

**Impacto de la Autoestima y el Miedo a Perderse Algo
(FoMO) en la Adicción a las Redes Sociales y al Uso de
Dispositivos Móviles: Un Estudio en Población Joven de 18 a
34 Años**



**Universidad
Europea** VALENCIA

Autora: Alexandra Callejas Gómez

Doble grado en criminología y psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Europea
de Valencia

Curso: 2023/2024

Tutor: Dr. Javier Fenollar Cortés

31 de mayo de 2024

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer este Trabajo de Fin de Grado a mi *Ratita*, porque, aunque ya no pueda estar *a tu vera*, siempre veremos a *los campanilleros por la madrugá*.

Gracias a mi familia, que ha hecho este viaje de cinco años posible, acompañándome en cada etapa, cada logro y cada fallo. Muchas gracias, mamá y tata, os quiero.

También se lo agradezco a mis Criminólogas y Noa, que han estado apoyándome en los momentos más bonitos, pero también en los no tan bonitos. Ahora toca seguir recorriendo la vida y ver qué nos depara, pero mientras tanto, seguiremos recorriéndola juntas.

Gracias a todos los profesores de psicología con los que he podido encontrarme, me habéis ayudado a conocer mi camino profesional y atreverme a explorar otros ámbitos en los que no tenía tanta ilusión.

En especial, gracias a mi tutor, Javier Fenollar Cortés. Ha sido todo un placer poder compartir este trabajo contigo, sobre todo, que me hayas apoyado y motivado durante este año. Aquí está el resultado de haberlo podido disfrutar.

ÍNDICE

Resumen	1
<i>Palabras clave</i>	1
Abstract	1
<i>Keywords</i>	1
Listado de siglas	2
1. Introducción	3
1.1 Justificación	3
<i>1.1.1 FoMO: Fear of Missing Out o el miedo a perderse experiencias gratificantes, mediante el uso de las redes sociales y dispositivos móviles</i>	4
<i>1.1.2 Autoestima y su relación con el uso de redes sociales y dispositivos móviles</i>	5
1.2 Objetivo General	7
<i>1.2.1 Objetivos Específicos</i>	7
1.3 Hipótesis de Investigación	7
2. Método	8
2.1 Diseño del estudio	8
2.2 Muestra	9
2.3 Instrumentos de medida	10
<i>2.3.1 Características sociodemográficas</i>	10
<i>2.3.2 Fear of Missing Out Scale (FoMO-S)</i>	10

2.3.3 <i>Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE-S)</i>	11
2.3.4 <i>Short version of Smartphone Addiction Scale (SAS-SV)</i>	11
2.3.5 <i>Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)</i>	11
2.4 Procedimiento	12
2.5 Análisis Estadístico	12
3. Resultados	13
4. Discusión	15
4.1 Interpretación de los resultados	15
4.2 Implicaciones para la práctica clínica	17
4.3 Limitaciones de los hallazgos	18
4.4 Futuras líneas de investigación	18
5. Referencias Bibliográficas	20

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	9
---------------	---

Resumen

Esta investigación examina la relación entre la autoestima, el miedo a perderse experiencias gratificantes (FoMO) y el uso problemático de las redes sociales y dispositivos móviles en la población. Se han encontrado asociaciones significativas entre estas variables, lo que sugiere su relevancia en el contexto del bienestar psicológico y la salud mental. Los hallazgos destacan la importancia de considerar tanto la autoestima como el FoMO en la prevención y tratamiento del uso problemático de la tecnología.

Palabras clave

Autoestima, FoMO, redes sociales, dispositivos móviles, salud mental.

Abstract

This research investigates the relationship between self-esteem, fear of missing out (FoMO), and problematic use of social media and mobile devices in the population. Significant associations are found among these variables, indicating their relevance in the context of psychological well-being and mental health. The findings underscore the importance of considering both self-esteem and FoMO in preventing and addressing problematic technology use.

Keywords

Self-esteem, FoMO, social media, mobile devices, mental health.

Listado de siglas

Siglas	Significado
TICs	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
FoMO	<i>Fear of Missing Out</i> (Miedo a Perderse Algo)
DSM-V	Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (quinta edición)
CIE-11	Clasificación Internacional de Enfermedades (undécima revisión)
RRSS	Redes Sociales
SAS	<i>Smartphone Addiction Scale</i> (Escala de Adicción al Smartphone)
BSMAS	<i>Bergen Social Media Addiction Scale</i> (Escala de Adicción a las Redes Sociales de Bergen)
INE	Instituto Nacional de Estadística

1. Introducción

1.1 Justificación

En enero de 2024, más de 5 billones de personas en todo el mundo se conectaron a alguna red social, representando el 62,3% de la población global. Este fenómeno se traduce en un promedio del 6,7% de uso de distintas plataformas, con un tiempo dedicado de al menos 2 horas y 23 minutos al día por usuario. Entre las cinco principales aplicaciones sociales - Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram y TikTok - cuentan con al menos 400 millones de usuarios activos diarios a nivel mundial (Kepios, 2024). Ante esta exposición constante de como mínimo 2 horas diarias, resulta de especial relevancia explorar el impacto del uso de las redes sociales en la salud mental.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), posibilitan el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información (Oberst et al., 2015). Entre estas tecnologías, los dispositivos móviles destacan como herramientas indispensables que ofrecen una amplia gama de ventajas y beneficios. Por ejemplo, investigaciones como la de Dienlin et al. (2017), han encontrado una correlación significativa entre el uso de la comunicación a través de redes sociales y una mayor satisfacción vital general. Del mismo modo, Lee y Jang (2022) hallaron una correlación positiva entre el uso de redes sociales y una mejor autopercepción de la salud. Además, se ha señalado que el uso de las redes sociales para la comunicación entre pares y familiares puede estar relacionado con una leve disminución de los síntomas depresivos (Bessièrre et al., 2010; Cho et al. (2023).

