



**Universidad
Europea** MADRID

El FOMO y la adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes españoles.

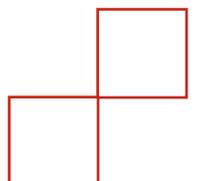
Máster de Psicología General Sanitaria

Autora: Paola Ocio Gestoso Tutora: Nerea Amezcua Valmala

23 de junio de 2022

Campus Villaviciosa de Odón
Calle Tajo S/N, Villaviciosa de Odón
28670 Madrid
universidadeuropea.com

Campus Alcobendas
Avenida Fernando Alonso, 8
28108 Madrid



Resumen

Actualmente, las nuevas tecnologías son el día a día en nuestra vida, los teléfonos móviles y las redes sociales son indispensables. Uno de los problemas asociados al uso excesivo de estas son las adicciones a las nuevas tecnologías. Las adicciones a las nuevas tecnologías son cada día más frecuentes lo que hace que nos preguntemos que las motiva y qué podemos hacer para evitarlas. El FOMO (Fear Of Missing Out) es la aprehensión generalizada de que otros pueden estar teniendo experiencias gratificantes mientras uno está ausente. Este fenómeno, aunque es nuevo, está presente en nuestras vidas haciendo que sintamos ansiedad por estar presentes en todos los eventos de nuestro alrededor por miedo a perder momentos cruciales. Este estudio pretende estudiar si el FOMO está relacionado con las adicciones a la tecnología realizando un análisis de este fenómeno para averiguar si está relacionado con la adicción a los teléfonos móviles y a un mayor tiempo de uso en la aplicación social Instagram (en concreto) con una muestra de 101 jóvenes españoles. Se encuentra dicha relación entre FOMO y la adicción a los teléfonos móviles con una correlación moderada aportando junto a otros estudios la afirmación de que este fenómeno podría ser una clave para las adicciones a las nuevas tecnologías. Sin embargo, no se encuentra relación entre FOMO e Instagram. Se concluye que podría existir una relación bidireccional entre el FOMO y la adicción a los teléfonos móviles, en concreto las redes sociales.

Palabras clave: adicción, fomo, instagram, móviles

Abstract

Currently, new technologies are the day to day in our lives, mobile phones and social networks are essential. One of the problems associated with the excessive use of these is addiction to new technologies. Addictions to new technologies are becoming more frequent every day, which makes us wonder what motivates them and what we can do to avoid them. FOMO (Fear Of Missing Out) is the pervasive apprehension that others may be having rewarding experiences while one is away. This phenomenon, although it is new, is present in our lives, making us feel anxious about being present in all the events around us for fear of missing crucial moments. This study aims to study whether FOMO is related to addictions to technology by performing an analysis of this phenomenon to find out if it is related to addiction to mobile phones and a longer time of use in the social application Instagram (specifically) with a sample of 101 young Spaniards. This relationship between FOMO and addiction to mobile phones is found to have a moderate correlation, providing, together with other studies, the affirmation that this phenomenon could be a key to addictions to new technologies. However, no relationship is found between FOMO and Instagram. It is concluded that there could be a bidirectional relationship between FOMO and addiction to mobile phones, specifically social networks.

Keywords: addiction, fomo, instagram, smartphone

Índice

1.	Introducción.....	6
1.1.	Teoría de Comparación Social.....	7
1.2.	Teoría de la Autodeterminación	9
1.3.	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).....	11
1.4.	Adicciones a las TICs	13
1.5.	Relación FOMO y TICs.....	15
1.6.	Objetivos.....	17
1.7.	Hipótesis	17
2.	Materiales y métodos.....	18
2.1.	Muestra	18
2.2.	Instrumentos	18
2.2.1.	Cuestionario de FOMO (Fear Of Missing Out).....	18
2.2.2.	Cuestionario de experiencias relacionadas con el móvil.....	19
2.2.3.	Cuestionario datos demográficos.....	19
2.2.4.	Cuestionario tiempo de uso Instagram.....	19
2.3.	Procedimiento	19
2.4.	Análisis de datos	20
3.	Resultados	21
4.	Discusión.....	25
5.	Referencias bibliográficas.....	33



6.	Anexos.....	37
6.1.	Anexo 1	37
6.2.	Anexo 2.....	37
6.3.	Anexo 3.....	38

1. Introducción

El FOMO (Fear Of Missing Out) se define como una aprehensión generalizada de que otros pueden estar teniendo experiencias gratificantes mientras uno está ausente, se caracteriza por el deseo de estar continuamente conectado con lo que otros están haciendo (Przybylski et al., 2013). Los síntomas asociados a este fenómeno son ansiedad, depresión, estrés, frustración, y soledad creciente. Se podría decir que es la extraña e injustificada preocupación de que mejores sucesos imaginarios ocurran en el momento en el que el individuo no está participando en ellos y por ello se ve afectado por una desesperante inquietud (Pérez-Elizondo, 2020).

Daniel Herman (2002) fue el primero en hablar de este fenómeno en 1996 de manera muy breve en un artículo sobre estrategias de marketing pero más tarde, en 2004, Patrick McGinnis popularizó el término escribiendo un artículo sobre ello en su revista universitaria Harbus, en el que también menciona otro término el FOBO (Fear Of Better Option) un término que es muy similar al FOMO pero se refiere más a las opciones que a los eventos, es decir, miedo a no estar tomando las mejores elecciones que se podrían tomar de entre todas las que hay. En este artículo, habla de cómo cuando empezó su vida universitaria en el año 2002 sufría de una constante ansiedad por no estar presente en todos los planes que sus amigos le sugerían tanto en el ámbito social como académico, ese miedo constante a estar perdiéndose algo si no acudía a todo. También observó a su alrededor, en su campus y en su círculo social como les sucedía lo mismo a sus compañeros. Por ello decidió escribir un artículo en dicha revista universitaria y el término se popularizó.

Con el auge de las redes sociales la gente empezó a hablar más de este término mediante publicaciones, tweets y hashtags. El término se extendió y se hizo más conocido causando que mucha gente ya supiera lo que significaban las siglas FOMO. Esto llamó la atención de la comunidad científica para ponerse a investigar sobre el fenómeno, hasta día de

hoy que sigue siendo un término del que se sabe muy poco aunque esté muy popularizado (Hayran et al., 2016). Irónicamente, las nuevas tecnologías comenzaron a tomar un papel muy importante en el FOMO y varios autores relacionaron este miedo a perderse algo (FOMO) con el uso de tecnologías (Gil et al., 2015; Przybylski, 2013). Comenzaron a surgir muchos estudios en referencia a esto, todos afirmaban que el uso de las redes sociales empeoraba el FOMO y lo hacía más intenso y que de alguna manera el mismo FOMO hacía que el uso de estas aumentara llegando a causar un uso maladaptativo de las tecnologías (Przybylski et al., 2013). Esto nos presenta un bucle en el que una se alimenta con la otra creando un cúmulo de malestar emocional y uso descontrolado de las tecnologías.

Para entender mejor este fenómeno y su relación con las redes sociales se utilizan dos teorías, la teoría de la comparación social y la teoría de la autodeterminación.

1.1 Teoría de la Comparación Social:

La teoría de la comparación social fue postulada por Festinger (1954) y se basa en la creencia de que hay un impulso dentro de los individuos de obtener constantemente evaluaciones rigurosas. Explica cómo el ser humano se evalúa a sí mismo en función de la comparación con los que le rodean y de esta manera se define a sí mismo.

Neumann (2020) une esta teoría con el fenómeno FOMO y teniendo en cuenta la definición de este término (una aprehensión generalizada de que otros pueden estar teniendo experiencias gratificantes mientras uno está ausente) el FOMO puede explicarse como una discrepancia percibida entre las experiencias propias actuales de un individuo con las de su entorno social y las posibles futuras propias. Esta discrepancia se divide en dos componentes: afectivo y cognitivo.

