por medio de redes sociales.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Mediante la indagación generada a partir de la investigación, se recomienda: Implementar el protocolo de intervención contra el Sharenting con Madres Universitarias en la Dirección de Bienestar Universitario (DIBESAU) y trabajar específicamente con la población que lo practica en un nivel alto. Para evitar la proliferación, realizar una campaña de prevención, en donde se expongan los motivos y riesgos, con base en ello generar posibles proyectos, empleando los recursos que ofrece la institución.
- Para próximos estudios, revisar la consistencia interna del instrumento de medición de Sharenting, además ampliar el campo de investigación con grupos variados, que nutran futuras investigaciones.
- Realizar investigaciones con otras facultades o universidades con el grupo de estudio, inclusive extenderlo a ámbitos: laboral, académico o social para estimar similitudes y verificar si el perfil llega a cumplirse.
- Indagar sobre los motivos personales que tienen: padres; comunidad; y adolescentes para subir contenido en redes sociales, con la finalidad de identificar algún motivante a nivel grupal y enriquecer este estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Arenas Ramiro, M. (2010). Redes sociales, ¿un virus sin cura? las ventajas y los problemas para sus usuarios. *Datos personales. org: La revista de la Agencia de Protección de Datos de la Comunidad de Madrid*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3141904>
2. García Peñalvo, F. J. (2012). Redes sociales en educación. *Grupo de investigación en interacción y elearning (GRIAL)*, 1-53. Obtenido de <https://repositorio.grial.eu/bitstream/grial/193/1/20120215%20%20Redes%20Sociales.pdf>
3. Pérez Vaquero, C. (2013). ¿Qué delito es el Happy Slapping? *Cuadernos de criminología: revista de criminología y ciencias forenses*, 32-33. Obtenido de [file:///C:/Users/CLINIC%20PC/Downloads/DialnetQueDelitoEsElHappySlapping-4219693%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/CLINIC%20PC/Downloads/DialnetQueDelitoEsElHappySlapping-4219693%20(1).pdf)
4. Arboleda Acosta, M. (24 de febrero de 2022). *Estadísticas digitales Ecuador 2022 por Datareportal*. Obtenido de <https://www.hablemosdemarcas.com/estadisticas-digitales-ecuador-2022/>
5. Cebrían Herreros, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Universidad Complutense de Madrid*, 345-360.
6. Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. *El profesional de información*, 785-794. Obtenido de <https://revistas.um.es/red/article/view/231971/178641>
7. Fundación Adecco. (2020). *Redes para todos*. 4-22. Obtenido de <https://fundacionadecco.org/wp-content/uploads/2020/05/redesparatodos-4.pdf>
8. García Ramírez, N., Rodríguez Cruz, E., Duarte Rico, L., & Bermúdez Jaimes, M. E. (2016). Las prácticas de crianza y su relación con el vínculo afectivo. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 9(2), 113-124. Obtenido de <http://orcid.org/0000-0002-5049-7073>

10. Gladys Vuanello, G. R. (2015). Los niños frente a Internet: seguridad, educación y tecnología. *I7(41)*, 108-129. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60741185005>
11. Hernández Prados, Á. M., & Solano Fernández, I. M. (2007). Cyberbullying, un problema de acoso escolar. *RIED. Revista iberoamericana de educación a distancia*, 17-36.
12. Kopecký, 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. 1-6.
13. Maraşlı, M., Sühendan, E., Yılmaztürk, H., & Cok, F. (2016). Parents' Shares on Social Networking Sites About their Children: Sharenting. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/303763428>
14. Mata Solís, L.D. (2020). *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigación/el-enfoque-cuantitativo-de-investigación/>
15. Millán Fernández, E. S., Medrano García, M. L., & Blanco Jiménez, F. J. (2008). Social media marketing, redes sociales y metaversos. *Dialnet*, 353-366. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2751765>
16. Negredo, L., & Herrero, Ó. (2016). Pornografía infantil en Internet. *Papeles del psicólogo*, 37(3), 217-223. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77847916009>
17. Otero-Ortega, A. (2018). Enfoques de investigación. 1-35. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/326905435>
18. Parra Valero, P., & Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS)*, 54-78. Obtenido de <http://obs.obercom.pt>.
19. Piscitelli, A. (2008). Nativos digitales. *Contratexto revista de la facultad de comunicación*, 45-56. doi:<https://doi.org/10.26439/contratexto2008.n016.782>

20. Quiñonez Acevedo, E. (2016). La suplantación de identidad en las redes sociales. *Revista jurídica. Investigación en Ciencias Jurídicas y Sociales*, 25-48. Obtenido de <https://ojs.ministeriopublico.gov.py/index.php/rjmp/article/view/7>
21. Rivera Costales, J. (2013). Medios digitales en Ecuador cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 111-117. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057409017>
22. Robles Garrote, P., & del Carmen Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, 1-15.
23. Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 179-200. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
24. Sierra Caballero, F., & Sola Morales, S. (2021). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y sociedad*, 17, 1-31. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>
25. Steinberg, S. (2017). Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. *Uf law scholarship repository*, 840-878. Obtenido de <http://scholarship.law.ufl.edu/facultypub>
26. Velasteguí López, E. (2019). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Conciencia digital*, 35-45. doi: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.928>
27. Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about Sharenting on social network sites. *Econpapers*. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0190740919303482>
28. Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 195-204. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)