Sin embargo, actualmente, se evidencia que el uso inapropiado o excesivo de estas tecnologías, especialmente las plataformas sociales, puede acarrear consecuencias negativas en diversos aspectos de la vida de los usuarios, como sería en su salud mental y bienestar. Por ejemplo, investigaciones recientes como las de Gao et al. (2020) han documentado un aumento significativo en la sintomatología relacionada con trastornos de ansiedad y depresión, así como un incremento en el consumo de sustancias como alcohol, drogas y tabaco, además de comportamientos antisociales (Purba et al., 2023). Del mismo modo, existe un debate sobre la inclusión del uso

problemático de redes sociales en los sistemas de clasificación diagnóstica, como son el DSM 5 y la CIE-11, debido al interés suscitado por parte de distintos expertos en dicho campo de investigación (Wegmann y Brand, 2020). Similar al trastorno por uso de videojuegos, el cual fue incluido en estos sistemas en 2013 y 2019 respectivamente, algunos autores justifican que este uso excesivo de redes sociales comparte similitudes con otros trastornos, como por ejemplo el trastorno por uso de sustancias, ya que en ambos existe un mismo patrón de activación del sistema de recompensa (Kuss y Griffiths, 2011; Wegmann y Brand, 2020). Esta situación plantea la posibilidad de que exista un «trastorno por uso de redes sociales», tal y como defienden Twenge y Campbell (2019) y Kuss y Griffiths (2011), quienes han identificado en sus investigaciones los distintos riesgos para la salud mental relacionados con el uso problemático de redes sociales. Así pues, las conclusiones obtenidas destacan la importancia de considerar el posible impacto del uso problemático de las redes sociales en la salud mental, junto con la necesidad de una mayor investigación y reconocimiento oficial de este posible trastorno emergente.

1.1.1 FoMO: Fear of Missing Out o el miedo a perderse experiencias gratificantes, mediante el uso de las redes sociales y los dispositivos móviles

A pesar de que el término FoMO fue acuñado por Dan Herman en 1996, el interés por este constructo aumentó con el estudio de Przybylski et al. (2013). En dicho estudio, los autores dotaron de mayor cuerpo teórico al fenómeno del Miedo a Perderse Algo (denominando el constructo como FoMO). Este constructo hace referencia a la ansiedad generada al pensar que otras personas están experimentando vivencias más gratificantes que las de uno mismo y que, como consecuencia, genera un deseo o predisposición de mantenerse conectado de forma constante. En su investigación, se destacó la correlación entre las altas puntuaciones en FoMO y un mayor compromiso con el uso de las redes sociales, lo que sugiere que el FoMO desempeñaría cierta influencia en el uso problemático de las plataformas sociales.

Así, las personas usuarias de las redes sociales con sentimientos de FoMO tienden a temer quedarse fuera de su núcleo social por el hecho de no haber estado conectados en ese momento, y no haberse enterado de lo que ha podido pasar a su alrededor. Destacar que, este sentimiento no puede ser interpretado como una adicción —de hecho, no está contemplado en ningún manual

diagnóstico— pero sí se puede interpretar como un uso problemático generador de estímulos ansiógenos y estresantes para las personas que las utilizan (Oberst et al., 2015).

En esta línea, la investigación realizada por Elhai et al. (2018) sugiere la existencia de una relación significativa entre el sentimiento de FoMO y el uso problemático del teléfono móvil. También concluyeron que la variable FoMO estaría implicada en la relación entre la afectividad negativa de la muestra y el uso problemático del dispositivo móvil. Estos resultados coinciden con investigaciones anteriores, como la de Servidio et al. (2024), quienes también hallaron una asociación positiva entre el FoMO y el uso problemático de las redes sociales.

Igualmente, tanto Wolniewicz et al. (2018) como Ananda et al. (2023) obtienen resultados similares, destacando este último, el cual sugería una correlación positiva entre el uso de Instagram y FoMO, en la población universitaria.

1.1.2 Autoestima y su relación con el uso de redes sociales y dispositivos móviles

La autoestima ha sido objeto de estudio en una gran variedad de investigaciones en el campo de la psicología a lo largo de los años. Se define como «la percepción que tiene una persona sobre sí misma y de su propio valor» (Du et al., 2017, p.1). En estos, se ha observado que la autoestima se suele asociar con otros factores, como el bienestar subjetivo individual y otras conductas adaptativas para la persona (Du et al., 2017). Según Diener et al. (1999), esta autopercepción puede contemplar evaluaciones cognitivas: como su propia satisfacción con la vida, así como sus reacciones emocionales, es decir, una afectividad positiva hacia uno mismo. A medida que se ha ido investigando esta variable, se han identificado diferentes tipos de autoestima, como la personal, colectiva y relacional (Tajfel, 1982). Sin embargo, esta investigación se centrará en la de tipo personal, debido a la escala empleada para su medición.