El componente afectivo se refiere a la experiencia emocional que están teniendo los individuos, las emociones que surgen cuando están expuestos a una situación en concreto, en caso de FOMO las emociones que suelen surgir son miedo, ansiedad, arrepentimiento y

envidia. Para entender mejor este concepto Neumann (2020) pone un ejemplo en su artículo, una persona decide quedarse en casa en lugar de ir a una fiesta con sus amigos, el componente afectivo de esta situación serían sentimientos de miedo a la exclusión social, que otras personas se lo estén pasando mejor, la pérdida de su posición social por no pertenecer al grupo, temer que su vida sea peor a la de sus amigos, etc.

De esta manera podríamos entender el FOMO como un sentimiento de incertidumbre sobre posibles resultados negativos con una emoción de arrepentimiento anticipado (Neumann, 2020). Es decir, sentir que no se está tomando la decisión correcta (quedarse en casa y no ir a la fiesta) y arrepentirse anticipatoriamente.

Por otro lado, profundizando más en el componente cognitivo del FOMO, Neuman (2020) lo divide en dos subcomponentes: pensamientos contrafácticos y comparación social. Estos dos subcomponentes hacen referencia a la discrepancia anteriormente mencionada, el primero haciendo una discrepancia entre las experiencias propias actuales y las futuras y el segundo haciendo discrepancia entre las experiencias propias y las de los demás.

Cuando las personas comparan su situación actual con la que podrían estar viviendo se ponen en marcha estos dos subcomponentes cognitivos. Utilizando el ejemplo anterior, si una persona toma la decisión de quedarse en casa en lugar de ir a esa fiesta con sus amigos comenzarán los procesos de generación de pensamientos contrafácticos, es decir, creará una simulación de realidad alternativa en la que de haber tomado otra decisión (ir a la fiesta) estaría teniendo una experiencia mucho más gratificante.

Además, si también tenemos en cuenta el segundo subcomponente cognitivo (comparación social) esta persona estaría también comparando su experiencia con las de su entorno, en este caso con sus amigos que sí acudieron a la fiesta y “se lo están pasando mucho mejor”. Estas simulaciones mentales constituyen una rumiación, distracción y gran esfuerzo cognitivo que sólo acarrea emociones desagradables (Neumann, 2020).

En conclusión, según esta teoría el FOMO lo podemos entender como algo tanto afectivo como cognitivo que tiene como consecuencias emociones de ansiedad y arrepentimiento junto con pensamientos rumiativos.

Como se ha mencionado anteriormente, esta teoría además de para entender mejor el fenómeno FOMO también se ha utilizado para trazar una unión entre este y las nuevas tecnologías (Reer et al., 2019), las redes sociales son ventanas a las experiencias de los demás y al observarlas es muy fácil caer en la comparación. Si utilizamos el ejemplo anterior, las consecuencias negativas de la persona que se queda en casa y no va a la fiesta aumentan si añadimos las redes sociales a la ecuación ya que observará la fiesta de sus amigos a través de estas y no podrá evitar poner en marcha emociones de ansiedad, arrepentimiento y simulaciones que llevarán a una rumiación. Así este autor, hipotetiza que el uso de las redes sociales empeoraría el FOMO.

1.2 Teoría de la Autodeterminación (TAD):

Por otro lado, otra teoría útil y muy empleada para entender mejor la relación entre FOMO y las nuevas tecnologías es la Teoría de la Autodeterminación (TAD) de Deci y Ryan (1985). Przybylski et al. (2013), pioneros de este tema, hacen referencia a ella en su artículo para hablar de las bases de este fenómeno.

Esta es una teoría motivacional, por lo que definen la motivación como tanto a la energía como a la dirección, persistencia y finalidad de los comportamientos, incluyendo las intenciones implicadas y acciones resultantes (Deci y Ryan, 1985). Para la conceptualización de la motivación estos autores desarrollaron La Teoría de la Autodeterminación (TAD) bajo influencias conductistas y humanistas, integrando ambos enfoques definiéndose como una teoría empírico-humanista.

Por este enfoque humanista, se ve al ser humano como un organismo activo con tendencia al crecimiento, a dominar los ambientes y a integrar nuevas experiencias en un

coherente sentido del sí-mismo (Stover et al., 2017), es decir, que los individuos participan activamente para satisfacer sus necesidades.

Dentro la TAD hay una hipótesis que afirma que la motivación tiene una estructura jerárquica con 3 distintos niveles: global, contextual y situacional (Vallerand, 1997). Estos 3 niveles interactúan entre ellos y en cada uno se observa como los factores sociales influyen en esta motivación a través de tres necesidades básicas: autonomía, competencia y vinculación.

Una subteoría de la TAD es La Teoría de las Necesidades Psicológicas Básicas (Deci y Ryan, 2008). En ella se habla de que en los tres niveles de motivación mencionados anteriormente la energía del comportamiento se genera por la búsqueda de la satisfacción de esas tres necesidades básicas, las cuales se definen como innatas y universales (Deci y Ryan, 2008). A continuación, explicaré más extensamente estas necesidades básicas.

Según Deci y Ryan (1985), la autonomía involucra aspectos volitivos y la organización del comportamiento en actividades con el sentido integrado del sí-mismo. Es decir, tener la posibilidad de elegir si se realiza una acción o no, que no es lo mismo que el individualismo o la independencia.

Por otro lado, la competencia la definen como los sentimientos de efectividad que se generan cuando una persona asume desafíos óptimos siendo capaz de crear cambios en el contexto.

La autonomía y la competencia están altamente relacionadas ya que cuando aumenta la competencia también lo hace la autonomía. Si un sujeto tiene más capacidad a la hora de asumir esos desafíos también podrá tener más posibilidades de escoger cómo lo hace.

Por último, está la vinculación que representa la experiencia de relaciones sociales saludables. Los sujetos precisan experimentar que están involucrados en interacciones con

otros significativos, conectándose con ellos en vínculos de cuidado y cariño mutuos (Faye y Sharpe, 2008).

En conclusión, los individuos precisan tener estas tres necesidades psicológicas básicas satisfechas, que eligieron hacer lo que están realizando, que son aptos para hacerlo y que en ese proceso conectan con otros. Según varios estudios, la percepción de la satisfacción de dichas necesidades se asocia con un mayor bienestar psicológico (Stoner et al., 2017).

En concreto estas tres necesidades básicas (Przybylski et al., 2013), competencia, autonomía y vinculación, explican el fenómeno de FOMO como un autorregulador que surge de déficits situacionales o crónicos cuando estas no están satisfechas y por ello se crea un malestar psicológico, de esta manera el FOMO actúa como un disparador para eliminar dicho malestar.

Por ello, podríamos definir el FOMO como un activador de conductas dirigidas a alcanzar el bienestar y eliminar el malestar (que él mismo también crea) pero sin que estas conductas sean necesariamente adaptativas o beneficiosas para el individuo. Estas conductas pueden estar referidas al uso de las nuevas tecnologías y a sus consecuencias porque como se ha mencionado antes, las nuevas tecnologías y el FOMO están relacionados en varios estudios ((Przybylski et al., 2013; Gil et al., 2015). Antes de explicar esta relación de manera más profunda es necesario hablar de las nuevas tecnologías y su influencia en el mundo actual.

1.3 Tecnologías de Información y Comunicación (TICs):

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son el conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, el almacenamiento y la transmisión de información. Entre ellos encontramos los teléfonos móviles, que ofrecen múltiples recursos y ventajas a sus usuarios e influyen en la forma en la que estos se relacionan entre sí y perciben el mundo que les rodea (Gil et al., 2015).

Hoy en día, la tecnología se ha integrado en todos los aspectos de la vida y los juegos de ordenador, los teléfonos móviles y el uso de las redes sociales se han generalizado rápidamente entre los adolescentes en los últimos años (Sapacz et al., 2016; Zhitomirsky-Geffet y Blau, 2016).

Las TIC actuales permiten que una persona pueda permanecer conectada constantemente sin que importe el lugar en el que se encuentre, en otras palabras, le permite estar constantemente presente en todos los momentos que le rodean (Hardey, 2011). En concreto, podríamos decir que las TIC que más permiten esto son las redes sociales, estas se han convertido en el agente de socialización y de transferencia cultural más importante en este nuevo milenio (del Barrio y Ruiz, 2014). A través de estas tecnologías se están modificando hábitos de relación y formas de intercomunicación de las personas, el uso de las redes sociales son la parte de las TIC más utilizada por la población joven.