29. Álvarez Izaguirre, H. C. (2014). Introducción al tema de las redes sociales. Obtenido de [https://www.academia.utp.ac.pa/sites/default/files/docente/51/topicos2\\_introduccion\\_al\\_analisis\\_de\\_redes\\_sociales.pdf](https://www.academia.utp.ac.pa/sites/default/files/docente/51/topicos2_introduccion_al_analisis_de_redes_sociales.pdf)
30. Área, M. (2011). Tic, identidad digital y educación. Cuatro reflexiones.". *Reencuentro*, 97-99. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34021066012>
31. Asociación Española de Esclerosis Múltiple (ADEM). (01 de septiembre de 2020). *Cambia el funcionamiento cerebral con afirmaciones positivas*. Obtenido de <https://emalbacete.es/cambia-el-funcionamiento-cerebral-con-afirmaciones-positivas/>
32. Ayuso Romero, D. (2007). Actividades de la vida diaria. *Anales de Psicología/Annals of Psychology* 264-271. Obtenido de <https://revistas.um.es/analesps/article/view/22291>
33. Azurmendi, A., Etayo, C., & Torrell, A. (2021). Sharenting y derechos digitales de los niños y adolescentes-Sharenting and digital rights of children and teenagers. *Profesional de la información*, 30(4), 1-10. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.07>
34. Bañuelos, J. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Razón y palabra* (66). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520908014.pdf>
35. Benayas, A. (05 de Abril de 2018). Niños en el front now: por qué los famosos sobre exponen a sus hijos en redes sociales. *El confidencial*. Obtenido de [https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/2018-04-05/Sharenting-famosos-ensenan-hijos-redes-sociales-beckham-kardashian-beyonce\\_1543715/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/2018-04-05/Sharenting-famosos-ensenan-hijos-redes-sociales-beckham-kardashian-beyonce_1543715/)
36. Bidart, C., & Cacciuttolo, P. (2009). En busca del contenido de las redes sociales: los " motivos" de las relaciones. *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 178-202. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93112850007>

37. Borondo, S. (Abril de 2022). Qué es el 'Sharenting' y por qué debes pensártelos veces antes de compartir la vida de tus hijos en internet. *El correo*. Obtenido de <https://www.elcorreo.com/tecnologia/internet/Sharenting-debes-pensartelo-20220419105419-nt.html>
38. Brosch, A. (2018). Sharenting – Why Do Parents Violate Their Children's Privacy? *The New Educational*, 76-85.doi: <https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>
39. Cabascango, S. (2016). *Cruces de variables y gráficos estadísticos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/teoriaTIC2/unidad-4-manejo-de-datos-con-software-de-análisis-estadístico-y-gestion-de-datos-spss/4-4-realizar-cruces-de-variables-y-gráficos-estadísticos-previo-un-cálculo-y-transformaciones-de-datos-necesarias>
40. Calero Vaquera, M. L. (2014). El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 85-144.
41. Casado del Río, M. Á., Garmendia Larrañaga, M., & Garitaonandia Garnacho, C. (2019). Internet y la infancia española con problemas de aprendizaje, de comportamiento y otras discapacidades. *Revista Latina de Comunicación Social*, 653-667. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1350>
42. Castañeda Quintero, L. J., González Calatayud, V., & Serrano Sánchez, J. L. (2011). Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. 47-63. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10201/25353>
43. Castaño Garrido, C. (2008). Educar con redes sociales y web 2.0. 67-80.
44. Código de la Niñez y la Adolescencia. (03 de Julio de 2003).
45. Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. (2020). *Política pública por una internet segura para niños, niñas y adolescentes*. Obtenido de [https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/pol%C3%ADtica\\_publica\\_internet\\_segura.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/pol%C3%ADtica_publica_internet_segura.pdf)
46. Costa Sánchez, C., & Corbacho Valencia, J. M. (2015). LinkedIn para