De manera creciente, se están realizando investigaciones cuyo objeto de estudio es analizar la relación entre la autoestima y el uso de las redes sociales. Entre ellas, destacamos la llevada a cabo por Andreassen et al. (2017), quienes demostraron una asociación negativa entre la

autoestima y la adicción¹ al uso de redes sociales. Además, según Xu et al. (2023), la autoestima se relaciona de manera inversa con la adicción a las redes sociales.

Por otro lado, estudios como los de Yuchang et al. (2017) y Ke et al. (2023) analizan cómo la autoestima tendría la capacidad de predecir la aparición del uso problemático del dispositivo móvil, y no solo al uso excesivo de las redes sociales, como se ha nombrado anteriormente.

En este sentido, tanto la variación en los niveles de autoestima y el FoMO son factores que estarían presentes en el uso de las redes sociales y de los dispositivos móviles. Adicionalmente, gracias a investigaciones recientes como las de Sekścińska y Jaworska (2022) y Kim (2022), podemos observar cómo ambas variables estarían correlacionadas de forma inversa; y cómo la autoestima podría tener capacidad predictora del sentimiento de FoMO.

Como ha podido observarse, la relación entre el uso problemático de redes sociales y su impacto en la salud mental es objeto de estudio recurrente de manera reciente. En esta línea, el presente estudio pretende explorar si el uso problemático de las RRSS incide en dos aspectos cruciales: la autoestima y el fenómeno del Miedo a Perderse Algo (FoMO, *Fear of Missing Out*), específicamente en la población adulta juvenil. Este enfoque se justifica ante la escasez de investigaciones que profundicen en esta relación en el contexto demográfico mencionado, lo que impide una comprensión exhaustiva de los efectos que la autoestima y el FoMO pueden ejercer sobre el uso de las RRSS y, por tanto, sobre el bienestar psicológico y emocional de la población general joven en la sociedad contemporánea.

Cabe destacar que esta investigación se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de las Naciones Unidas. En concreto, busca contribuir a alcanzar el ODS 3 correspondiente a la Salud y Bienestar, explorando el impacto de la autoestima, FoMO, uso de redes sociales y dispositivos móviles en la salud mental. Junto con el ODS 17, que

¹ Se emplea el término «adicción» ya que la escala emplea el constructo con esta denominación, aunque quizá sería mejor emplear el término «uso problemático», debido a que no existe un trastorno asociado al uso de las redes sociales y/o del dispositivo móvil en manuales diagnósticos, como el DSM 5 o CIE-11.

corresponde a las alianzas para lograr objetivos, visibilizando la necesidad de colaborar entre distintos sectores para encontrar soluciones integrales para las consecuencias del uso de redes sociales y dispositivos móviles (ONU, 2024).

1.2 Objetivo General

Explorar si tanto la autoestima como el FoMO, estarían asociados a la adicción de las redes sociales y la adicción del uso del dispositivo móvil, en población general joven (de 18 a 34 años).

1.2.1 Objetivos Específicos

Se han desarrollado los siguientes objetivos específicos:

1. Explorar si el sentimiento de FoMO afecta a la frecuencia de uso de redes sociales y/o dispositivos móviles.
2. Explorar si los distintos niveles de autoestima tienen un impacto en el tiempo de uso de las redes sociales y/o dispositivos móviles.
3. Explorar si la variable de autoestima está asociada a la variable de FoMO
4. Explorar en qué medida la autoestima y el FoMO están asociadas al uso de redes sociales
5. Explorar en qué medida la autoestima y el FoMO están relacionadas con uso del dispositivo móvil

1.3 Hipótesis de Investigación

En cuanto a las hipótesis de investigación, se han de destacar las siguientes:

Hipótesis 1: Observaremos una relación negativa entre el nivel de autoestima y el uso de redes sociales, como se ha podido comprobar en distintas investigaciones como las de Andreassen et al. (2017) y Xu et al. (2023).

Hipótesis 2: Observaremos una asociación negativa entre el nivel de autoestima y el uso del dispositivo móvil, según Yuchang et al. (2017) y Ke et al. (2023).

Hipótesis 3: Observaremos una relación negativa entre el nivel de FoMO y el uso de redes sociales, como se ha podido comprobar en distintas investigaciones como las de Servidio et al. (2024) y Ananda et al. (2023).

Hipótesis 4: Observaremos una asociación negativa entre el nivel de FoMO y el uso del dispositivo móvil, según Elhai et al. (2018), Servidio (2021) y Wolniewicz et al. (2018).

Hipótesis 5: Observaremos una relación negativa entre el nivel de autoestima y el nivel de FoMO, como se ha podido comprobar en distintas investigaciones, tales como Sekścińska y Jaworska (2022) y Kim (2022).

Hipótesis 6: Observaremos una asociación entre un menor nivel de autoestima y un mayor nivel de FoMO asociado a mayor uso de redes sociales.

Hipótesis 7: Observaremos una relación entre un menor nivel de autoestima y un mayor nivel de FoMO asociado a mayor uso del dispositivo móvil.