Se han realizado varios estudios en lo referente a redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Tinder e Instagram. En concreto, esta última es una aplicación social utilizada para compartir fotos y vídeos con otros usuarios, en manera de publicación o de historia que permite compartir el día a día con fotos y vídeos que desaparecen en 24h.

Sholeh y Rusdi (2019) proponen que estas atractivas funciones de la aplicación Instagram se convierten en el medio perfecto para mostrar la vida diaria y así causar un uso excesivo y maladaptativo. Realmente el objetivo de esta aplicación es la popularidad, mostrando experiencias positivas para que los demás las vean.

Es importante también hablar de la variable generacional en el uso de estas tecnologías, aproximadamente el 90% de adultos jóvenes son usuarios de por lo menos una red social y el 85% utilizan 6 o más de estas (Villanti et al., 2017). Esto puede llevarnos a cuestionar si el mayor uso de las tecnologías se trata algo generacional (Barry y Wong, 2020) ya que los mayores usuarios de redes sociales y teléfonos móviles son personas jóvenes.

1.4 Adicción a las TICs:

Como se ha mencionado anteriormente la constante presencia de las nuevas tecnologías, en concreto de las redes sociales, y su gran popularidad hacen que el uso de estas sean un constante en la vida diaria y eso plantea varios puntos como la posibilidad del uso maladaptativo de estas, como por ejemplo la adicción a ellas, pero ¿qué es la adicción a las nuevas tecnologías?

La adicción a las nuevas tecnologías no está recogida a día de hoy en el DSM-V aunque si hay un apartado que hace referencia al juego patológico de los videojuegos. Sin embargo, muchos estudios afirman su existencia ya que se ha constatado la aparición de síntomas similares a los dados en la adicción a sustancias (Gil et al., 2015). Alonso-Fernández (2003) ya hablaba de adicción en el un uso abusivo de la televisión en su libro sobre las nuevas adicciones y en ese año los teléfonos móviles no se utilizaban como hoy en día pero podemos asimilarlo a la televisión.

Recientemente, algunas de las investigaciones sobre las consecuencias negativas de las TIC se han centrado en las redes sociales online, como Facebook, Instagram, Twitter o WhatsApp. Se ha mostrado que su uso inadecuado o abusivo puede producir un malestar psicológico y una sintomatología que son comparables a una adicción, sobre todo porque, en la actualidad, los smartphones permiten a los usuarios mantenerse conectados sin que importe el tiempo ni el lugar (Gil et al., 2015).

Así que si hipotetizamos que esta adicción existe la definiríamos como cualquier otra, en función de si cumple los criterios estipulados en el DSM-V para delimitar cuando su uso se convierte en una adicción. Los criterios recogidos para el abuso de sustancias son los siguientes: uso peligroso, problemas sociales o interpersonales relacionados con el consumo, incumplimiento de los principales roles por su consumo, síndrome de abstinencia, tolerancia, intentos repetidos de dejarlo o controlar el consumo, emplear más tiempo del que se pensaba

en actividades relacionadas con el consumo, tener problemas físicos o psicológicos relacionados con el consumo y dejar de hacer otras actividades debido al consumo.

Como se ha mencionado anteriormente, esta adicción no está recogida en el DSM-V pero eso no quiere decir que no exista ya que hay varios estudio que demuestran su similitud con las adicciones a las sustancias (Gil et al., 2015). Así que teniendo esto en cuenta se utilizará la palabra adicción en este estudio para referirnos a el uso abusivo de las tecnologías.

Teniendo esto en cuenta podemos hablar de las consecuencias de adicción a las nuevas tecnologías, mencionadas por varios autores.

Según Ögel et al., (2014) la adicción a las redes sociales y al teléfono móvil pueden ser un peligro para la salud mental de los jóvenes. A pesar de las múltiples ventajas que tienen estas tecnologías, su abuso puede tener un impacto fuerte en las personas, con consecuencias en los campos psicofisiológico, afectivo y socioeconómico (Gil et al., 2015).

Su uso excesivo a menudo puede deberse a que las aplicaciones de redes sociales están diseñadas para que el usuario esté constantemente en línea y este uso intensivo se convierte en estrés y malestar psicológico.

El abuso de estas aplicaciones pueden crear una adicción al teléfono móvil siendo las primeras una motivación para la última (Coskun y Muslu, 2019). Young (1998), en su investigación advirtió de varias señales que pueden indicar un uso maladaptativo de las redes y convierten la afición en adicción: privación del sueño para estar conectado, descuidar otras actividades importantes (familia amigos, estudios, salud), recibir quejas en relación con el uso excesivo por parte de alguien cercano, pensar en la red constantemente (incluso cuando no se está conectado a ella) y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta, intentar limitar el tiempo de conexión sin éxito y perder la noción del tiempo, mentir sobre el tiempo real que se está conectado, aislarse socialmente, mostrarse irritable, bajar el rendimiento en los estudios y sentir una euforia y activación anómalas

cuando se está usando la red o el móvil. Estas señales también se toman como consecuencias negativas en la salud de las personas.

Teniendo en cuenta todos estos estudios realizados podemos hablar de la importancia que tiene el uso de las TICs en la actualidad debido a que las nuevas tecnologías se encuentran en todas partes y hay que ser responsables con su uso para evitar consecuencias negativas.

1.5 Relación entre FOMO y TICs:

Como se ha mencionado anteriormente, el FOMO ha sido relacionado con las nuevas tecnologías en varios estudios (Gil et al., 2015; Przybylski et al., 2013; Neumann, 2020), pero ¿como se relacionan estas variables? Para explicarlo de manera más profunda es necesario revisar varios estudios.

Teniendo en cuenta la primera teoría utilizada para entender mejor el FOMO y su relación con las TICs, la teoría de la comparación social, según Neumann podemos hipotetizar que el uso de las redes aumenta y empeora el FOMO porque hace que esta comparación social, tanto con las experiencias propias actuales y futuras como con las de los demás, sea mayor. Por otro lado también podríamos hipotetizar que el FOMO también aumentaría el uso de las redes como afirman algunos estudios (Gil et al., 2015) y de esta manera estaríamos hablando de un efecto bucle entre este fenómeno y las TICs.

Por otro lado, en referencia a la TAD, Przybylski et al. (2013) explicaba, como se ha mencionado anteriormente, el FOMO como un autorregulador para satisfacer las tres necesidades básicas psicológicas y como este era de esta manera un disparador de conductas para hacerlo y estas conductas en su mayoría son el uso de las redes sociales.

De esta manera podemos trazar una unión entre altos niveles de FOMO y un mayor uso de redes sociales pudiendo convertirse en una adicción al teléfono móvil. Esta unión puede verse de manera directa, al no tener las necesidades de las que hablaban Deci y Ryan

(1985) cubiertas se dispararía el FOMO y habría un mayor uso de redes sociales como conducta para eliminar este y por consecuencia satisfacer estas necesidades.

Esto sería porque las redes sociales, según Przybylski et al. (2013), se perciben como un recurso para ponerse en contacto con los demás, una herramienta para desarrollar la competencia social y una oportunidad para profundizar los lazos sociales. Así, el FOMO serviría de mediador entre el déficit de estas necesidades psicológicas y el mayor uso de redes. Igualmente, podemos hablar del efecto bucle de este fenómeno, de cómo el uso de las tecnologías aumenta el FOMO pero el FOMO en sí aumenta también el uso de las tecnologías, lo que hace que resulte aún más difícil controlar el uso de estas.

Otros autores como Barry y Wong (2020), también relacionan el FOMO con la adicción a las redes y teléfonos móviles. Debido al auge de las redes sociales y otras formas de comunicación instantánea la posibilidad de experimentar FOMO ha aumentado.