- seleccionar y captar talento. *Prisma Social*, 187-221. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744530007>
47. Del Alcázar, J. (2022). *Estado Digital Ecuador Abril 2022*. Obtenido de <https://www.mentinno.com/gracias-aqui-esta-tu-informe-estado-digital-ecuador-abril-2022/>
  48. E. J., & González, M. C. (2017). Estilos de crianza parental: una revisión teórica.
  49. *Informes psicológicos*, 39-66. doi:<http://dx.doi.org/10.18566/infpsic.v17n2a02>
  50. El Comercio. (21 de mayo de 2021). Kwai: qué es, para qué sirve y por qué se le conoce como la competencia de TikTok. *El Comercio respuestas*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/kwai-reporta-que-usuarios-nuevos-crecieron-un-21-en-latinoamerica-por-caida-de-facebook-instagram-y-whatsapp-nndc-noticia/>
  51. Fainholc, B. (2021). El zoom y la educación: un abordaje desde lo comunicacional, social y pedagógico. *DIM: Didáctica, innovación y multimedia*. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/243579>
  52. Fernández Tortolero, C. R., & Mendoza Márquez, J. (2017). The Sharenting and its implications on digital identity. *Iera Jornada: Laboratorio Social de Investigación en Postgrado de la Facultad de Ciencias de la Educación*, 7-11.
  53. Fernández Tortolero, C. R., & Mendoza Márquez, J. L. (2018). El Sharenting y sus implicaciones en la identidad digital. *Revista ARJÉ*, 12(23),346-355.
  54. Fernández, P. (02 de marzo de 2019). *Clasificación de las redes sociales*. Obtenido de <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
  55. Flores Cueto, J. J., & Morán Corzo, J. J. (2009). Las redes sociales. *Universidad de San Martín de Porres*,3,1-15. Obtenido de [https://cdn.goconqr.com/uploads/media/pdf\\_media/15566608/5861ecda-54e6-41d1-9844-bcf2ca6a3662.pdf](https://cdn.goconqr.com/uploads/media/pdf_media/15566608/5861ecda-54e6-41d1-9844-bcf2ca6a3662.pdf)
  56. 54e6-41d1-9844-bcf2ca6a3662.pdf
  57. Fuentes Cancell, D. R., Estrada Molina, O., & Delgado Yanes, N. (31 de 01 de 2021). Las redes sociales digitales: una valoración socioeducativa. Revisión. *Revista Fuentes*, 23(1), 41-52. Obtenido de <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.v23.i1.11947>

58. García Muñoz, T. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. *Centro Universitario Santa Ana*, 1-30. Obtenido de [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
59. Giones Valls, A., & Serrat Brustenga, M. (2010). *La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital*. 1-15. Obtenido de [https://f72a491e-a-ef8ef19a-sites.googlegroups.com/a/espacio3i.com/cibercultura\\_publico/modulo-3-aspectos-metodologicos-de-la-cibercultura/2-comunicacioneidentidadesculturaleseninternet/giones2.pdf?attachauth=ANoY7cpOHWMGGftjM\\_dYatsiBerg6Z-4HAP1RvLCgCHw](https://f72a491e-a-ef8ef19a-sites.googlegroups.com/a/espacio3i.com/cibercultura_publico/modulo-3-aspectos-metodologicos-de-la-cibercultura/2-comunicacioneidentidadesculturaleseninternet/giones2.pdf?attachauth=ANoY7cpOHWMGGftjM_dYatsiBerg6Z-4HAP1RvLCgCHw)
60. Global Times. (01 de junio de 2019). *Chinese kids to their parents: No more Sharenting*. Obtenido de <https://www.globaltimes.cn/content/1152700.shtml>
61. Hera, C. (02 de junio de 2022). *Historia de las redes sociales*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
62. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. 2-21. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones\\_de\\_los\\_enfoques\\_cuantitativo\\_y\\_cualitativo\\_sus\\_similitudes\\_y\\_diferencias.pdf?1548409632=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefiniciones\\_de\\_los\\_enfoques\\_cuantitativ.pdf&Expires=167](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf?1548409632=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefiniciones_de_los_enfoques_cuantitativ.pdf&Expires=167)
63. Hiniker, A., Kientz, J., & Schoenebeck, S. (2017). Not at the dinner table: parents- and children-s perspectives on family technology rules. *Research Gate*, 1376-1389. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/311491811>
64. Hinojo Lucena, F. J., Aznar Díaz, I., Cáceres Reche, M. P., Trujillo Torres, J. M., & Romero Rodríguez, J. M. (2020). Sharenting: Adicción a Internet, autocontrol y fotografías online de menores. *Comunicar- Revista científica de educación*, XXVIII (64), 98-108. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/63028>
65. Ilinares Pellicer, C. M., & Mercé, L. B. (2008). Ciberadicción: los riesgos de internet. *Análisis transaccional y Psicología Humanista*, 218-284. Obtenido de

[http://com.aespat.es/Revista/Revista\\_ATyPH\\_59.pdf#page=68](http://com.aespat.es/Revista/Revista_ATyPH_59.pdf#page=68)