2. Método

2.1 Diseño del estudio

La investigación presenta un diseño de tipo transversal y de correlaciones, en la cual se emplea el uso del muestreo aleatorio simple dentro de estratos —ya que solo se ha tenido en cuenta el rango de edad— y por bola de nieve, para reclutar a la muestra. Además, se exploran las

relaciones entre las variables de estudio: FoMO, autoestima, adicción al uso del dispositivo móvil y adicción al uso de redes sociales. Actuando estas variables como dependiente y/o independiente en función de la hipótesis planteada.

2.2 Muestra

La muestra recabada para este estudio constaba con un total de 176 personas que usaban diariamente las redes sociales y el dispositivo móvil. La edad de estas, están comprendidas entre los 18 y los 34 años ($M = 21.1$ años; $DT = 3.45$). Se ha empleado este rango de acuerdo con lo establecido por el estudio del INE (2023) de uso de redes sociales. Alrededor de tres cuartas partes de las participantes se consideraron «mujer» (76,1%), mientras que el resto se consideraron «hombre» (17,7%) y «no binario» (1,1%). En cuanto a la situación actual de la muestra, el 76,1% se clasificaba como «estudiante», seguido de un 12,5% que era «ambas» —estudiante y empleado/a—, un 10,2% que era «empleado/a o autónoma/a» y un 1,1% que se clasificaba como «otros». Estos datos quedan reflejados en la Tabla 1.

Tabla 1

Estadísticos Descriptivos

	Muestra total
<i>N</i>	176
Sexo	
Mujer	76.1%
Hombre	22.7%
No binario	1.1%
Ocupación	
Estudiante	76.1%
Empleado/a o autónomo/a	10.2%
Ambas	12.5%

Otros	1.1%
FoMO	
Puntuación total	21.6(6.66)
Autoestima	
Puntuación total	18.5(5.78)
SAS	
Puntuación total	22.9(5.11)
BSMAS	
Puntuación total	15.6(4.39)

Nota. SAS (*Smartphone Addiction Scale*); BSMAS (*Bergen Social Media Addiction Scale*).

2.3 Instrumentos de medida

2.3.1 Características sociodemográficas

Los participantes aportaron información sociodemográfica en cuanto a su género (mujer, hombre y no binario), edad ($M = 21.1$ años; $DT = 3.45$) y situación actual (estudiante, empleado/a o autónomo/a, ambas y otros). Estos datos quedan reflejados en la Tabla 1.

2.3.2 Fear of Missing Out Scale (FoMO-S)

La escala FoMO-S está compuesta por 10 ítems (Przybylski et al., 2013; versión española: Oberst et al., 2015) que miden el nivel de FoMO. Los ítems (ej. «*Me da miedo*») son puntuados en una escala tipo Likert con 5 opciones de respuesta, siendo «*nada*» (1 punto) y «*mucho*» (5 puntos). El total de puntuaciones posibles varía entre 10 y 50 puntos, siendo la puntuación más cercana a 50 aquella que indica mayores niveles de FoMO, y viceversa. El alfa de Cronbach para esta investigación fue de $\alpha = .79$.

2.3.3 Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE-S)

La RSE-S está compuesta por 10 ítems (Rosenberg, 1965; versión española: Atienza et al., 2020) que evalúan los niveles de autoestima. Los ítems (ej. «*A veces pienso que no sirvo para nada*») son puntuados en una escala tipo Likert con 4 opciones de respuesta, siendo «*Muy en desacuerdo*» (0 puntos) y «*Muy de acuerdo*» (3 puntos). El total de puntuaciones posibles varía de entre 0 y 30 puntos, siendo la puntuación más cercana a 30 aquella que indica mayores niveles de autoestima, y viceversa. El alfa de Cronbach para esta investigación fue de $\alpha = .89$.

2.3.4 Short version of Smartphone Addiction Scale (SAS-SV)

La SAS-SV está compuesta por 10 ítems (Kwon et al., 2013; versión española: López-Fernández, 2017) que evalúan el uso problemático del dispositivo móvil —cómo afecta a la salud, el deterioro social y los síntomas de abstinencia y tolerancia asociados a su uso—. Los ítems (ej. «*Uso mi smartphone más de lo que había previsto inicialmente*») son puntuados en una escala tipo Likert con 6 opciones de respuesta, siendo «*Muy en desacuerdo*» (1 punto) y «*Muy de acuerdo*» (6 puntos). El total de puntuaciones posibles varía de entre 10 y 60 puntos, siendo la puntuación máxima aquella que indica mayores niveles en el uso problemático del *smartphone*, y viceversa. El alfa de Cronbach para esta investigación fue de $\alpha = .81$.

2.3.5 Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

La BSMAS está compuesta por 6 ítems (Andreassen et al., 2016; versión española: Copez-Lonzoy et al., 2023) que evalúa el uso problemático del uso de redes sociales. Los ítems (ej. «*Con qué frecuencia durante el último año usted ha usado las redes sociales con el fin de olvidar problemas personales*») son puntuados en una escala tipo Likert con 5 opciones de respuesta, siendo «*Muy raramente*» (1 punto) y «*Muy a menudo*» (5 puntos). El total de puntuaciones posibles varía de entre 6 y 30 puntos, siendo la puntuación máxima aquella que indica mayores niveles de adicción al uso de redes sociales, y viceversa. El alfa de Cronbach para esta investigación fue de $\alpha = .72$.