Todas estas investigaciones se inclinan por la unión entre el FOMO y la adicción a las redes y por ello del teléfono móvil y las consecuencias que esto puede acarrear para la salud mental. Lo que nos lleva al planteamiento del problema, teniendo en cuenta todos los estudios planteados sobre el FOMO, las redes sociales y las consecuencias de ambas creemos necesario hacer un estudio para acercarnos a entender mejor este problema.

El FOMO, entendiéndolo como un disparador de conductas, podría estar impulsando a la población más joven a una adicción a las tecnologías, en concreto de las redes sociales como Instagram. Según una encuesta realizada por la Royal Society for Public Health de Kingdom el uso maladaptativo de esta aplicación, entre muchas otras, es la que más consecuencias negativas crea, tales como disminución de la calidad del sueño, acoso, FOMO, ansiedad y depresión. Por ello sería interesante analizar el fenómeno y su relación con las redes y el teléfono móvil. Entender qué es el FOMO y como influye en ciertas conductas podría ayudar a combatir este tipo de patologías derivadas de la adicción al teléfono móvil.

1.6 Objetivos:

El primer objetivo de este estudio es estudiar la relación entre FOMO y la adicción al teléfono móvil en jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años.

El segundo objetivo de este estudio es estudiar la relación entre FOMO y el tiempo de uso de la red social Instagram en jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años.

1.7 Hipótesis:

Hipótesis 1: Los jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años con más FOMO tendrán más adicción a los teléfonos móviles.

Hipótesis 2: Los jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años con más FOMO mostrarán un mayor tiempo de uso diario medio en la aplicación de Instagram.

2. Materiales y métodos.

2.1 Muestra.

La muestra consiste en 101 participantes, de los cuales son 72 mujeres, 18 hombres y 1 persona no binarie, todos residentes en España. Sus edades estaban comprendidas entre 18 y 30 años. No se tuvo que descartar a ningún participante.

Para obtener la muestra se utilizó el método de muestreo de bola de nieve, un método de muestro no probabilístico, en el que se pide a los primeros participantes que recluten ellos mismos a nuevos participantes entre sus conocidos mediante redes sociales o mensajería instantánea (*Whatsapp*). Los participantes iniciales fueron reclutados de manera online a través de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea (*Whatsapp*). La participación fue voluntaria y anónima.

2. 2 Instrumentos.

2.2.1 *El cuestionario FOMO (Fear Of Missing Out)* (Anexo 1) fue creado por Przybylski et al. (2013) y mide la aprehensión generalizada de que otros pueden estar teniendo experiencias gratificantes mientras uno está ausente (Przybylski et al., 2013). Está compuesto por 10 ítems directos con 5 posibles respuestas tipo Likert que van de 1 (nada) a 5 (mucho), es un cuestionario autoaplicado y se recomienda no administrarlo a menores de 13 años. En este estudio se utiliza la versión adaptada al español por Gil, Chamarro y Oberst (2015). Esta versión del cuestionario ha sido validada empíricamente por varios estudios entre ellos Correa-Rojas et al. (2020) en los que se determina que esta escala es una medida unidimensional ($\omega = .895$) y presenta invariancia estructural en varones y mujeres. Asimismo, sus puntuaciones son consistentes y presentan estabilidad temporal (CCI = .821). Tiene un alfa de Cronbach de 0,85 (Gil, Chamarro y Oberst, 2015).

2.2.2 *El cuestionario de Experiencias Relacionadas con el Móvil (CERM)*

(Anexo 2) (Beranuy et al., 2009) tiene como objetivo la evaluación del grado de adicción al móvil. Está formado por 10 ítems con 4 posibles respuestas tipo Likert que van de 1 (casi nunca) a 4 (casi siempre), se dividen en dos factores: conflictos (5 ítems) y uso comunicacional/emocional (5 ítems). Evalúa variables como: la tolerancia, efectos negativos sobre la familia, trabajo o relaciones, disminución de control de impulsos, uso del móvil como método de evitación, etc. (Fargues et al., 2009). Se basa en el cuestionario PRI (Problemas Relacionadas con Internet), creado por Gracia, Vigo y Arbonès, (2002). También se basa en los criterios del DSM-IV para el abuso de sustancias y juego patológico. Esta escala discrimina entre género y edad (Fargues et al., 2009), su consistencia interna del total de la escala es de 0,80 el factor de “Conflictos” obtiene un alfa de Cronbach de 0,81 y el “uso comunicacional /emocional” un alfa de Cronbach de 0,75.

2.2.3 *Cuestionario para recoger datos demográficos* (edad, lugar de residencia y género) con intención de descartar a la población que no se ajuste a nuestra muestra.

2.2.4 *Cuestionario tiempo de uso en instagram (ad hoc)*: se les pide a los participantes que entren en su aplicación de instagram en el apartado de “actividad” y nos digan cuántas horas de media pasan al día en la aplicación.

2.3 Procedimiento.

Se compartieron los cuestionarios agrupados en un enlace de Google Forms por redes sociales y whatsapp. Se solicitó a los participantes que realizaran la encuesta

de manera voluntaria sólo si cumplían los criterios de exclusión de tener entre 18 y 30 años y fueran residentes en España. Más tarde, se les pedía que compartieran dicho cuestionario a personas que también cumplieran también esos requisitos. Dentro de esos cuestionarios también se podía encontrar el consentimiento informado (Anexo 3) que debían aceptar antes de responder a las encuestas.

Finalmente se importaron los resultados obtenidos al programa SPSS Statistics (escalas CERM, FOMO e Instagram) y se procedió a hacer los análisis necesarios.

2.4 Análisis de datos.

Se realizaron análisis descriptivos de las variables edad y género. Se obtuvieron la media de edad y los porcentajes del género de los participantes. Por otro lado se sacaron las puntuaciones medias en cada escala y sus respectivas desviaciones típicas, que aunque no eran relevantes para los objetivos de estudio se realizaron en caso de encontrar algo que se pudiera destacar.

Finalmente, se realizó el coeficiente de correlación de Spearman para establecer el grado de asociación entre los resultados de los cuestionarios de FOMO, CERM y tiempo diario de media en Instagram. En primer lugar, se hizo con los resultados de los cuestionarios de FOMO con los del CERM y finalmente de nuevo los de FOMO con el tiempo de media en Instagram en minutos.

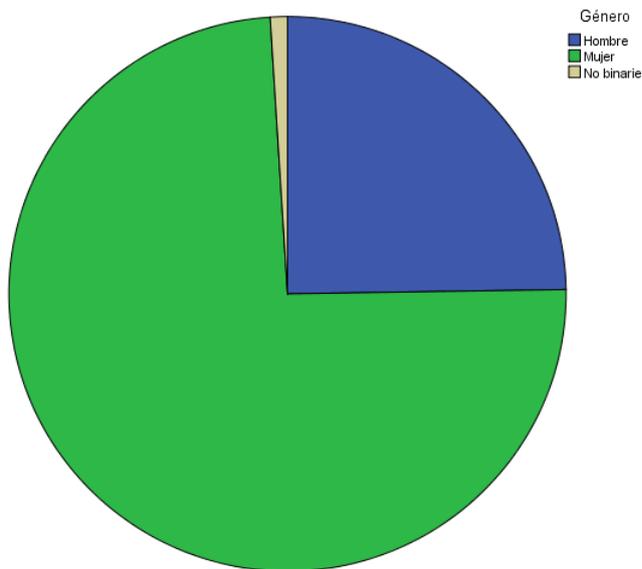
Se utilizó Spearman porque las puntuaciones de los sujetos en FOMO y en CERM no se ajustaban a una distribución normal por lo que no cumplían los principios de normalidad paramétricas.

3 Resultados

En primer lugar, en cuanto a los análisis descriptivos de la muestra se puede observar un porcentaje más alto de mujeres con un 74.3% (Figura 1). Observando la variable la edad, la edad más frecuente fue 23 años y la media de la muestra fue 22.545 y la desviación típica de 2.7001 ($M = 22.545$, $SD = 2.7001$) (Figura 2).