66. La nación. (27 de noviembre de 2017). Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/willow-smith-asegura-que-es-absolutamente-terrible-tener-padres-famosos-nid2086184/>
67. Lamas, M. C., & Lamas, A. M. (2018). Padres analógicos, hijos digitales: cómo conviven Gutenberg y Zuckerberg. Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.
68. Lázaro Ávila, M. (2020). Redes sociales y menores. Guía Práctica. Anaya Multimedia.
69. Limas Suárez, S. J., & Vargas Soracá, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*, 559-574. doi:<https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.4.1>
70. Line Branding. (11 de octubre de 2021). *Las Redes Sociales y su influencia en la actualidad*. Obtenido de <https://www.linebranding.com/las-redes-sociales-y-su-influencia-en-la-actualidad/>
71. primeras resoluciones judiciales. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 980-1000. Obtenido de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/109190/1/Cabedo-Serna\\_2020\\_ActualidadJuridicaIberoamericana.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/109190/1/Cabedo-Serna_2020_ActualidadJuridicaIberoamericana.pdf)
72. López, J. (2018). Paternidad y Redes Sociales. *Byte España*, 54-55. Obtenido de <https://revistabyte.es/actualidad-it/paternidad-y-redes-sociales/>
73. López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 69-74. Obtenido de [desciolo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf](https://desciolo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf)
74. Lozares Colina, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers: revista de sociología*, 48, 103-126. doi:10.5565/rev/papers/v48n0.1814
75. Macías González, Á. (2014). Pinterest. La red social visual y creativa. UOC.
76. Maella, I. (2020). *Sobreexposición de menores en Internet: YouTube, Instagram y TikTok como plataformas de riesgo*. ¿Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/97735/files/TAZ-TFG-2020-4706.pdf?version=1>
77. Maltz Bovy, P. (2013). The Ethical Implications of Parents Writing About Their

- Kids. Obtenido de <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2013/01/the-ethical-implications-of-parents-writing-about-their-kids/267170/>
78. Mañá, B. T., & García Aretio. (2014). Bases, mediaciones y futuro de la Educación a distancia en la sociedad digital. Madrid: Síntesis. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 17(1), 233-234. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331429941011>
  79. Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. *Intersticios: Revista sociológica de pensamiento crítico*, 107-113. Obtenido de <https://intersticios.es/article/view/6330/5750>
  80. Margaix Arnal, D. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. *Profesional de La información*, 16(2), 95-106. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2007.mar.01>
  81. Marqueza Cornejo, & Lourdes Tapia, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>
  82. Mata Solís, D. (2020). *Enfoque de la investigación*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigación/el-enfoque-de-investigación-la-naturaleza-del-estudio/>
  83. Matilde, L. (2004). Redes sociales. *Revista mexicana de sociología*, 66, 59-75. doi:<https://doi.org/10.2307/3541443>
  84. Medline plus. (2019). Hitos del desarrollo de la Academia Latinoamericana de Desarrollo Infantil y Discapacidades. *Developmental Medicine & Child Neurology*, 4-5. doi: 10.1111/dmcn.14299
  85. Medrano Chuchuca, D. M. (2018). Fotografía en redes sociales como medio motivador del consumo turístico en los millennials. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54797>
  86. Mercado Contreras, C. T. (2016). Sexting: su definición, factores de riesgo y consecuencias. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 1-18. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/73303>
  87. Morales Ruiz, E., & Romo Jiménez, A. (2018). Las redes sociales como medio de

- comunicación política. El uso del Snapchat. *STATUS*, 2(3), 37-55. Obtenido de <http://revista-status.uanl.mx/index.php/status/article/view/29/14>
88. Morales, F. (2018). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.
89. Morales, N. (2015). Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos.
90. Moreno López, N. M., González Robles, A. C., Torres Gómez, A. C., & Araya Hernández, J. (2017). *Alfabetización digital a padres de familia en el uso de las redes sociales*. *Alteridad*, 8-19. doi:<https://revistas.ups.edu.ec/index.php/alteridad/article/view/1.2017.01>
91. Muñoz Vázquez, M. (2013). *Las redes sociales como recurso educativo en el ámbito universitario*. *Aularia*, 93-97. Obtenido de <file:///C:/Users/CLINIC%20PC/Downloads/Dialnet-LasRedesSocialesComoRecursoEducativoEnElAmbitoUniv-4173143.pdf>
92. Llanos Cabedo. (2020). el Sharenting y el ejercicio de la patria potestad: Nass de Ledo, I. (2011). Las redes sociales. *Revista Venezolana de Oncología*, 23, 133-133. Obtenido de [https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0798-05822011000300001&script=sci\\_arttext](https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0798-05822011000300001&script=sci_arttext)
93. Nogueira Alcalá, H. (2007). El derecho a la propia imagen como derecho fundamental implícito: fundamentación y caracterización. *Ius et Praxis*, 245- 285. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122007000200011>
94. Ordóñez Pineda, L., & Calva Jiménez, S. (2020). Amenazas a la privacidad de los menores de edad a partir del Sharenting. (D. Álvarez Valenzuela, Ed.) *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 9(2), 105-130. doi:<http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2020.55333>
95. Ordóñez, L., & Calva, S. (2020). Amenazas a la privacidad de los menores de edad a partir del Sharenting. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 9(2), 105-130. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/rchdt/v9n2/0719-2584-rchdt-9-2-00105.pdf>
96. Ovares, C. (2018). La sociología de Georg Simmel y el ‘capital social’: La

confianza como fuerza socializadora. 23-34.  
doi:<https://doi.org/10.15517/rr.v97i2.31481>