2.4 Procedimiento

La recopilación de datos de la muestra se obtuvo mediante el uso de un formulario en línea. Pudiendo recabar una muestra heterogénea. Los participantes fueron reclutados entonces, mediante la distribución de un hipervínculo a través de distintas redes sociales. Antes de proceder a responder las preguntas, estos eran informados acerca del objeto de estudio, así como los procedimientos del consentimiento informado. La presente investigación ha sido aprobada por el Comité de Ética de la Universidad Europea de Valencia (Cod. 2024-457).

2.5 Análisis Estadístico

En primer lugar, se exploró la distribución de los datos; particularmente la curtosis y la asimetría. Para ello, se calculó el estadístico Kolmogórov-Smirnov para cada una de las variables del estudio, así como con la observación de los gráficos Q-Q. Un valor de significancia inferior a .05 indicaría una distribución no normal. Estos análisis determinarían el uso de medidas paramétricas o no paramétricas.

En primer lugar, se exploró si la edad correlacionaba con algunas de las variables, con el fin de determinar si podría ser considerada una covariable a tener en consideración en los posteriores análisis. En ese caso, se llevarían a cabo correlaciones parciales (ajustadas a la edad) y se incluiría en los análisis de regresión. A continuación, se realizaron los análisis de correlación para poder explorar las relaciones existentes entre las variables de objeto de estudio. Posteriormente, se realizaron regresiones lineales simples para poder observar la asociación entre la variable independiente y dependiente a la vez, pudiendo identificar así, cómo contribuye la independiente sobre la dependiente.

Además, se realizaron regresiones lineales múltiples para evaluar la relación entre dos variables independientes sobre una dependiente de forma simultánea. De esta forma se pudo explorar en qué medida las variables predictoras en su conjunto influyen en la variable de interés.

Todos los análisis estadísticos se realizaron mediante el programa Jamovi Versión 2.4.8.0 (The Jamovi Project, 2023).

3. Resultados

La exploración de la distribución de los valores de las variables de estudio mostro que las variables Autoestima ($p = .11$), SAS ($p = .39$) mostraron una distribución normal. Sin embargo, la variable FoMO no cumplía con los requisitos de normalidad ($p = .037$). Dado que esta última variable mostro una significativa asimetría positiva (extensión de la cola derecha), se procedió a transformar la variable a través de logaritmo en base 10. Una vez realizada la transformación, los nuevos valores si mostraron normalidad ($p = .14$).

La edad estaba significativamente correlacionada con las variables Autoestima ($r = .20, p = .010$), BSMAS ($r = -.21, p = .005$) y FoMO ($r = -.19, p = .013$). En cuanto a los resultados de las correlaciones parciales, se halló una correlación significativa entre las variables de Autoestima y FoMO ($r = -.29, p < .001$); BSMAS y FoMO ($r = .44, p < .001$); BSMAS y AutoTotal ($r = -.24, p = .001$), una vez ajustada la edad.

Siguiendo con los resultados obtenidos en las correlaciones parciales, se calcularon las siguientes regresiones lineales simples:

En primer lugar, se analizó la capacidad predictiva de la variable independiente—Autoestima— sobre la variable dependiente —BSMAS, adicción a las RRSS—, considerando además la variable edad. Se encontró que la ecuación de regresión fue significativa ($F(2,173) = 9.96, p < .001$), con una R^2 corregida de .093. Los coeficientes beta indicaron que tanto la Autoestima ($\beta = -.19, p < .001$) como la Edad ($\beta = -.19, p = .048$) fueron predictores negativos significativos de la adicción a la RRSS. Estos resultados sugieren que, a mayor autoestima menor es la adicción a las redes sociales, apoyando así la H1.

Se examinó la capacidad predictiva de la variable independiente —Autoestima— sobre la variable dependiente —SAS, adicción al dispositivo móvil—, considerando también la variable

Edad. La ecuación de regresión fue significativa ($F(2,173) = 8.02, p < .001$), con una R^2 corregida de .074. El coeficiente beta para la Autoestima ($\beta = -.25, p < .001$) indicó que fue un predictor negativo y significativo de la adicción al dispositivo móvil, mientras que la edad no fue un predictor significativo ($\beta = -.057, p > .05$). Esto sugiere que, a mayor autoestima, menor es la adicción al dispositivo móvil, apoyando así la H2.

Se investigó la capacidad predictiva de la variable dependiente —BSMAS, adicción a las redes sociales— basada en la variable independiente —FoMO—. La ecuación de regresión fue significativa ($F(2,173) = 21.2, p < .001$), con una R^2 corregida de .19. El coeficiente beta para FoMO ($\beta = .27, p < .001$) fue positivo, indicando que a mayor puntuación en FoMO, mayor es la adicción a las redes sociales. Estos resultados sugieren una asociación significativa entre FoMO y adicción a las redes sociales, apoyando así la H3.