Figura 1

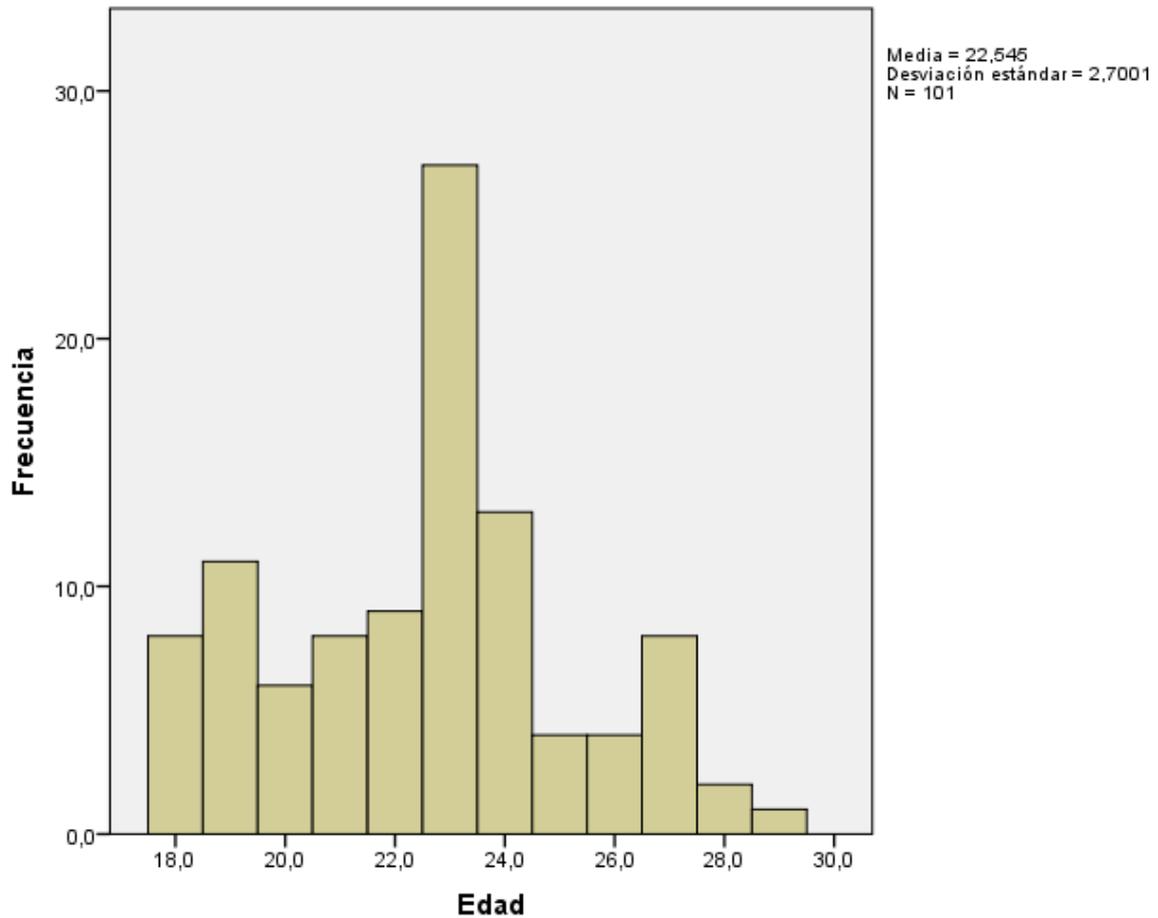
Gráfica de porcentajes según la variable género.



Nota: 74.3% mujeres, 24.8% hombres y 1% personas no binaries.

Figura 2

Histograma de las edades de los participantes.



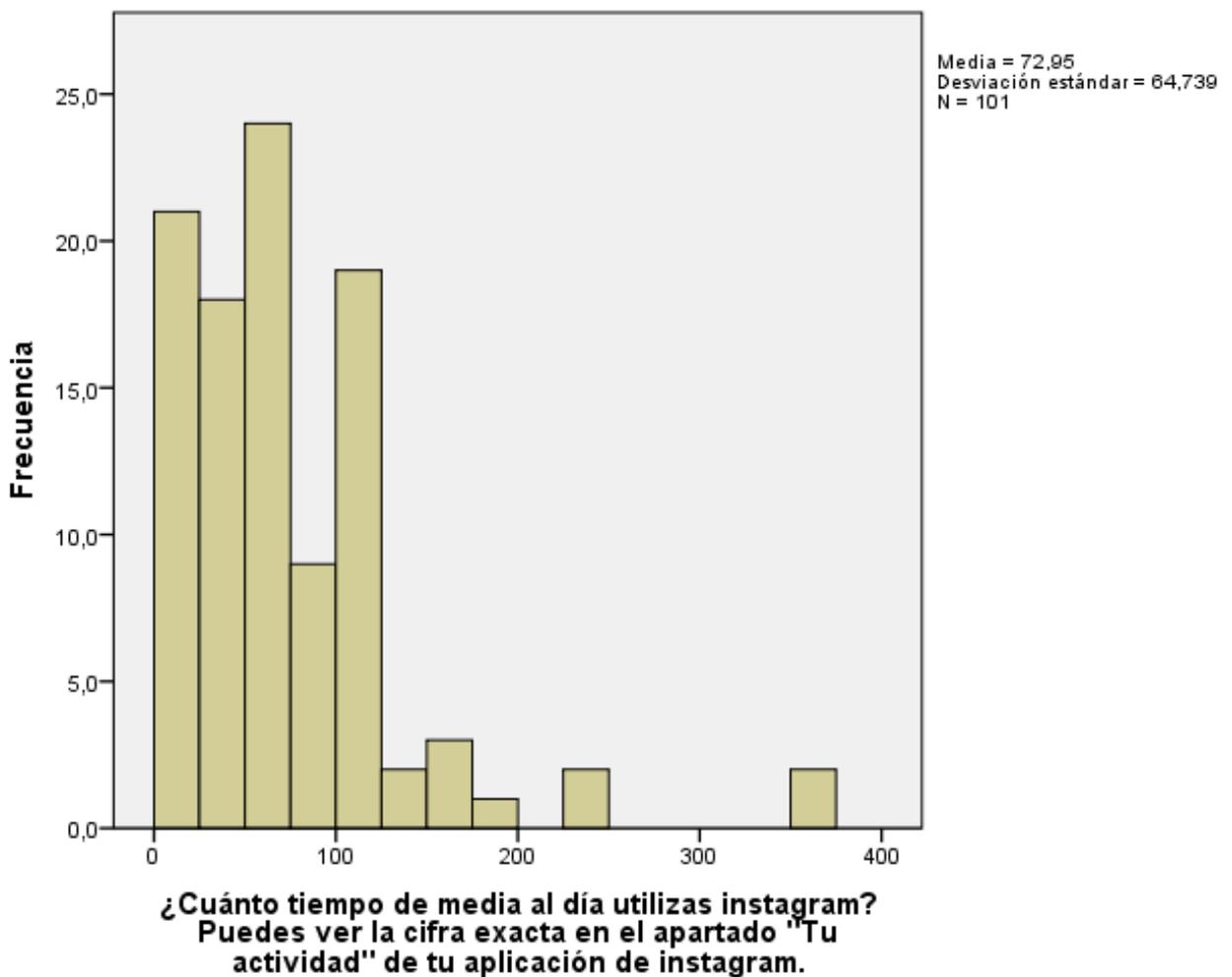
En cuanto a los descriptivos de las escalas tenemos, por un lado, la escala FOMO, la media de las puntuaciones de todos los sujetos en la escala fue 26.52 (sobre una puntuación máxima de 50) y la desviación típica estándar fue de 7.882 ($M = 26.52$, $SD = 7.882$).

Por otro lado, la media de las puntuaciones de todos los sujetos en la escala CERM fue 20.32 (sobre una puntuación máxima de 40) y la desviación típica estándar fue de 4.459 (M = 20.32, SD = 4.459).

Finalmente, la media de las puntuaciones de todos los sujetos en el cuestionario sobre Instagram fue 72.95 (minutos/día) y la desviación típica estándar fue de 64.739 (M = 72.95, SD = 64.739) (Figura 3).

Figura 3

Gráfica de puntuaciones (minutos) de los participantes en el cuestionario sobre Instagram.