97. Palacios Martínez, I., Alonso Alonso, R., Cal Varela, M., Calvo Benzie, Y., Fernández Polo, F. X., Gómez García, L., Ramón Varela Pérez, J. (2019). *Diccionario electrónico de enseñanza y aprendizaje de lenguas*. Obtenido de <https://www.dicenlen.eu/es/diccionario/entradas/puntuacion-t>
98. Pérez Barber, V. (2011). *El político en la red social. Club universitario*.
99. Ponce de León, P. (13 de agosto de 2019). *Bebes y redes sociales*. Obtenido de <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2019/205-bebes-redes-sociales.html>
100. Primicias. (09 de septiembre de 2022). *conversatorio sobre riesgos y amenazas de Internet hacia la niñez y adolescencia*. Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2022/09/09/se-realizo-conversatorio-sobre-riesgos-y-amenazas-de-internet-hacia-la-niñez-y-adolescencia/>
101. RAE. (2022). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/anal%C3%B3gico>
102. RAE. (2022). *Real academia española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/hito>
103. Rafael García, R., & Castañeda Bermejo, S. (2021). Revisión teórica de los estilos de crianza parental. *Repositorio Institucional Continental*, 1-26. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8703>
104. Raquel Caerols, M., Tapia Frade, A., & Carretero Soto, A. (2013). *Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participativo*. *Vivat Academia*, 68-78. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/5004634>
105. Rivera, J. (2011). ¿Revolución Facebook? *Tekno Kutura- Revista de cultura general y movimientos sociales*, 8(1), 125-128.
106. Rodríguez Molinero. (2007). El adolescente y su entorno: familia, amigos, escuela y medios. *Revista Española*, 63(1), 29-37. Obtenido de <https://www.seinap.es/wp-content/uploads/Revista-de->

Pediatría/2007/REP%2063-1.pdf#page=23

107. Rojas, M. (2015). Felicidad y estilos de crianza parental. *Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 1-20. Obtenido de <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2018/06/16-Rojas-2015.pdf>
108. Sádaba, C. (2010). El perfil del usuario de Internet en España. *Psychosocial Intervention*, 41-55. Obtenido de <https://scielo.isciii.es/pdf/inter/v19n1/v19n1a06.pdf>
109. Salgado Silva, J. P., Villota Trejo, J. M., Ramírez Coral, D. R., & Terán Ballesteros,
110. V. H. (2021). Sharenting: literature review. *Faculty of Engineering in Applied Sciences, Software Engineering*, 1-8. Obtenido de <http://revistasoj.s.utn.edu.ec/index.php/ideas/article/view/628/574>
111. Salgado, D. (2016). La huella digital. 14-17. Obtenido de <http://www.revistaindice.com/numero68/p14.pdf>
112. Sánchez, H. (2020). Telegram como herramienta para periodistas: *Percepción y uso*. *Revista de comunicación*, 19(2), 245-261. doi:<http://dx.doi.org/10.26441/rc19.2.2020-a14>
113. Supo, J. (2013). *Como validar un instrumento*. Obtenido de [http://www.cua.uam.mx/pdfs/coplavi/s\\_p/doc\\_ng/validacion-de-instrumentos-de-medicion.pdf](http://www.cua.uam.mx/pdfs/coplavi/s_p/doc_ng/validacion-de-instrumentos-de-medicion.pdf)
114. Tawfiq, A., Kumar, P., Cliff, L., & Schoenebeck, S. (2015). Managing Children's Online Identities. *School of Information University of Michigan*, 4- 11. doi:DOI:10.1145/2702123.2702325
115. Terradez Álvarez, N. (2020). TikTok: *una exploración sobre la difusión de los estereotipos sociales*. 42-46. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42968>
116. Torres Romay, E., & García Mirón, S. (2020). *Sharenting: análisis del uso comercial de la imagen de los menores en Instagram*. *Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), 160-179. doi:<https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7103>
117. Universidad de Alicante. (2017). *Huella digital*. 2-13. Obtenido de

[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/79601/1/CI2\\_intermedio\\_2017-18\\_Huella-digital.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/79601/1/CI2_intermedio_2017-18_Huella-digital.pdf)

118. Urban Dictionary. (02 de mayo de 2018). *Mom selfie*. Obtenido de <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Mom%20selfie>
119. Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI editores. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=7m3ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=La+cultura+de+la+conectividad&ots=hw6wjyXmUN&sig=7zPj144X1D2wwhPXBziIlZbnj7g#v=onepage&q=La%20cultura%20de%20la%20conectividad&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=7m3ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=La+cultura+de+la+conectividad&ots=hw6wjyXmUN&sig=7zPj144X1D2wwhPXBziIlZbnj7g#v=onepage&q=La%20cultura%20de%20la%20conectividad&f=false)
120. =fnd&pg=PT6&dq=La+cultura+de+la+conectividad&ots=hw6wjyXmUN&sig=7zPj144X1D2wwhPXBziIlZbnj7g#v=onepage&q=La%20cultura%20de%20la%20conectividad&f=false
121. Vega, F. (03 de abril de 2020). *América Latina: El Impacto Mediático del Coronavirus en Redes Sociales*. Obtenido de <https://www.comscore.com/Insights/Blog/America-Latina-El-Impacto-Mediatico-del-Coronavirus-en-Redes-Sociales>
122. Velásquez Quispe, M. (2020). *Estilos de crianza: una revisión teórica*. 10-17. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7286>
123. Victoriano Panizo, G. (2011). El ciber-acoso con intención sexual y el child-grooming. *Cuadernos de criminología: revista de criminología y ciencias forenses*, 23-33. Obtenido de [file:///C:/Users/CLINIC%20PC/Downloads/DialnetElCiberacosoConIntencionSexualYEIChildgrooming-3795512%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/CLINIC%20PC/Downloads/DialnetElCiberacosoConIntencionSexualYEIChildgrooming-3795512%20(1).pdf)
124. We Are Social. (26 de enero de 2022). *Digital report 2022: el informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y móbile*. Obtenido de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile>