En cuarto lugar, para predecir la variable dependiente —SAS— basada en la variable independiente —FoMO—, se encontró una ecuación de regresión significativa ($F(2,173) = 11, p < .001$), con una R^2 corregida de .10. El coeficiente beta ($\beta = .25, p < .001$) fue positivo, lo que sugiere que, a mayor puntuación en FoMO, mayor es la adicción al dispositivo móvil. Esto indica que el FoMO está significativamente asociado con el aumento de la adicción al móvil, apoyando la H4. que el SAS está significativamente asociado con el aumento de FoMO, apoyando la H4. Los resultados se ajustaron considerando la edad de la muestra.

Finalmente, para predecir la variable dependiente —FoMO— basada en la variable independiente —Autoestima—, se encontró una ecuación de regresión significativa ($F(2,173) = 12.3, p < .001$), con una R^2 corregida de .11. El coeficiente beta ($\beta = -.35, p < .001$) fue negativo, lo que sugiere que, a mayor autoestima, menor es el FoMO. Esto indica que el FoMO está inversamente asociado la Autoestima, apoyando la H5.

Estos resultados han sido ajustados considerando la edad de la muestra en cada análisis.

Basándonos en los resultados de las correlaciones parciales, se calculó la siguiente regresión lineal múltiple para predecir la variable dependiente —BSMAS— basada en las

variables independientes —FoMO, Autoestima y Edad—. Se encontró una ecuación de regresión significativa ($F(3, 169) = 18.1, p < .001$), con una R^2 corregida de .23. Esto sugiere que aproximadamente el 23% de la varianza en BSMAS puede ser explicada por el modelo que incluye FoMO, Autoestima y Edad. Además, el coeficiente beta estandarizado para FoMO ($\beta = .34, p < .001$) fue positivo, indicando que a mayor puntuación en FoMO, mayor es la puntuación en BSMAS, lo cual sugiere una relación positiva y significativa entre FoMO y BSMAS. El coeficiente beta estandarizado para Autoestima ($\beta = -.13, p = .083$) fue negativo, lo que indica una tendencia de que, a menor autoestima, mayor es la puntuación en BSMAS, aunque este para Edad (efecto no es estadísticamente significativo ($p > .05$)). Por último, el coeficiente beta estandarizado ($\beta = -.12, p = .097$) también fue negativo, sugiriendo que, con el aumento de la edad, la puntuación en BSMAS tiende a disminuir, aunque este efecto no es estadísticamente significativo ($p > .05$) (H6 parcialmente apoyada).

También se desarrolló la siguiente regresión lineal múltiple para predecir la variable dependiente —SAS— utilizando las variables independientes —FoMO, Autoestima y Edad—. El análisis de regresión mostro que el modelo es significativo ($F(3, 169) = 10.5, p < .001$), con una R^2 corregida de .14. Esto indica que el 14% de la variabilidad en SAS se explica por las variables FoMO, Autoestima y Edad. El coeficiente beta estandarizado para FoMO ($\beta = .29, p < .001$) fue positivo, lo que sugiere que un aumento en FoMO se asocia con un aumento en SAS, es decir una relación positiva y significativa entre ambas variables. El coeficiente beta estandarizado para Autoestima ($\beta = -.19, p = .014$) fue negativo pero significativo, indicando que a medida que disminuye la autoestima, aumenta la puntuación en SAS. Por último, el coeficiente beta estandarizado para Edad ($\beta = -.007, p = .92$) fue negativo y no significativo ($p > .05$), indicando que la edad no tiene efecto sobre el SAS en este modelo, apoyando la H7.

4. Discusión

4.1 Interpretación de los resultados

La presente investigación se ha centrado en interpretar los resultados obtenidos en el estudio sobre la relación entre la autoestima y el FoMO, y su influencia en el uso problemático de

las redes sociales y los dispositivos móviles. Los hallazgos obtenidos han confirmado todas las inferencias planteadas. Estos resultados, en consonancia con la literatura previa (ej. Andreassen et al., 2017; Xu et al., 2023), resaltan la relación negativa entre la autoestima y el uso de las redes sociales. Asimismo, otros autores como Yuchang et al. (2017) y Ke et al. (2024), sostuvieron que la autoestima puede predecir de manera negativa y significativa el uso problemático del dispositivo móvil; es decir, que, al aumentar los niveles de autoestima, el uso del dispositivo móvil puede reducirse, y viceversa, respaldando así las hipótesis 1 y 2, respectivamente.

Además, los resultados demuestran que el FoMO está positivamente asociado con el uso de las redes sociales y los dispositivos móviles. Otros estudios también han encontrado una asociación positiva entre el FoMO y el uso de las redes sociales (Ananda et al., 2023; Servidio et al., 2024) y los dispositivos móviles (Elhai et al., 2018; Servidio, 2021; Wolniewicz et al., 2018), lo que respalda las hipótesis 3 y 4, respectivamente.

Continuando con los hallazgos, se encontró que la autoestima está significativa y negativamente asociada con el FoMO. Estos resultados coinciden con la literatura previa (ej., Sekścińska y Jaworska, 2022; Kim, 2022), que muestran que tanto la autoestima como el FoMO son variables que pueden afectar al uso de las redes sociales, como se mencionó anteriormente. Por lo tanto, ambas variables interactúan entre sí, con la autoestima inversamente asociada al FoMO, corroborando así la hipótesis 5.