En cuanto al análisis de correlaciones de Spearman, los resultados de la correlación entre FOMO y adicción al teléfono móvil fue moderada con un valor de $\rho = .605$, $p < .000$ (Figura 4) y los resultados de la correlación entre FOMO e INSTAGRAM de fue nula con un valor de $\rho = .045$, $p < .653$ (Figura 5).

Figura 4

Gráfico de dispersión de las variables FOMO y adicción al teléfono móvil.

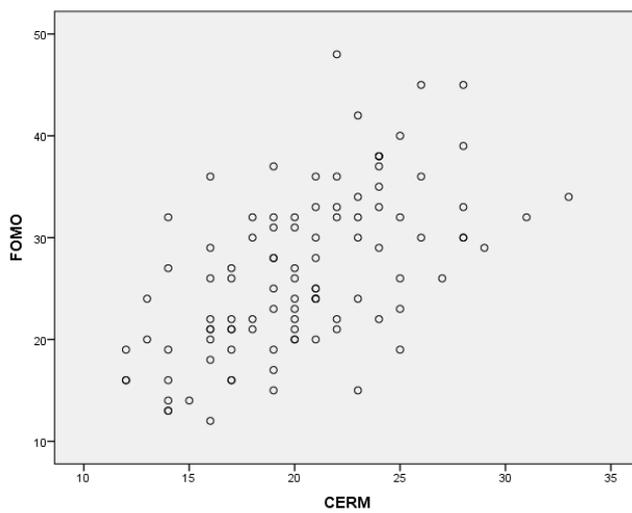
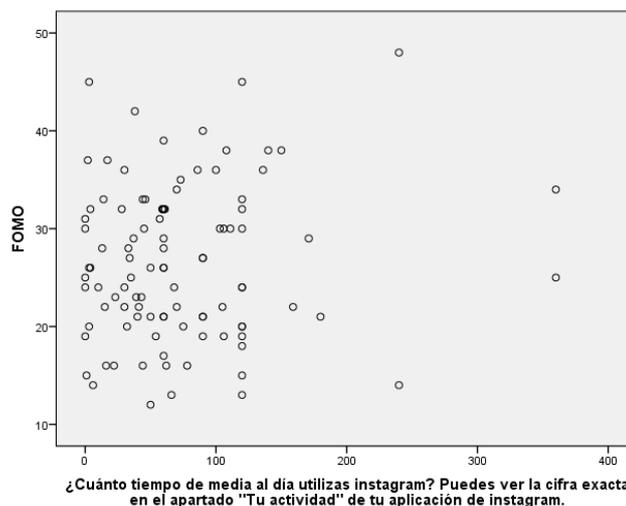


Figura 5

Gráfico de dispersión de las variables FOMO e INSTAGRAM.



4 Discusión

Según los resultados obtenidos en el análisis de datos podemos observar varios hallazgos según los objetivos y las hipótesis planteadas en la introducción. Por un lado, el primer objetivo era estudiar la relación entre FOMO y la adicción al teléfono móvil en jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años. Según la primera hipótesis, los sujetos que presentaran más FOMO también tendrían más adicción al teléfono móvil. Esta hipótesis se confirma ya que la relación entre la variable FOMO y la variable de adicción al teléfono móvil es moderada, por lo que se podría confirmar en este estudio que cuanto más FOMO más adicción al teléfono móvil.

Por otro lado, en el segundo objetivo se pretendía estudiar la relación entre FOMO y el tiempo de uso de la red social Instagram en jóvenes residentes en España de entre 18 y 30 años. Según la segunda hipótesis que los sujetos que presentaran más FOMO también presentarían más tiempo medio diario en la aplicación Instagram. Esta hipótesis no se confirma ya que la correlación entre estas dos variables fue nula por lo que no existe relación entre ambas.

Estos dos hallazgos obtenidos se pueden interpretar de diferente forma en contraste con los objetivos e hipótesis propuestos.

En primer lugar, como se ha mencionado antes, nuestra primera hipótesis se cumple y la relación entre FOMO y adicción al teléfono móvil es significativa. Esto quiere decir que cuanto más altas sean las puntuaciones de un individuo en la escala FOMO será más probable que estas aumenten en la escala CERM y también a la inversa. Dicho de otra manera, el fenómeno FOMO podría considerarse un factor de riesgo para la adicción al teléfono móvil y el uso del teléfono móvil incrementar el riesgo de experimentar FOMO. Esto también podría ser una razón para estudiar más a fondo este fenómeno ya que puede ser una de las claves para combatir la adicción a los teléfonos móviles, algo muy común hoy en día y que, como se

ha mencionado antes, puede tener graves consecuencias. También habría que tener en cuenta la relación inversa, ya que ambas variables podrían estar relacionadas de manera bidireccional como mencionaban otros autores (Gil et al., 2015; Przybylski et al., 2013; Neumann, 2020), por lo que el uso de los teléfonos móviles podría aumentar el riesgo de FOMO y además empeorarlo creando un gran malestar y haciendo que se haga aún más uso de los teléfonos móviles creando una reacción de bucle.

Según la Teoría de la Comparación Social de Festinger (1954) anteriormente mencionada, esto podría deberse a la comparación constante que realizamos las personas con intención de definirnos. Una de las explicaciones que se pueden dar en cuanto a la relación entre el uso adictivo de redes sociales y FOMO podría ser que el uso adictivo de las redes sociales empeora el FOMO porque a través de ellas es más fácil acceder a las experiencias de los demás y compararlas con las nuestras. Esa comparación crea la discrepancia mencionada anteriormente y crea ese malestar característico del FOMO, por lo que sí, podríamos hipotetizar, según esta teoría, que el uso adictivo de teléfonos móviles, en concreto las redes sociales, aumenta el riesgo de FOMO. Debido a la relación bidireccional también podríamos hablar de que el FOMO posiblemente aumente el riesgo de una adicción al teléfono móvil, esta relación se explica mejor desde la Teoría de la Autodeterminación de Deci y Ryan (1985), también mencionada anteriormente.

Según la Teoría de la Autodeterminación los seres humanos tenemos tres necesidades psicológicas básicas innatas y universales: autonomía, competencia y vinculación. Estas tres necesidades deben de estar satisfechas para tener un bienestar psicológico, es decir, que tienen elección sobre lo que hacen, que son aptos para ello y que en el proceso vinculan con otros. Cuando estas necesidades no están satisfechas aparecen una serie de consecuencias, entre ellas el FOMO actuando como un autorregulador, empujando a los individuos a realizar conductas para satisfacer estas necesidades, en este caso hablaríamos de la utilización del

teléfono móvil, en concreto de las redes sociales. La utilización de las redes puede satisfacer estas necesidades (Przybylski et al., 2013) hacernos sentir que vinculamos con los demás, que somos competentes y autónomos. Este uso puede convertirse en una adicción (Gil et al., 2015) y con ello las consecuencias que conlleva que entre ellas de nuevo está el experimentar FOMO creando de nuevo esta reacción de bucle.

En segundo lugar, como podemos observar la segunda hipótesis no se confirma, la relación entre FOMO e Instagram no es significativa. En otras palabras, las puntuaciones altas en la escala FOMO se relacionan un mayor uso diario de la aplicación Instagram por lo que no se puede considerar el fenómeno FOMO como un factor de riesgo para un mayor uso de esta aplicación en concreto y viceversa. Analizando los resultados, es posible que esta hipótesis no se haya cumplido por una razón y es que quizá el estudiar únicamente la variable de la aplicación Instagram ha sido demasiado concreto ya que existen muchas otras redes sociales utilizadas hoy en día entre las que se reparte ese tiempo de uso. En este estudio se ha observado una relación entre FOMO y un mayor uso de teléfonos móviles por lo que se podría inferir que no se ha dado la correlación significativa entre FOMO e Instagram porque en ese uso del teléfono móvil se utilizan también otras aplicaciones similares como Twitter, Facebook, TikTok.