## ANEXOS

### Anexo 1. Valoración general del cuestionario

#### VALORACIÓN GENERAL DEL CUESTIONARIO

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	+	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para las personas a las que se les aplica el instrumento de recolección de datos. (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considera que pudieran ser un riesgo:	
N.º de la(s) pregunta(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario		X		

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

### VALORACIÓN GENERAL DEL CUESTIONARIO

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	/	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		/
Las preguntas constituyen un riesgo para las personas a las que se les aplica el instrumento de recolección de datos. (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		/

Preguntas que el experto considera que pudieran ser un riesgo:	
N.º de la(s) pregunta(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	/			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	PREGUNTA " 8 "

## VALORACIÓN GENERAL DEL CUESTIONARIO

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.		×
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		×
Las preguntas constituyen un riesgo para las personas a las que se les aplica el instrumento de recolección de datos. (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		×

Preguntas que el experto considera que pudieran ser un riesgo:	
N.º de la(s) pregunta(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	×			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

### VALORACIÓN GENERAL DEL CUESTIONARIO

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para las personas a las que se les aplica el instrumento de recolección de datos. (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considera que pudieran ser un riesgo:	
N.º de la(s) pregunta(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario		X		

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

### VALORACIÓN GENERAL DEL CUESTIONARIO

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	sí	no
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para las personas a las que se les aplica el instrumento de recolección de datos. (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considera que pudieran ser un riesgo:	
N.º de la(s) pregunta(s)	51
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	Exceso de preguntas
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	Reducción de preguntas

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:	
Motivos por los que se considera no adecuada	No
Motivos por los que se considera no pertinente	No
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	No

## **Anexo2.Cuestionario**

**Universidad Técnica De Ambato**

**Facultad De Jurisprudencia Y Ciencias Sociales**

**Carrera De Trabajo Social**

**Periodo Académico:** octubre 2022 – marzo 2023

**Dirigido a:** Las Estudiantes Madres Universitarias de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Careras de: Trabajo Social, Comunicación Social y Derecho

### **ENCUESTA SOBRE “SHARENTING EN MADRES UNIVERSITARIAS”.**

**Objetivo:** Recopilar información de las estudiantes madres universitarias de las carreras de Trabajo Social, Comunicación Social y Derecho, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, para realizar la investigación académica sobre el tema “Sharenting en madres universitarias”

#### **Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada pregunta y responda acorde a la opción solicitada, conforme usted se sienta cómoda.
- Esta es una encuesta en la que usted participara de forma voluntaria.
- Las respuestas de este cuestionario, serán utilizados con fines investigativos.
- Se solicita total veracidad y sinceridad en sus respuestas.

#### **DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.**

##### **Edad:**

.....

##### **Carrera:**

- a. Trabajo Social ( )
- b. Derecho ( )
- c. Comunicación Social ( )

##### **Semestre:**

- 1º semestre ( )
- 2º semestre ( )

- 3° semestre ( )
- 4° semestre ( )
- 5° semestre ( )
- 6° semestre ( )
- 7° semestre ( )
- 8° semestre ( )
- 9° semestre ( )

**Estado civil**

- Soltera ( )
- Casada ( )
- Divorciada ( )
- Unión libre ( )
- Viuda ( )

**Etnia con la que se auto identifica:**

- Mestizo ( )
- Blanco ( )
- Indígena ( )
- Afro ecuatoriano ( )
- Shuar ( )
- Otro ¿Cual?

**Ocupación**

- Estudiante ( )
  - Estudiante y trabajadora a medio tiempo ( )
  - Trabajadora a fines de semana ( )
  - Otro:
- ¿Cual?.....

**Clase social**

- Alto ( )
- Medio ( )
- Bajo ( )

**Situación laboral**

- Activo ( )
- Inactivo ( )

**BANCO DE PREGUNTAS**

**SECCIÓN 1: RIESGO EN EL USO DE REDES SOCIALES EN PROGENITORES**

1. ¿Conoce usted a todos sus contactos agregados en sus redes sociales?
  - Si ( )

- No ( )
- 2. ¿Alguna vez usted ha creado perfiles o cuentas para sus hijos en redes sociales con el nombre de ellos?

- Si ( )
- No ( )

En caso de ser afirmativa su respuesta indique cual o cuales redes sociales

- Facebook ( )
- Instagram ( )
- Whatsapp ( )
- Messenger ( )
- TikTok ( )
- YouTube ( )
- Snapchat ( )
- Kuaishou-Kwai ( )
- Otro

¿Cuales?.....

3. Señalar con una x si ha oído alguna vez hablar de los términos presentados a continuación:

Termino	Opciones de respuesta	
	SI	NO
Sharenting		
Happy Slapping		
Morphing		
Grooming		
Sexting		
Ciberbullying		
Ciberadicción		
Suplantación de identidad		
Pornografía infantil		
Hipersexualización		

4. ¿Con que frecuencia utiliza un aparato tecnológico como celular, tablet o computador para acceder a redes sociales?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

5. Diariamente ¿cuánto tiempo se dedica a navegar en las redes sociales?

- Más de 5 horas ( )
- 3 horas a 5 horas ( )
- 1 hora a 3 horas ( )
- De 30 minutos a 1 hora ( )
- Menos de 30 minutos ( )

## **SECCIÓN 2: CONTENIDO Y FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN**

6. En la siguiente tabla señale la frecuencia con la que usted ha compartido sus momentos de maternidad en redes sociales

Momentos de maternidad	Frecuencia de publicación de fotografías				
	Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
Prueba de embarazo positiva					
Ecografías del embarazo					
Estado de gestación (Embarazo)					
Fotografías o videos del bebe recién nacido					

7. ¿Sube usted fotografías, videos, audios o comentarios de sus hijos a redessociales?

- Si ( )
- No ( )

8. ¿Con que frecuencia usted sube fotografías, audios, videos o comentarios desus hijos a redes sociales?

- Diariamente ( )
- Semanalmente ( )
- Mensualmente ( )
- Anualmente ( )
- No subo nada a ninguna red social ( )

9. ¿Qué medios utiliza para compartir fotografías, videos, cometarios o audios desus hijos?

- Facebook ( )
- Instagram ( )
- Whatsapp ( )
- Messenger ( )
- TikTok ( )
- Telegram ( )
- YouTube ( )
- Snapchat ( )
- Kuaihou-Kwai ( )
- Ninguno ( )

10. ¿Con que frecuencia usted ha realizado actividades con sus hijos como: usar maquillaje, vestimenta o accesorios que los hagan lucir como una persona mayor y las ha subido a sus redes sociales?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

11. ¿Cuándo usted sube alguna foto o video con sus hijos a alguna red social recibemás likes de lo que habitualmente recibe cuando se toma una selfie o una fotofamiliar?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

12. ¿Cuándo usted sube alguna fotografía o video de sus hijos a alguna red social recibe comentarios **positivos de otros progenitores**, háblese de amigos o familiares?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

13. ¿Le gusta observar publicaciones de otros padres sobre sus hijos en redes sociales?

- Siempre ( )
- Casi siempre ( )
- Algunas veces ( )
- Casi nunca ( )
- Nunca ( )

14. En la siguiente tabla señale cual es la cantidad de fotografías que usted sube desus hijos diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente a sus redessociales

Frecuencia de fotografías	Más de 30 fotos	15 a 30 fotos	9 a 15 fotos	3 a 9 fotos	0 fotos
Diariamente					
Semanalmente					
Mensualmente					
Anualmente					

15. En la siguiente tabla señale la cantidad de videos que usted sube de sus hijos diariamente, semanalmente, mensualmente y anualmente a redes sociales.

Frecuencia de videos	Más de 30 videos	15 a 30 videos	9 a 15 videos	3 a 9 videos	0 videos
Diariamente					
Semanalmente					
Mensualmente					
Anualmente					

### **SECCIÓN 3: MOTIVOS Y RIESGOS**

16. ¿Cuál es la razón por la que usted comparte fotografías o videos de sus hijos en redes sociales?

- Querer guardar ese recuerdo en la red ( )
- Compartir momentos en familia ( )
- Querer dar a conocer al niño/a y presumirlo a sus contactos ( )
- La foto es muy divertida ( )
- Crear contenido para el público ( )
- Ninguno ( )

17. ¿Qué tipo de fotografías de sus hijos usted sube a sus redes sociales?

- Acontecimientos importantes ( )
- Actividades sociales ( )
- Fotos lindas o graciosas ( )
- Selfies ( )
- Fotos sobre enfermedades u operaciones ( )
- Ninguno ( )

18. Generalmente ¿cuándo usted tiende a subir más fotografías o videos de sus hijos en redes sociales?

- Cuando hay algún paseo ( )
- Cuando se presenta algún evento social ( )
- Cuando cumple algún logro ( )
- Cuando el niño está de vacaciones ( )
- Ninguno ( )

19. ¿Siente satisfacción cuando sube fotografías, videos, audios o comentarios de sus hijos a redes sociales?