Por otro lado, se examinó como la Autoestima y el FoMO se relacionaban con el uso problemático de las redes sociales y el dispositivo móvil. Los resultados ajustados indican que FoMO está significativamente asociado con BSMAS, apoyando parcialmente la H6, ya que la Autoestima y la Edad mostraron tendencias en su relación con BSMAS, estos efectos no alcanzaron significancia estadística en este modelo.

Por último, los resultados ajustados revelan que tanto FoMO como Autoestima son predictores significativos de SAS, apoyando la H7. En contraste, la Edad no mostró un efecto significativo sobre SAS en el análisis. Así, se confirma que FoMO es un factor importante en

ambas hipótesis, mientras que la Autoestima tiene un papel significativo solo en el contexto de SAS.

Todos los resultados fueron coherentes con los objetivos planteados al inicio de la investigación, los cuales se enfocaron en explorar si tanto el FoMO como la autoestima, de forma independiente, afectaron al uso problemático de las RRSS y los dispositivos móviles, además de investigar la asociación entre la autoestima y el FoMO. También se buscó analizar en qué medida la autoestima y el FoMO estaban asociados con el uso de las RRSS y los dispositivos móviles, basándose en los resultados observados en investigaciones previas.

4.2 Implicaciones para la práctica clínica

Los hallazgos de esta investigación tienen implicaciones para la práctica clínica en el ámbito de la salud mental y bienestar psicológico. En primer lugar, la asociación negativa encontrada entre la autoestima y el uso problemático de las redes sociales y el dispositivo móvil destaca la importancia de considerar esta variable como un factor relevante para la prevención de dichos usos problemáticos.

En segundo lugar, la relación positiva observada entre el FoMO y el uso problemático de las redes sociales y el dispositivo móvil recalca la necesidad de tratar el concepto emergente del miedo a perderse experiencias gratificantes, como aspecto relevante en su prevención. La implementación de estrategias de intervención dirigidas a regular el FoMO, ya sea a través de la gestión emocional o el fomento del uso responsable de las redes sociales y dispositivos móviles, puede contribuir a reducir la dependencia tecnológica y promover la salud mental de los sujetos.

Además, la identificación de una relación inversa entre la autoestima y el FoMO sugiere que fortalecer la autoestima podría servir como una estrategia efectiva para reducir la ansiedad y preocupación social asociadas al FoMO (Tao et al., 2024).

En conclusión, estos hallazgos informan sobre la necesidad de diseñar programas de prevención y educación psicológica que aborden tanto la autoestima como el FoMO como factores

de riesgo en el desarrollo del uso problemático de las redes sociales y los dispositivos móviles, contribuyendo así a mejorar el bienestar emocional y la salud mental de la población.

4.3 Limitaciones de los hallazgos

A pesar de los hallazgos significativos obtenidos en esta investigación, es importante destacar varias limitaciones que podrían haber afectado a los resultados y, por ende, su interpretación:

Conceptualmente, una limitación importante de este estudio es el desbalance en la muestra en términos de género. Aunque se valoró la posibilidad de equilibrar la muestra según este criterio, no se llevó a cabo debido a que el objetivo principal de la investigación no era examinar las diferencias entre hombres, mujeres, género no binario... (entre otros) en la relación con las variables objeto de estudio. Sin embargo, es importante tener en cuenta esta limitación en futuros estudios, ya que las diferencias de género podrían influir en los resultados.

Metodológicamente, se tomó la decisión de no distorsionar los resultados y prevenir sesgos mediante la selección de la muestra representativa de la población española. Esta decisión fue tomada con la intención de garantizar la validez interna del estudio, podría haber limitado la generalización de los resultados a una población más amplia. Para futuros estudios, se recomienda considerar estrategias de muestreo más amplias que permitan una mayor representatividad de la población.

4.4 Futuras líneas de investigación

Las posibles líneas de investigación futuras podrían incluir la solicitud de información detallada a los participantes del estudio sobre su tiempo de uso semanas en cada una de las RRSS objeto de estudio. Esta acción permitiría una comprensión más profunda de cómo el tiempo dedicado a cada una de estas plataformas de interacción social se relaciona con las variables de FoMO y autoestima.

Asimismo, la consideración de la muestra desbalanceada como una limitación podría convertirse en una línea de investigación futura, explorando si existen diferencias significativas entre los géneros de los participantes en cuanto al impacto del FoMO y la autoestima.

Finalmente, podrían diseñarse programas de prevención y educación para promover un uso responsable de las redes sociales y dispositivos móviles, evaluando su impacto en las variables de FoMO y autoestima. Estas intervenciones podrían contribuir a comprender mejor cómo mitigar los efectos negativos de las redes sociales en el bienestar psicológico de los usuarios.