Todas estas interpretaciones y la motivación de este estudio vienen de estudios similares que han realizado otros investigadores. Gil et al. (2015), hicieron un estudio similar en el que analizaban la relación entre el FOMO y el uso maladaptativo de las nuevas tecnologías, encontrando una relación significativa entre ambas y además demostrando que ambas variables son predictoras de síntomas psicopatológicos, sobre todo ansiedad, apoyando las hipótesis de este estudio.

Por otro lado Coskun y Muslu (2019), también realizaron una investigación similar en la que también comparaban las variables FOMO y uso problemático del teléfono móvil en

adolescentes hallando una relación significativa. También observaron que había diferencias de género, edad y rendimiento académico en cuanto al uso problemático del móvil.

Barry y Wong (2020), hicieron una investigación sobre el FOMO y las redes sociales más enfocada a la variable generacional y como el FOMO afecta más a la población más joven. Los resultados de este estudio también fueron significativos.

En cuanto a las limitaciones de este estudio podemos enumerar varias de ellas. Como se ha mencionado anteriormente, el haber escogido únicamente la variable Instagram y dejar fuera a otras redes sociales ha hecho que esta investigación sea menos completa, esto se podría resolver habiendo pedido los tiempos medios de todas las aplicaciones que se consideren redes sociales para concretar que el uso excesivo del teléfono móvil se refiere sobretodo a las redes y de esta manera el FOMO sería un predictor directo del abuso de estas.

También una de las dificultades con las que se ha tratado a la hora de realizar el estudio es que este fenómeno es un tema muy reciente y los estudios sobre él no abundan. Aunque hay muchos investigadores que se han dedicado a este tema sería beneficioso para la comunidad científica que hubiera más investigación sobre él. Hay temáticas que llegan antes a la “calle” que a los laboratorios al igual que sucede con las leyes y por ello es que este fenómeno todavía no tiene tantos estudios como otros temas que llevan más tiempo dentro de la comunidad.

Por otro lado, en cuanto a la muestra, sería interesante contar con un grupo más grande de sujetos para tener unos resultados más generalizables y también incluir más variedad en cuanto a edad, cultura y género. En los análisis descriptivos realizados a nuestra muestra hemos observado que no hay mucha variedad de género, ya que la mayoría de las participantes fueron mujeres por lo que no pudimos hacer un análisis sobre las diferencias de género que se pudieran dar en este fenómeno. La franja de edad escogida tampoco es muy

amplia, abarcando únicamente a la población joven pero sería interesante estudiar las diferencias del fenómeno FOMO en diferentes edades.

Teniendo esto en cuenta y fijando la atención a líneas futuras de investigación derivadas de los hallazgos del presente estudio, sería interesante ampliar este estudio de ciertas maneras. Ya he mencionado antes que sería beneficioso estudiar más redes sociales en relación con el FOMO para comprobar si la inferencia de por qué nuestra segunda hipótesis falla es cierta. Asimismo, darle una perspectiva de género a este trabajo podría ser un aporte importante, buscar si hay diferencias en cuanto al FOMO en este punto y por qué, si bien Przybylski, Murayama y Gladwell (2013) dijeron que este problema compulsivo existencial se observa principalmente en varones insatisfechos con su aburrida e irrelevante vida mundana, sería interesante saber cómo afecta a las mujeres en lo relativo a la imagen corporal y las redes sociales.

Fernández-Villa (2015), analizan las diferencias de género y el uso de internet en su estudio y hablan, junto con la literatura científica anteriormente publicada como el estudio de Andreassen et al. (2012), de que los hombres utilizan internet para actividades relacionadas con el ocio, videojuegos y compras online mientras que las mujeres lo utilizan más para actividades sociales como las redes y los chats. También apuntan que mientras que en la mayoría de estudios sobre la adicción se pone el ser hombre como factor de riesgo en su estudio actual las mujeres eran la que más tiempo pasaban utilizando internet, lo que si lo enlazamos con el estudio actual podría ser un punto a tener en cuenta ya que si utilizan más las redes también podrían sufrir más FOMO y que además este fuera una de las razones de su uso.

Teniendo esto en cuenta, también hay varios estudios (Meier y Gray, 2014) que enlazan el uso de las redes con los Trastornos de Conducta Alimentaria, explican cómo a través de estas aplicaciones es más fácil caer en la comparación con cuerpos irreales que

pueden llevar a graves problemas de imagen corporal y a conductas desadaptativas dirigidas a alcanzar esos cuerpos que se muestran. Lázaro et al., (2016) también afirman que las mujeres son las que más sufren de estos, según su investigación la prevalencia de TCA en mujeres es del 1,3% y en hombres del 0,1 %, los TCA son cosa de mujeres. Esto se podría tomar también como una consecuencia que acarrea la adicción a las redes además de las mencionadas anteriormente, que afecta a una población en concreto.

Por otro lado, aunque ya hay estudios, como el anteriormente mencionado de Barry y Wong (2020), sobre la variable generacional sería interesante saber si el FOMO afecta a una población más adulta de otra manera que no sea a través de las nuevas tecnologías, si existen otros ámbitos influidos por este fenómeno y si tiene consecuencias negativas. También sería favorable hacer uno teniendo en cuenta las diferencias culturales de los participantes y si eso afecta al FOMO, cómo y por qué.

En conclusión, teniendo en cuenta los hallazgos de este estudio podemos inferir que el fenómeno FOMO podría ser un foco importante a tener en cuenta en referencia a una problemática muy actual que es la adicción a las nuevas tecnologías. En este estudio se observa que esta variable podría ser uno de los factores implicados en esta patología y que sería interesante tenerla en cuenta a la hora de valorar tratamientos para esta. Además de tenerlo en cuenta cuando esta patología ya esté presente sería beneficioso utilizar esta información obtenida de manera preventiva, mediante la concienciación y la visibilización, además de investigar más sobre el FOMO ya que es un tema muy nuevo y se necesita que la comunidad científica indague más no sólo en concretar más qué es, sino en como afecta a la población y cómo se puede tratar con él. Este fenómeno es algo muy actual pero también está muy presente ya que las nuevas tecnologías ya son indispensables en el día a día y aunque nos han dado grandes aportes hay que aprender a darles un buen uso.

Finalmente me gustaría hablar de las preguntas que me han surgido después de realizar este estudio. A modo de resumen me gustaría señalar puntos anteriormente mencionados como la limitación de no tener tantos estudios que investiguen esta temática. Sucede mucho en la actualidad con las leyes que la población y sus necesidades van por delante de estas y sucede también con la ciencia porque requiere mucho tiempo investigar todo lo que ocurre a nuestro alrededor y no hay recursos suficientes para abarcar todo y realizando este estudio he sido consciente de esa realidad. Las temáticas que hay todavía por investigar son abundantes y muchas de ellas mucho más importantes que las que se presentan en este estudio pero desafortunadamente no se le da la importancia necesaria a su investigación y por ello no se le dan los recursos suficientes a la comunidad científica. El fenómeno estudiado en esta investigación tiene todavía muy poca base y por ello me voy con esta reflexión sobre la comunidad científica y sus recursos.

Este estudio también me ha hecho reflexionar sobre las nuevas patologías derivadas de como avanza el mundo y lo que nos aportan y lo que nos quitan. En el caso de las tecnologías sucede que avanzan a un ritmo vertiginoso y no nos da tiempo a estar a la altura de ellas y de analizar de verdad como nos influyen en el día a día.

Por último, otra reflexión que me ha suscitado esta investigación es sobre el tema central: el FOMO. Hablando de este fenómeno sin tener en cuenta las nuevas tecnologías he podido observar que sucede constantemente a mi alrededor como decía Patrick McGinnis. Vivimos en un mundo lleno de opciones y que está constantemente en movimiento lo que nos hace querer estar en todos lados tener miedo constante a estar perdiéndonos las cosas y eso hace que al final hagamos por estar presente en todo y no disfrutemos de nada. Se podría inferir que este fenómeno ha aumentado con los años y que puede seguir haciéndolo ya no sólo por el auge de las nuevas tecnologías si no porque cada vez tenemos más opciones y eventos al alcance de nuestras manos y por el miedo a perdernos momentos cruciales y que

marquen nuestra existencia vamos a querer estar en todos y el problema de esto es que no podemos.