- Si ( )
- No ( )

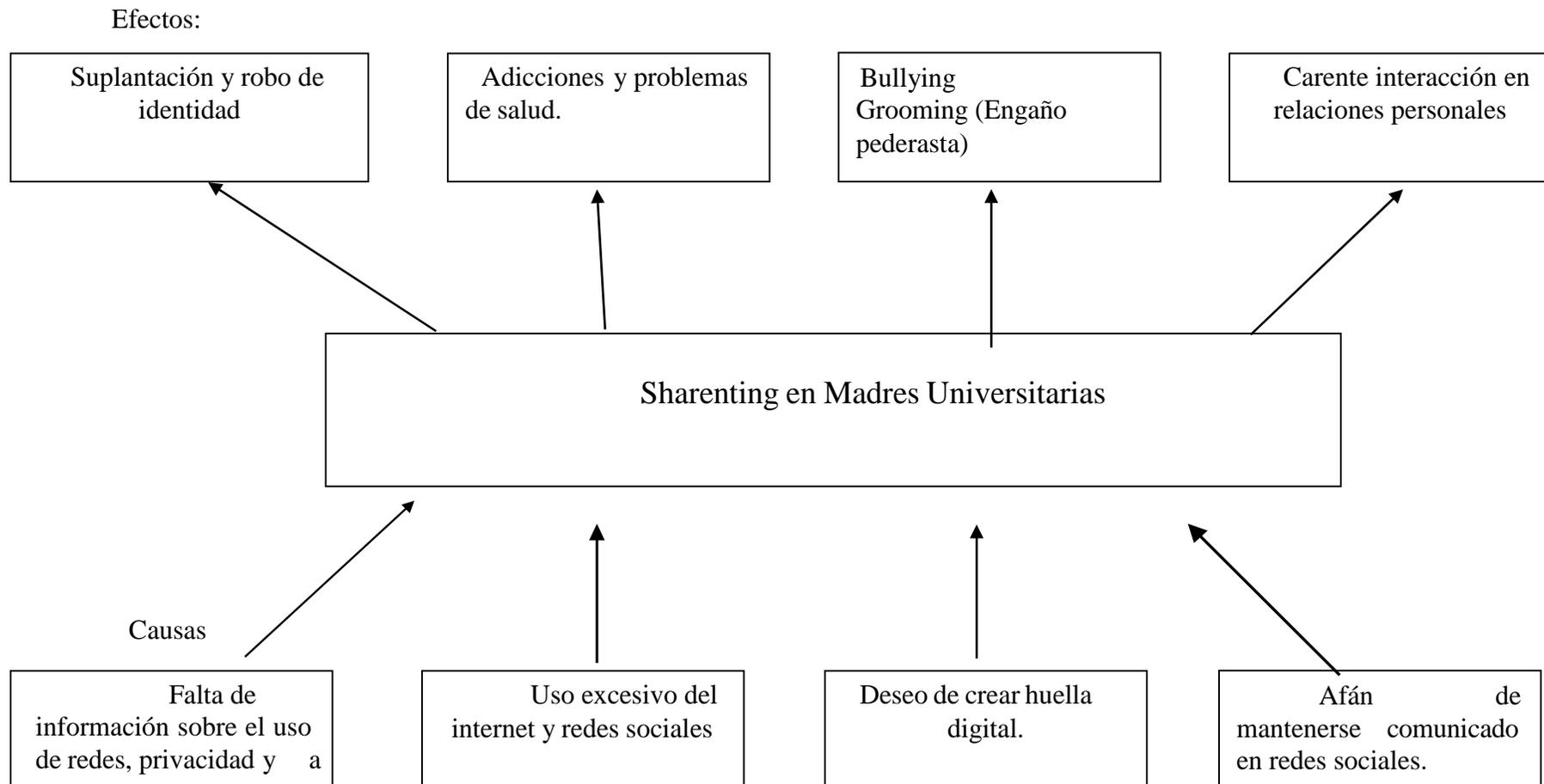
20. ¿Cree usted que es apropiado subir fotografías, videos, audios o comentarios de sus hijos a redes sociales?

- Si ( )

- No ( )
- 21. ¿Cuenta con el permiso de sus hijos para subir fotografías de ellos/ellas en redes sociales?
  - Si ( )
  - No ( )
- 22. ¿Alguna vez ha presentado inconvenientes con sus hijos por compartir fotografías videos, audios o comentarios de ellos en redes sociales?
  - Si ( )
  - No ( )
- 23. ¿Considera que subir fotografías de sus hijos en redes sociales supone algún riesgo para ellos?
  - Si ( )
  - No ( )
- 24. ¿Considera que invade la privacidad de sus hijos cuando sube fotografías o videos de ellos en redes sociales?
  - Si ( )
  - No ( )
- 25. ¿Ha oído hablar sobre el principio del interés superior del niño?
  - Si ( )
  - No ( )
- 26. ¿Ha oído hablar sobre el derecho a la propia imagen?
  - Si ( )
  - No ( )

**Gracias por su colaboración**

### Anexo 3. Árbol de Problemas



**Anexo 4. Constelación de Ideas**