5. Referencias Bibliográficas

- Ananda, S. D., Khadijah, L. A., Lissa, F., y Triyono, A. (2023). The Influence of Instagram on Fomo Syndrome (Fear of Missing Out). *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 2(1), 37-45. <https://doi.org/10.59110/aplikatif.v2i1.121>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., y Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., y Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Atienza, F. L., Moreno, Y., y Balaguer, I. (2020). Análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista De Psicología. Universitas Tarraconensis*, 22, 29-42. https://www.researchgate.net/publication/308341043_Analisis_de_la_dimensionalidad_de_la_Escala_de_Autoestima_de_Rosenberg_en_una_muestra_de_adolescentes_valencianos#fullTextFileContent
- Bessière, K., Pressman, S. D., Kiesler, S., y Kraut, R. E. (2010). Effects of internet use on health and Depression: a longitudinal study. *Journal of Medical Internet Research*, 12(1), e6. <https://doi.org/10.2196/jmir.1149>
- Cho, H., Li, P., Ngien, A., Tan, M. G., Chen, A., y Nekmat, E. (2023). The bright and dark sides of social media use during COVID-19 lockdown: Contrasting social media effects through social liability vs. social support. *Computers in Human Behavior*, 146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107795>
- Copez-Lonzoy, A., Vallejos-Flores, M., Capa-Luque, W., Salas-Blas, E., Montero Doig, A. M., Dias, P. C., y Bazo-Alvarez, J. C. (2023). Adaptation of the Bergen Social Media Addiction

Scale (BSMAS) in Spanish. *Acta Psychologica*, 241.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104072>

Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., y Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>

Dienlin, T., Masur, P. K., y Trepte, S. (2017). Reinforcement or Displacement? The Reciprocity of FtF, IM, and SNS Communication and Their Effects on Loneliness and Life Satisfaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(2), 71-87.
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12183>

Du, H., King, R. B., y Chi, P. (2017). Self-esteem and subjective well-being revisited: The roles of personal, relational, and collective self-esteem. *PLoS ONE*, 12(8).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183958>

Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., y Hall, B. J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.020>

Gao, J., Zheng, P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., Wang, Y., Fu, H., y Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS ONE*, 15(4).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924>

INE. (2023). *Equipamiento y uso de TIC en los hogares. Instituto Nacional de Estadística: Año 2023*.
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608

Ke, Y., Liu, X., Xu, X., He, B., Wang, J., Zuo, L., Wang, H., y Yang, G. (2023). Self-esteem mediates the relationship between physical activity and smartphone addiction of Chinese college students: a cross-sectional study. *Frontiers in Psychology*, 14.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1256743>

- Kepios. (2024). *Global Social Media Statistics — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/social-media-users>
- Kim, J. H. (2022). Parental Support and Problematic Smartphone Use: A Serial Mediating Model of Self-Esteem and Fear of Missing Out. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13). <https://doi.org/10.3390/ijerph19137657>
- Kuss, D. J., y Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health (Online)*, 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kwon, M. J., Kim, D., Cho, H., y Yang, S. Y. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a short version for Adolescents. *PloS One*, 8(12), e83558. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083558>
- Lee, J., y Jang, S. Nang. (2022). Have changes in Internet use during the COVID-19 pandemic affected older adults' self-rated health? A cross-sectional study of young-old and old-old populations in Korea. *Geriatric Nursing*, 48, 141-145. <https://doi.org/10.1016/j.gerinurse.2022.09.012>
- López-Fernández, O. (2017). Short version of the Smartphone Addiction Scale adapted to Spanish and French: Towards a cross-cultural research in problematic mobile phone use. *Addictive Behaviors*, 64, 275-280. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.11.013>
- Oberst, U., Gil, F., Del Valle, G., y Chamarro, A. (2015). *Nuevas tecnologías- ¿Nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out*. 33(2), 77-83. www.revistaaloma.net
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purba, A. K., Thomson, R. M., Henery, P. M., Pearce, A., Henderson, M., y Katikireddi, S. V. (2023). Social media use and health risk behaviours in young people: Systematic review and meta-analysis. *BMJ*. <https://doi.org/10.1136/bmj-2022-073552>

- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent Self-Image. In *Princeton University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781400876136>
- Sekścińska, K., y Jaworska, D. (2022). Who felt blue when Facebook went down? - The role of self-esteem and FoMO in explaining people's mood in reaction to social media outage. *Personality and Individual Differences*, 188. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111460>
- Servidio, R. (2021). Self-control and problematic smartphone use among Italian University students: The mediating role of the fear of missing out and of smartphone use patterns. *Current Psychology*, 40(8), 4101-4111. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00373-z>
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., y Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1), 1–39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>
- Tao, Y., Tang, Q., Wang, S., Zou, X., Ma, Z., Zhang, L., Liu, G., y Liu, X. M. (2024). The impact of long-term online learning on social anxiety and problematic smartphone use symptoms among secondary school students with different levels of fear of missing out: Evidence from a symptom network and longitudinal panel network analysis. *Journal Of Behavioral Addictions*, 13(1), 102-119. <https://doi.org/10.1556/2006.2023.00081>
- The Jamovi Project (2023). *Jamovi* (Version 2.4) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>
- Wolniewicz, C. A., Tiamiyu, M. F., Weeks, J. W., y Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618-623. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>
- Xu, X., Han, W., y Liu, Q. (2023). Peer pressure and adolescent mobile social media addiction: Moderation analysis of self-esteem and self-concept clarity. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1115661>

Yuchang, J., Cuicui, S., Junxiu, A., y Junyi, L. (2017). Attachment Styles and Smartphone Addiction in Chinese College Students: The Mediating Roles of Dysfunctional Attitudes and Self-Esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(5), 1122-1134. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9772-9>

Wegmann, E., y Brand, M. (2020). Cognitive Correlates in Gaming Disorder and Social Networks Use Disorder: a Comparison. *Current Addiction Reports*, 7(3), 356–364. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00314-y>