5 Referencias bibliográficas

- Alonso-Fernández, F. (2003). *Las nuevas adicciones*. TEA Ediciones.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., y Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports, 110*(2), 501-517.
- Barry, C. T., y Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference?. *Journal of Social and Personal Relationships, 37*(12), 2952-2966.
- Correa-Rojas, J., Grimaldo-Muchotrigo, M., y Del Rosario-Gontaruk, S. (2020). Propiedades psicométricas de la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) en universitarios peruanos. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna, 38*(2), 113-120.
- Coskun, S., y Muslu, G. K. (2019). Investigation of problematic mobile phones use and fear of missing out (FoMO) level in adolescents. *Community mental health journal, 55*(6), 1004-1014.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of research in personality, 19*(2), 109-134.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian psychology/Psychologie canadienne, 49*(3), 182.
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2013). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. *Springer Science & Business Media*.
- Del Barrio, A, y Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. Revista INFAD De Psicología. *International Journal of Developmental and Educational Psychology., 3*(1), 571–576
- Fargues, M. B., Lusar, A. C., Jordania, C. G., y Sánchez, X. C. (2009). Validación de dos escalas breves para evaluar la adicción a Internet y el abuso de móvil. *Psicothema, 21*(3), 480-485.

- Fernández-Villa, T., Ojeda, J. A., Gómez, A. A., Carral, J. M. C., Delgado-Rodríguez, M., García-Martín, M., y Martín, V. (2015). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: factores asociados y diferencias de género. *Adicciones*, 27(4), 265-275.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Gil, F., Valle, G. D., Oberst, U., y Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías¿ Nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out. *Aloma*, 2015, 33(2).
- Gracia, M. D., Vigo, M., Fernández, M. J., y Marcó, M. (2002). Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet: Un estudio exploratorio. *Anales de psicología*.
- Hardey, M. (2011). ICTs and generations: constantly connected social lives. *Peter Lang*.
- Hayran, C., Anik, L., y Gurhan-Canli, Z., (2016). Exploring the Antecedents and Consumer Behavioral Consequences of "Feeling of Missing Out (FOMO)". *Advances in Consumer Research Volume 44*, 468-468.
- Herman, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *J Brand Manag* 7, 330–340.
- Lázaro, P. R., Fernández, M. A. P., Medel, D. C., Hornero, J. P., del Barrio, J. A. G., y Otero, M. C. (2016). Diferencias por género de los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes españoles. *Aequalitas: Revista jurídica de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres*, (39), 29-36.
- McGinnis, P. (2004). Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs. *The Harbus*.
- Meier, E. P., y Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206.
- Neumann, D. (2020). Fear of missing out. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 1-9.

- Ögel, K., Sarp, N., Gürol, D. T., y Ermağan, E. (2014). Investigation of mindfulness and affecting factors of mindfulness among substance users and non users. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15(4).
- Pérez-Elizondo, A. D., (2020). ¿Qué es el síndrome FOMO?. *Psicología.com*, 24.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., y Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Reer, F., Tang, W. Y., y Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association?. *Addictive Behaviors*, 110, 106-487.
- Sapacz, M., Rockman, G., y Clark, J. (2016). Are we addicted to our cell phones?. *Computers in Human Behavior*, 57, 153-159.
- Sholeh, A., y Rusdi, A. (2019). A new measurement of Instagram addiction: psychometric properties of The Instagram Addiction Scale (TIAS). *Feedback*, 737(499).
- Stover, J. B., Bruno, F. E., Uriel, F. E., Liporace, M. (2017). Teoría de la Autodeterminación: una revisión teórica. *Perspectivas en psicología*, 14(2), 105-115.
- Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. *Advances in experimental social psychology*, 29, 271-360.

- Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ilakkuvan, V., Jacobs, M. A., Graham, A. L., y Rath, J. M. (2017). Social media use and access to digital technology in US young adults in 2016. *Journal of medical Internet research*, 19(6), 7303.
- Young, K. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1, 237-244.
- Zhitomirsky-Geffet, M., y Blau, M. (2016). Cross-generational analysis of predictive factors of addictive behavior in smartphone usage. *Computers in human behavior*, 64, 682-693.

6 Anexos

6.1 Anexo 1:

Escala de fear of missing out (FoMO-E)

«A continuación, encontrarás unas afirmaciones sobre tu experiencia del día a día. Usando la escala de 1 a 5, por favor indica en qué medida se ajustan estas afirmaciones a ti, dada tu experiencia en general. Por favor responde aquello que realmente refleje tu experiencia y no lo que piensas como tu experiencia debería ser. Por favor, considera cada pregunta sin tener en cuenta el resto»

1 - nada, 2 - un poco, 3 - moderadamente, 4 - bastante, 5 - mucho

1. A veces me pregunto si dedico demasiado tiempo a estar pendiente de lo que está pasando.
2. Cuando me pierdo una reunión entre amigos, me molesta.
3. Cuando voy de vacaciones, sigo pendiente de lo que mis amigos están haciendo.
4. Me preocupo cuando me entero de que mis amigos se lo están pasando bien sin mí.
5. Me pongo nervioso cuando no sé qué están haciendo mis amigos.
6. Me da miedo que mis amigos tengan experiencias más gratificantes que yo.
7. Es importante para mí que entienda las bromas que se hacen entre mis amigos.
8. Me molesta cuando pierdo una oportunidad de quedar con amigos.
9. Me da miedo que otras personas tengan experiencias más gratificantes que yo.
10. Cuando me lo paso bien, es importante para mí compartir los detalles en línea (p.ej. actualizando el estatus).

6.2 Anexo 2:

Questionario CERM

A continuación encontrarás algunas afirmaciones sobre tu uso de móvil. Lee atentamente cada frase e indica la frecuencia. Señala la respuesta que más se aproxime a tu realidad.

	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre
1. ¿Has tenido el riesgo de perder una relación importante, un trabajo o una oportunidad académica por el uso del móvil?	a	b	c	d
2. ¿Piensas que tu rendimiento académico o laboral se ha visto afectado negativamente por el uso del móvil?	a	b	c	d
3. ¿Hasta qué punto te sientes inquieto cuando no recibes mensajes o llamadas?	a	b	c	d
4. ¿Sufres alteraciones de sueño debido a aspectos relacionados con el móvil?	a	b	c	d
5. ¿Sientes la necesidad de invertir cada vez más tiempo en el móvil para sentirte satisfecho?	a	b	c	d
6. ¿Piensas que la vida sin el móvil es aburrida, vacía y triste?	a	b	c	d

7. ¿Te enfadas o te irritas cuando alguien te molesta mientras utilizas el móvil?	a	b	c	d
---	---	---	---	---

8. ¿Dejas de salir con tus amigos por pasar más tiempo utilizando el móvil?	a	b	c	d
---	---	---	---	---

9. Cuando te aburres, ¿utilizas el móvil como una forma de distracción?	a	b	c	d
---	---	---	---	---

10. ¿Con qué frecuencia dices cosas por el móvil que no dirías en persona?	a	b	c	d
--	---	---	---	---

6.3 Anexo 3:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

D./Dña. (mayor de edad), de años de edad, manifiesto que he sido informado/a sobre el estudio *El FOMO (Fear of Missing Out) y la adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes españoles*.

He recibido suficiente información sobre el estudio.

- 1. He podido hacer todas las preguntas que he creído conveniente sobre el estudio y se me han respondido satisfactoriamente.**
- 2. Comprendo que mi participación es voluntaria.**
- 3. Comprendo que puedo retirarme del estudio y revocar este consentimiento:**
 - a. Cuando quiera**
 - b. Sin tener que dar explicaciones y sin que tenga ninguna consecuencia de ningún tipo.**

He sido también informado/a de que mis datos personales serán protegidos y sometidos a las garantías dispuestas en el reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 y que mis datos nunca serán transmitidos a terceras personas o instituciones.

Tomando ello en consideración, OTORGO mi CONSENTIMIENTO a participar en este estudio, para cubrir los objetivos especificados.

Firma del participante:

Firma del investigador:

Nombre y fecha:

Nombre y fecha: