



Miedo a perderse experiencias, uso de redes sociales y consumo de alcohol en estudiantes universitarios. Un modelo de análisis de vías

Mario Gómez-Martínez y Ana Isabel Rosa-Alcázar

Universidad de Murcia, España.

Resumen: El uso problemático de redes sociales (UPRRSS) y el consumo excesivo de alcohol son dos de los problemas más frecuentes en estudiantes universitarios. El concepto del miedo a perderse algo (en adelante FoMO, de acuerdo a sus siglas en inglés) se define como una aprehensión generalizada de que otros podrían estar viviendo experiencias gratificantes de las que uno está ausente y por el deseo de estar conectado con lo que otros viven (Przybylski et al., 2013). Este constructo psicológico ha sido vinculado a estas conductas. El objetivo de este estudio es analizar si FoMO tiene un poder predictivo suficiente para ser una variable explicativa adecuada y común tanto para el uso de redes sociales (RRSS) y el consumo de alcohol en jóvenes universitarios; así como evaluar el papel mediador de FoMO entre autoestima y neuroticismo con estos comportamientos.

Método: Participaron 959 adultos de entre 18 y 40 años ($M = 22.34$; $DT = 3.99$). Se evaluaron las siguientes variables: FoMO; horas en RRSS y UPRRSS; consumo de alcohol, problemas relacionados con el alcohol y la frecuencia del consumo intensivo de alcohol (CIA); ansiedad, depresión, autoestima, satisfacción de necesidades psicológicas básicas (NNPPBB); y rasgos de personalidad (neuroticismo, extraversión, amabilidad, responsabilidad y apertura). Los análisis estadísticos realizados fueron correlaciones, odds ratio y un análisis de rutas.

Resultados: FoMO se relacionó con las horas en RRSS, el UPRRSS, los problemas relacionados con el alcohol y la frecuencia del CIA. FoMO medió la relación entre neuroticismo y las variables: horas en RRSS, UPRRSS y la frecuencia del CIA; pero no entre autoestima y estas variables.

Conclusiones: FoMO se vinculó en mayor medida con el UPRRSS que con el consumo excesivo de alcohol. En futuros modelos de mediación de FoMO con estas variables se debería incluir neuroticismo en lugar de autoestima.

Palabras clave: FoMO. Miedo a perderse algo. Redes sociales. Alcohol. Análisis de rutas.

Title: Fear of missing out, social media use and alcohol consumption in college students. A path analysis model

Abstract: Problematic social media use (PSMU) and excessive alcohol consumption are two of the most prevalent problems in college students. Fear of Missing out (FoMO) is defined as a pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent and by the desire to stay continually connected to what others are doing (Przybylski et al., 2013). This construct has been linked to these behaviors. The study aims to analyze whether FoMO has sufficient predictive power to be an adequate and common explanatory variable for both social media (SM) use and alcohol consumption in young college students; and, to evaluate FoMO as a mediating variable in the relationship between self-esteem and neuroticism with these behaviors.

Method: 959 adults aged 18 to 40 participated ($M = 22.34$; $SD = 3.99$). The following variables were assessed: FoMO; hours spent on SM and PSMU; alcohol consumption, alcohol-related problems, and binge drinking (BD) frequency; anxiety, depression, self-esteem, basic psychological needs (BPNs) satisfaction; and personality traits (neuroticism, extraversion, agreeableness, conscientiousness, and openness). Correlations, odds ratio, and path analysis were estimated.

Results: FoMO was related to hours spent on SM, PSMU, alcohol-related problems, and BD frequency. FoMO mediated the relationship between neuroticism and the following variables: hours spent on SM, PSMU, and, BD frequency but not between self-esteem and these variables.

Conclusions: FoMO was linked to PSMU to a greater extent than excessive alcohol consumption. Future mediation models involving FoMO and these variables should include neuroticism rather than self-esteem.

Keywords: FoMO. Fear of missing out. Social media. Alcohol. Path analysis.

Introducción

El término del miedo a perderse algo (FoMO, por sus siglas en inglés) fue introducido por Herman (2000) en el ámbito del marketing para describir un cambio en el comportamiento del consumidor, ya no tan fiel a una marca sino en busca de nuevas experiencias. Ya en 2007, Sierra relacionó por primera vez este concepto con la red social Twitter y la importancia de “estar constantemente actualizado”. Desde la década de 2010, este término se popularizó en el ámbito de las redes sociales (RRSS) en la cultura popular describiendo este comportamiento específico que sucedía en estas plataformas (Gupta y Sharma, 2021).

A nivel académico, fueron Przybylski et al. (2013) los que definieron formalmente FoMO como una aprehensión generalizada de que otros podrían estar viviendo experiencias gratificantes de las que uno está ausente y por el deseo de estar conectado con lo que otros viven. Además, estos autores proporcionaron una base teórica, utilizando la teoría de la

autodeterminación (Deci y Ryan, 1985). Según esta teoría, la salud psicológica y la autorregulación se basan en la satisfacción de tres necesidades psicológicas básicas (NNPPBB): competencia, autonomía y relación. Przybylski et al. (2013) afirmaron que FoMO actúa como un limbo autorregulatorio que surge de déficits situacionales o crónicos en la satisfacción de NNPPBB. Diferentes estudios han informado de la asociación entre la insatisfacción de NNPPBB y FoMO (Lemay et al., 2019; Swar y Hameed, 2017; Xie et al., 2018). La insatisfacción de NNPPBB también se ha vinculado de forma directa con niveles altos de ansiedad y depresión (Bartholomew et al., 2011; Quedsted et al., 2011; Ng et al., 2012).

FoMO está relacionado de forma inversa con la edad (Błachnio y Przepiórka, 2018; Fuster et al., 2017; Gil et al., 2015) mientras no está clara la relación respecto al sexo (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016; Gil, Del Valle et al., 2015; Stead y Bibby, 2017). Asimismo, se ha querido evaluar el vínculo de FoMO con los cinco grandes rasgos de personalidad con resultados diversos. FoMO se ha relacionado de forma positiva con el neuroticismo (Hadlington et al., 2020) y la extraversión (Ashiru et al., 2023); y negativa con la responsabilidad (Chi et al., 2022) y la apertura (Shi et al., 2022).

* Correspondence address [Dirección para correspondencia]:

Mario Gómez-Martínez (mario.gomez@um.es)

Ana Isabel Rosa (airosa@um.es)

(Artículo recibido: 21-7-2024; revisado: 28-8-2024; aceptado: 3-10-2024)

Se ha hallado una relación tanto positiva con la amabilidad (Sheldon et al., 2021) como negativa (Meier et al., 2021). El rasgo que con más claridad se asocia con FoMO es el neuroticismo (Quaglieri et al., 2022; Sindermann et al., 2021; Shi et al., 2022). Otros estudios han informado de la ausencia de conexión entre FoMO y los cinco rasgos (Milyavskaya et al., 2018).

Los cinco grandes se han vinculado con la ansiedad y la depresión. Los comportamientos de ansiedad y depresión están altamente correlacionados (Jacobson y Newman, 2017); y se suelen presentar de forma comórbida (Cummings et al., 2014). Como resultado, tanto la ansiedad como la depresión se vincularon de forma similar con las dimensiones de personalidad: de forma positiva con el neuroticismo; de forma negativa con la responsabilidad, la extraversión y la amabilidad; y con una asociación negativa de carácter bajo o inexistente con la apertura (Kotov et al., 2010; Malouff et al., 2005).

Además, FoMO tradicionalmente se ha considerado un tipo de ansiedad social (Scalzo y Martínez, 2017) caracterizado por irritabilidad y sentimientos de insuficiencia (Abel et al., 2016) y una sensación incómoda y a menudo abrumadora que se produce cuando los demás tienen experiencias gratificantes de las que se está ausente (Riordan et al., 2015).

Por estas características, FoMO se ha conectado con la ansiedad (Dhir et al., 2018; Barry et al., 2017), la depresión (Holte y Ferraro, 2020; Reer et al., 2019) pero también con la baja autoestima (Kim, 2022; Servidio, 2023). De igual modo, una autoestima más baja ha sido vinculada con mayor ansiedad y depresión (De Jong et al., 2012; Joiner, et al., 1999; Schreiber et al., 2012).

Respecto de las redes sociales (RRSS), FoMO se ha relacionado tanto con el tiempo de uso como con el uso problemático de redes sociales -UPRRSS, en adelante (Alt, 2015; Baker et al., 2016; Beyens et al., 2016; Blackwell et al., 2017; Buglass et al., 2017). Las RRSS ayudan a construir la identidad social (Oberst et al., 2016) al permitir controlar el propio perfil con el fin de mostrarse online (autopresentación) de la forma deseada. Sin embargo, para usuarios de RRSS con alto FoMO, estas plataformas suponen un riesgo al mostrar de manera instantánea y constante información de las experiencias gratificantes que los demás están realizando. El intento de aliviar la sensación desagradable de FoMO llevaría a un uso excesivo de RRSS, en línea con la teoría del uso compensatorio de Internet de Kardesfelt-Winther (2014).

El neuroticismo ha sido un predictor significativo positivo del uso y adicción a RRSS (Blackwell et al., 2017; Wang et al., 2015); y, además, FoMO se ha comportado como variable mediadora entre el neuroticismo y UPRRSS (Sindermann et al., 2021).

A su vez, la autoestima ha mostrado una relación negativa con el uso de RRSS (Kalpidou et al., 2011; Forest y Wood., 2012; Wood y Scott, 2016) y con el UPRRSS (Huang, 2022; Saiphoo et al., 2020). Asimismo, FoMO también ha funcionado como mediador entre la autoestima y el uso de RRSS (Buglass et al., 2017).

Respecto del alcohol, FoMO ha sido conectado con el consumo semanal de esta sustancia (McKee et al., 2022), los problemas relacionados con el consumo (Riordan et al., 2015) y con un mayor riesgo de consumo intensivo de alcohol -CIA (Brunborg et al., 2022). El CIA se define como el consumo de grandes cantidades de alcohol en corto espacio de tiempo, siendo habitual en los jóvenes universitarios. De hecho, los universitarios realizan un consumo de alcohol de más riesgo que otros jóvenes de su edad y que otros grupos de edad (Hingson et al., 2005; Kypri et al. 2005; Johnston et al. 2018), conllevando mayores problemas relacionados con el consumo (Jones y Bellis, 2013; National Health Service [NHS], 2018; el nombre puede ser traducido por Servicio Nacional de Salud). Para Brunborg et al. (2022), los jóvenes con alto FoMO consumirían grandes cantidades de alcohol para tratar de “encajar” en un entorno en el que el consumo excesivo es una de las normas de grupo. El patrón de consumo a edades tempranas influye en el consumo peligroso y dependencia posterior del alcohol (Buchmann et al., 2009; Hingson et al., 2006; Pitkanen et al., 2008; Warner et al., 2007). Respecto de las diferencias por sexo, los hombres consumen más alcohol y tienen más problemas relacionados con el consumo que las mujeres (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2018). En la franja de 15 a 24 años, los chicos también consumen más y experimentan más intoxicaciones etílicas que las chicas (Ministerio de Sanidad, 2023).

El consumo problemático de alcohol se ha conectado tanto con un mayor neuroticismo (Gómez et al., 2022; Wartberg et al.; 2023) como con una menor autoestima (Bitancourt et al., 2016; Marlatt, 1999).

Además, el UPRRSS y el consumo excesivo de alcohol se han vinculado de forma directa (Ceballos et al., 2018; Gommans et al., 2015). Para Griffiths (2013) el UPRRSS tendría características comunes con las adicciones a sustancias (modificación del estado de ánimo, tolerancia o síntomas de abstinencia) lo que podría explicar esta conexión. Otros autores consideran que tanto el UPRRSS como el uso excesivo de alcohol se relacionan con características del individuo como la sensibilidad al refuerzo y la impulsividad (Dawe et al., 2004; Lyvers et al., 2016; Lyvers et al., 2019).

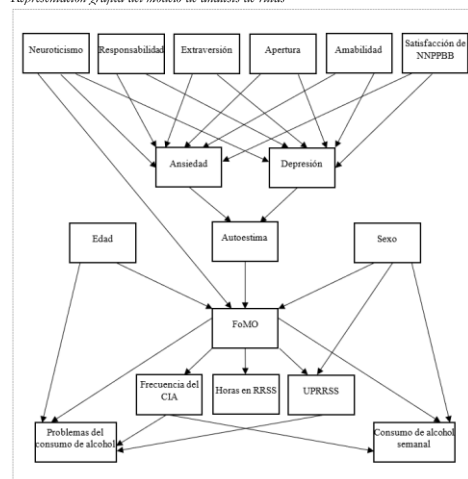
La sensación de FoMO se ha descrito como íntimamente ligada a las RRSS, plataformas que contribuyen a que se incremente. En este estudio se quiere ver el efecto tanto sobre el uso de RRSS como sobre el consumo de alcohol. El consumo de alcohol es muy frecuente en jóvenes universitarios y se asocia a las normas de grupo a las que son particularmente sensibles aquellos que tienen FoMO. El objetivo general es conocer si FoMO tiene poder predictivo suficiente para explicar ambas conductas. Además se quiere evaluar el carácter mediador de FoMO entre autoestima, neuroticismo y otras variables. Es la primera vez que se realiza un estudio incluyendo la relación de FoMO con RRSS y alcohol en un mismo trabajo a través de un modelo de análisis de rutas.

Los objetivos específicos son: 1) Determinar la magnitud de la influencia de FoMO sobre las diferentes variables rela-

cionadas con las RRSS (horas de uso y UPRRSS); 2) Analizar la magnitud de la influencia de FoMO sobre las diferentes variables relacionadas con el alcohol (consumo de alcohol, frecuencia del CIA y problemas relacionados con el consumo); 3) Explorar el carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y diferentes variables relacionadas con las RRSS y con el alcohol; 4) Evaluar el carácter mediador de FoMO entre autoestima y las diferentes variables relacionadas con las RRSS y con el alcohol; 5) Analizar la relación entre FoMO y variables sociodemográficas; 6) Evaluar la relación entre UPRRSS y problemas relacionados con el consumo de alcohol.

Se propone un modelo de análisis de rutas en el cual FoMO ocupa un papel destacado. En él, se espera que los rasgos de personalidad y la satisfacción de NNPPBB influyan sobre el nivel de ansiedad y depresión. A su vez, la ansiedad y la depresión lo harían sobre la autoestima. Tanto la autoestima como el neuroticismo presentarían una influencia directa sobre FoMO; así como la edad y el sexo. El efecto de los rasgos de personalidad y la satisfacción de NNPPBB sobre FoMO se espera que seamediado por la ansiedad y depresión en primer lugar; y posteriormente, por la autoestima. Se espera, además, que FoMO sea una variable mediadora entre el neuroticismo, la autoestima, el sexo y la edad con las diferentes variables relacionadas con las RRSS (horas de uso y el UPRRSS) y con las diferentes variables relacionadas con el alcohol (consumo de alcohol, frecuencia del CIA y problemas relacionados con el consumo). En la Figura 1 se presenta la relación entre las variables.

Figura 1
Representación gráfica del modelo de análisis de rutas



Notas. NNPPBB: Necesidades Psicológicas Básicas; FoMO: Fear of missing out; CIA: Consumo intensivo de alcohol; RRSS: Redes Sociales; UPRRSS: Uso problemático de Redes Sociales.

Método

Diseño

Se trata de un estudio descriptivo transversal con muestreo accidental.

Participantes

En este estudio participaron 1149 estudiantes de la Universidad de Murcia (España). La muestra del estudio fue seleccionada por conveniencia. Los criterios de inclusión fueron los siguientes: 1) Ser estudiante universitario; 2) Haber utilizado una red social en los tres meses anteriores; 3) Haber consumido alcohol en los tres meses anteriores; 4) Haber practicado un CIA en los tres meses anteriores y 5) Firmar el consentimiento informado previo a comenzar con la encuesta. Finalmente, la muestra consistió en 959 participantes, pues 190 no cumplieron los criterios de inclusión. El rango de edad osciló entre los 18 y los 40 años ($M = 22.34$; $DT = 3.99$). De la muestra total, 643 eran mujeres (67.04%) y 225 (23.46%) trabajaban y estudiaban a la vez. En relación al nivel educativo, el 79.98% eran estudiantes de grado, el 12.51% de máster y el 7.51% de doctorado. Además, el 80.19% vivía en una zona urbana frente a un 19.20% que lo hacían en una rural.

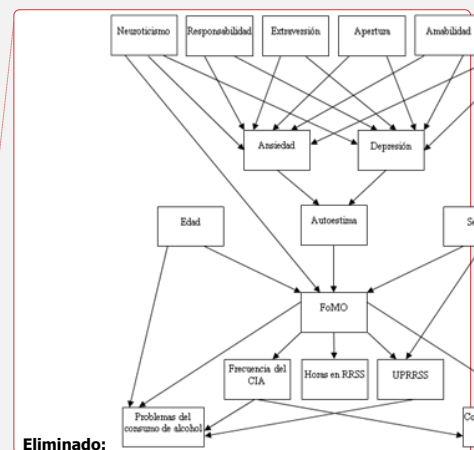
Instrumentos

Además de las variables sociodemográficas (sexo y edad) se aplicaron los siguientes instrumentos:

Consumo de alcohol autoinformado. Las preguntas fueron: si habían practicado un CIA en los tres meses anteriores y la frecuencia con la que lo habían realizado. El CIA se ha definido en este estudio como el consumo de cinco unidades de bebida estándar (UBE) o más en el mismo día en un plazo de dos horas. Una UBE es entendida en España como un vaso de cerveza de 200 ml o una copa de vino de 100 ml; dos UBEs equivaldrían a una copa o combinado (Llopis et al., 2000). Además, se cumplimentó el consumo de alcohol en una semana normal en los últimos tres meses (sin vacaciones o fiestas de por medio), especificando el tipo de bebida y la cantidad consumida en litros de cada una de las bebidas.

Uso de RRSS autoinformado. Las preguntas fueron: si habían utilizado alguna red social en los tres meses anteriores y las horas a la semana que las utilizaban. Además, se les indicó que escogieran las RRSS que utilizaban de una lista de 13 (Facebook, Instagram, Snapchat, Whatsapp; Telegram, Youtube, Tik Tok, Skype, Twitter, Pinterest, Tumblr, Line, Viber). Si utilizaban RRSS que no estuvieran en la lista, se podían añadir.

Escala de Satisfacción y Frustración de Necesidades Psicológicas Básicas (BPNSFS, Chen et al., 2015). El instrumento consta de 24 ítems que evalúan la satisfacción y la frustración de las tres NNPPBB (competencia, autonomía y conexión). La



escala de respuesta es de tipo Likert de cinco puntos que abarca de 1 (*totalmente falso*) a 5 (*totalmente verdadero*). La consistencia interna para las escalas compuestas fueron las siguientes: competencia ($\alpha = .88$), autonomía ($\alpha = .85$), y conexión con los demás ($\alpha = .83$). En la muestra de este estudio los coeficientes de fiabilidad fueron: competencia ($\alpha = .90$), autonomía ($\alpha = .85$), conexión ($\alpha = .86$) y escala completa ($\alpha = .93$).

Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE, Rosenberg, 1965). Se utilizó la versión española (Echeburúa, 1995). La consistencia interna de la escala en su versión original en diferentes muestras fue adecuada – con un alfa de Cronbach entre $\alpha = .77$ y $\alpha = .88$ (Rosenberg, 1986); así como en la versión española – alfa de Cronbach entre $\alpha = .85$ y $\alpha = .88$ (Martín-Albo et al., 2007). La escala consta de 10 ítems (formulados 5 en positivo y 5 en negativo) con una escala de respuesta de tipo Likert de cuatro puntos con las siguientes opciones: 1 = *muy de acuerdo*; 2 = *de acuerdo*; 3 = *en desacuerdo*; 4 = *totalmente en desacuerdo*. En la muestra de este trabajo la fiabilidad obtenida fue de $\alpha = .88$.

Inventario de Depresión de Beck, Segunda Edición (BDI-II; Beck et al., 1996). El BDI-II es la segunda versión del Inventario de Depresión creado por Beck (Beck et al., 1961) en su versión española (Beck et al., 2011). La consistencia interna de la versión original es adecuada – con un alfa de Cronbach de $\alpha = .92$ (Beck et al., 1996), así como la de la versión española en diferentes muestras – alfa de Cronbach entre $\alpha = .87$ y $\alpha = .90$ (Sanz, 2013). El cuestionario consta de 21 ítems cada uno de los cuales se corresponde con un síntoma de depresión.

La escala de respuesta es de tipo Likert de cuatro puntos en 19 de los ítems: abarca de 0 (*ausencia del síntoma*) a 3 (*máxima intensidad del síntoma*); mientras que, en dos de los ítems, esta escala es de siete puntos. La puntuación máxima del inventario es 63. Los datos de fiabilidad en la muestra del estudio fueron excelentes ($\alpha = .92$).

Inventario de Ansiedad de Beck (BAI; Beck y Steer, 1993). Para evaluar la ansiedad de los participantes se utilizó este inventario en su versión española (Beck y Steer, 2011). La consistencia interna de la versión original en diferentes muestras fue buena – con valores de alfa de Cronbach entre $\alpha = .89$ y $\alpha = .92$ (Beck y Steer, 2011) y también de la versión española en diferentes muestras – con valores de alfa de Cronbach entre $\alpha = .88$ y $\alpha = .92$ (Sanz, 2014). El cuestionario consta de 21 ítems tipo Likert (cada uno es un síntoma diferente) con cuatro niveles: desde 0 (*Nada en absoluto*) hasta 3 (*Gravemente, casi ni podía soportarlo*), siendo la puntuación máxima 63. Los datos de fiabilidad en nuestro estudio fueron excelentes $\alpha = .93$.

Inventario NEO de Cinco Factores Reducido (NEO-FFI; Costa y McCrae, 1992). Es la versión reducida del Inventario de Personalidad adaptado al castellano (Costa y McCrae, 1999) y que evalúa cinco factores de personalidad en cinco subescalas: neuroticismo, extraversión, apertura, amabilidad y responsabilidad. Este cuestionario está compuesto por 60 ítems con una escala tipo Likert con cinco opciones de

respuesta que van desde 0 (*total desacuerdo*) hasta 4 (*totalmente de acuerdo*). Los datos de fiabilidad en este estudio fueron los siguientes: neuroticismo ($\alpha = .85$), extraversión ($\alpha = .88$), apertura ($\alpha = .77$), amabilidad ($\alpha = .69$) y responsabilidad ($\alpha = .84$).

Escala de miedo a perderse algo (FoMOs; Przybylski et al., 2013). Esta escala evalúa la sensación de malestar resultado de pensar que otros están teniendo experiencias gratificantes en las que el individuo no está presente. Ha sido adaptada también a población española (Gil, Chamorro et al., 2015) y consta de 10 ítems y una escala de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1 = *nada*; 2 = *un poco*; 3 = *moderadamente*; 4 = *bastante*; 5 = *mucho*). El alfa de Cronbach para esta muestra fue de $\alpha = .82$.

Uso problemático de redes sociales (C-VAT; van Rooij et al., 2017). Para medir UPRRSS se utilizó una versión adaptada a RRSS del instrumento C-VAT (van Rooij et al., 2017), que es una escala basada en la Escala de Uso Compulsivo de Internet (CIUS) de Meerkerk et al. (2009). La escala de respuesta es de tipo Likert de cinco puntos cuyas respuestas son: 0 = *nunca*; 1 = *raramente*; 2 = *a veces*; 3 = *frecuentemente*; 4 = *muy frecuentemente*. Los ítems se refieren a diferentes aspectos (pérdida de control, preocupación, síntomas de abstinencia, afrontamiento, problemas sociales y problemas con la consecución de tareas) que forman parte del UPRRSS. La fiabilidad en la muestra fue de carácter excelente ($\alpha = .91$).

Índice Rutgers de problemas con el alcohol (RAPI, White y Labouvie, 1989). Para medir los problemas derivados del consumo de alcohol se utiliza el cuestionario RAPI en su versión española (López-Núñez et al., 2012). Tanto el instrumento original ($\alpha = .92$) como la adaptación española ($\alpha = .87$) mostraron una buena consistencia interna. Este instrumento, que consta de 23 ítems, trata de obtener información de todos los aspectos de la vida de las personas dañadas por problemas de alcohol (delincuencia, vida familiar, funcionamiento neuropsicológico, problemas físicos, funcionamiento psicosocial y relaciones sociales), con el objetivo de intervenir lo antes posible para minimizar y erradicar los problemas. El índice de respuesta es de tipo Likert con cuatro niveles (0 = *nunca*; 1 = *1 o 2 veces*; 2 = *entre 3 y 5 ocasiones*; 3 = *en más de 5 ocasiones*). El Alfa de Cronbach en la muestra fue de $\alpha = .87$.

Procedimiento

Los estudiantes fueron reclutados a través de un correo electrónico en el que se les informaba de la naturaleza del estudio, su carácter anónimo y el trato de las respuestas de manera confidencial. Los participantes debieron firmar su consentimiento informado, siendo esto un requisito imprescindible para participar en el estudio. Una vez aceptadas estas condiciones, la cumplimentación de la encuesta se realizó de manera online a través de la aplicación “Encuestas” de la Universidad de Murcia. La duración de esta fue aproximadamente de 20 minutos. Como incentivo, a los participantes

se les ofreció de forma voluntaria la posibilidad de participar en un sorteo de dos cheques regalo por valor de 50 euros cada uno de ellos.

La investigación cumplió con los criterios éticos de la Declaración de Helsinki y fue aprobado por el Comité de Ética de la Universidad de Murcia con número de aprobación M10/2023/058.

Análisis de datos

En primer lugar, se llevó a cabo un análisis descriptivo (media aritmética y desviación estándar) de las variables del estudio. Posteriormente, con el objetivo de analizar la relación entre las diferentes variables se llevaron a cabo análisis de correlación de Pearson. Además, se utilizó el índice odds ratio para establecer la asociación entre la Frecuencia del CIA y FoMO. Para estos análisis se adoptó un nivel de significación bilateral de $p < .05$. El programa estadístico utilizado fue SPSS en su versión 29.

Para evaluar la relación de FoMO con las variables relacionadas con las RRSS y con el consumo de alcohol, así como para explorar el carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y autoestima con las variables relacionadas con las RRSS y con el consumo de alcohol, así como con otras variables, se realizó un análisis de rutas, un tipo específico del análisis de ecuaciones estructurales. Para ello se utilizó el método del estimador de Máxima verosimilitud con errores

estándar robustos. Los análisis pertinentes se realizaron con el programa R en su versión 4.3.1 (R Core Team, 2023).

Para evaluar la bondad de ajuste, se utilizaron los siguientes índices y criterios (Awang, 2012; Byrne, 1994): Índice de ajuste comparativo (CFI) superior a .90; Error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y Raíz cuadrática media residual estandarizada (SRMR) inferiores a .08. Además, se esperó que la probabilidad asociada al estadístico χ^2 fuese mayor que .05. Como los datos no cumplían la hipótesis de normalidad, se utilizaron versiones robustas de estos índices (RMSEA robusto y CFI robusto) además de χ^2 escalado.

Resultados

Análisis descriptivo y correlaciones

En la Tabla 1 se muestran los estadísticos descriptivos y las correlaciones entre las variables estudiadas. Respecto de las variables relacionadas con las RRSS, FoMO presentó una correlación muy baja con las horas de uso de RRSS ($r = .08$, $p = .013$) pero una asociación de magnitud moderada con el UPRRSS ($r = .42$, $p < .001$). En cuanto a las variables relacionadas con el consumo, FoMO no presentó conexión con el consumo semanal ($r = .00$, $p = .959$), pero sí con los problemas relacionados con el consumo de alcohol, de carácter bajo ($r = .18$, $p < .001$).

Tabla 1
Medias, desviaciones estándar y correlaciones bivariadas de Pearson entre FoMO y otros constructos psicológicos

Variables	M (DT)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. FoMO	21.74 (6.32)													
2. Autoestima	29.23 (5.54)	-.21**												
3. Neuroticismo	24.68 (9.13)	.35**	-.67**											
4. Extraversión	29.83 (8.36)	.04	.43**	-.41**										
5. Apertura	31.06 (6.94)	.05	.04*	.06	.19**									
6. Amabilidad	29.42 (5.74)	-.06	.13**	-.17**	.28**	.14**								
7. Responsabilidad	28.85 (7.59)	-.09**	.35**	-.33**	.22**	.05	.17**							
8. Depresión	14.03 (9.84)	.29**	-.62**	.74**	-.38**	.05	-.14**	-.33**						
9. Ansiedad	12.34 (10.90)	.31**	-.39**	.62**	-.19**	.13**	-.05	-.11**	.65**					
10. Satisfacción de NNPPBB	87.90 (15.53)	-.30**	.68**	-.71**	.50**	.04	.26**	.50**	-.70**	-.46**				
11. Horas en RRSS	39.18 (22.89)	.08*	-.07*	.08*	.04	-.08*	-.07*	-.07*	.12**	.11**	-.11**			
12. UPRRSS	7.88 (4.25)	.42**	-.26**	.37**	-.10**	-.08*	-.07*	-.26**	.32**	.27**	-.35**	.23**		
13. Litros de alcohol	2.46 (4.01)	.00	.02	.00	.10**	.07*	-.05	-.06	.06*	.10**	-.02	.05	.05	
14. Problemas del consumo de alcohol	4.86 (6.22)	.18**	-.14**	.22**	.01	.05	-.07*	-.21**	.22**	.25**	-.21**	.08*	.20**	.21**

Nota. FoMO: Fear of missing out; NNPPBB: Necesidades psicológicas básicas; RRSS: Redes sociales; UPRRSS: Uso problemático de redes sociales

* $p < .05$. ** $p < .01$.

Para la comparación del efecto de FoMO sobre la frecuencia del CIA (véase Tabla 2) se crearon dos grupos de puntuaciones de FoMO teniendo en cuenta como punto de corte la mediana de las puntuaciones ($Mdn = 20$). El primer grupo estaba formado por aquellos participantes con una puntuación baja en FoMO (puntuación < 20); y el segundo grupo por aquellos con una puntuación alta (puntuación ≥ 20). Se calculó el odds ratio de obtener una puntuación alta en FoMO de aquellos participantes que habían realizado un CIA una vez al mes o más, observándose que presentaban

1.61 veces más probabilidad de experimentar FoMO que aquellos que lo llevaban a cabo con menor frecuencia.

Tabla 2
Odds ratio de obtener una puntuación alta en FoMO ($Mdn \geq 20$) para participantes que practiquen CIA

Variable	Categoría	OR	95% IC
Frecuencia del CIA	≥ 1 vez al mes	1.61	1.21-2.14
	< 1 vez al mes*		

*Grupo de referencia; FoMO: Fear of missing out; OR: Odds ratio; CIA: Consumo intensivo de alcohol.

Análisis de Rutas

El modelo propuesto presentó un buen ajuste (ver Tabla 3) siguiendo criterios ampliamente reconocidos en la literatura (Awang, 2012; Byrne, 1994). La única métrica que no presentó ajuste es la de chi-cuadrado en la que se obtiene una p menor que .05. Chi cuadrado es muy sensible al tamaño muestral y debido a que el tamaño es alto (959 sujetos) es normal que aparezca un p -valor significativo [$\chi^2(89) = 54, p < .001$], por lo que se utilizan los otros índices para evaluar el ajuste.

En la Tabla 4 se presentan los coeficientes estandarizados y no estandarizados de las relaciones presentes en el modelo. En la Tabla 4, se observa que el efecto de la depresión sobre la autoestima fue significativo, negativo y superior a uno ($\beta = -1.27, p < .001$). Este coeficiente es de gran magnitud debido a la multicolinealidad muy marcada que

mantiene la ansiedad con la depresión: la correlación entre ansiedad y depresión fue alta (véase Tabla 1) ($r = .65, p < .001$). De hecho, esta multicolinealidad afecta al coeficiente de ansiedad sobre autoestima convirtiéndolo en positivo en la Tabla 4 ($\beta = 0.43, p < .001$). Individualmente, la ansiedad y la autoestima mantienen una correlación negativa (véase Tabla 1) ($r = -.39, p < .001$).

Tabla 3

Medidas de ajuste del modelo

	χ^2	GL	p	CFI	RMSEA	SRMR
	escalado	escalados	escalado	robusto	robusto	
Modelo	549	89	< .001	.902	.075	.077
Buen ajuste			>.05	>.90	<.08	<.08

Nota. χ^2 = Chi cuadrado; GL: Grados de libertad; CFI: Índice de ajuste comparativo; RMSEA: Error cuadrático medio de aproximación; SRMR: Raíz cuadrática media estandarizada.

Con formato: Superíndice

Con formato: Superíndice

Tabla 4

Coefficientes estandarizados y no estandarizados del modelo de análisis de rutas

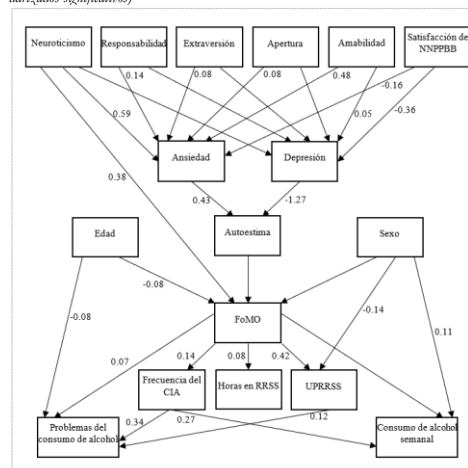
Path	Efecto	β	ET	B	ET	p
Neuroticismo → Ansiedad	Directo	0.593	0.031	0.707	0.045	< .001
Responsabilidad → Ansiedad	Directo	0.140	0.030	0.201	0.044	< .001
Extraversión → Ansiedad	Directo	0.077	0.033	0.100	0.043	.020
Apertura → Ansiedad	Directo	0.076	0.026	0.119	0.025	.004
Amabilidad → Ansiedad	Directo	0.034	0.024	0.063	0.029	.171
Satisfacción de NNPPBB → Ansiedad	Directo	-0.156	0.044	-0.109	0.030	< .001
Neuroticismo → Depresión	Directo	0.483	0.024	0.520	0.029	< .001
Responsabilidad → Depresión	Directo	0.016	0.019	0.020	0.025	.411
Extraversión → Depresión	Directo	-0.036	0.020	-0.042	0.023	.064
Apertura → Depresión	Directo	0.017	0.018	0.025	0.025	.328
Amabilidad → Depresión	Directo	0.053	0.017	0.091	0.029	.002
Satisfacción de NNPPBB → Depresión	Directo	-0.358	0.029	-0.226	0.019	< .001
Ansiedad → Autoestima	Directo	0.433	0.055	0.220	0.027	< .001
Depresión → Autoestima	Directo	-1.267	0.066	-0.713	0.037	< .001
Autoestima → FoMO	Directo	0.054	0.041	0.061	0.047	.188
Neuroticismo → FoMO	Directo	0.377	0.040	0.261	0.029	< .001
Edad → FoMO	Directo	-0.078	0.031	-0.123	0.048	.010
Sexo → FoMO	Directo	0.029	0.030	0.392	0.406	.334
FoMO → Horas en RRSS	Directo	0.080	0.032	0.290	0.119	.015
FoMO → UPRRSS	Directo	0.415	0.028	0.280	0.020	< .001
FoMO → Litros de alcohol	Directo	-0.025	0.034	-0.016	0.022	.477
FoMO → Problemas del consumo de alcohol	Directo	0.068	0.033	0.066	0.032	.039
FoMO → Frecuencia del CIA	Directo	0.142	0.034	0.010	0.002	< .001
Sexo → Litros de alcohol	Directo	0.110	0.031	0.939	0.292	.001
Sexo → UPRRSS	Directo	-0.144	0.029	-1.300	0.262	< .001
Edad → Problemas del consumo de alcohol	Directo	-0.078	0.026	-0.121	0.039	.002
Frecuencia del CIA → Litros de alcohol	Directo	0.270	0.031	2.375	0.347	< .001
Frecuencia del CIA → Problemas del consumo de alcohol	Directo	0.343	0.029	4.656	0.511	< .001
UPRRSS → Problemas del consumo de alcohol	Directo	0.125	0.035	0.182	0.050	< .001
Neuroticismo → FoMO → Horas en RRSS	Indirecto	0.030	0.013	0.075	0.032	.017
Neuroticismo → FoMO → UPRRSS	Indirecto	0.156	0.021	0.073	0.010	< .001
Neuroticismo → FoMO → Litros de alcohol	Indirecto	-0.009	0.013	-0.004	0.006	.478
Neuroticismo → FoMO → Problemas del consumo de alcohol	Indirecto	0.026	0.013	0.017	0.009	.051
Neuroticismo → FoMO → Frecuencia del CIA	Indirecto	0.053	0.014	0.003	0.001	< .001
Autoestima → FoMO → Horas en RRSS	Indirecto	0.004	0.004	0.018	0.015	.236
Autoestima → FoMO → UPRRSS	Indirecto	0.022	0.017	0.017	0.013	.184
Autoestima → FoMO → Litros de alcohol	Indirecto	-0.001	0.002	-0.001	0.002	.529
Autoestima → FoMO → Problemas del consumo de alcohol	Indirecto	0.004	0.003	0.004	0.004	.275
Autoestima → FoMO → Frecuencia del CIA	Indirecto	0.008	0.006	0.001	0.001	.214
Edad → FoMO → Problemas del consumo de alcohol	Indirecto	-0.005	0.003	-0.008	0.005	.118
Sexo → FoMO → UPRRSS	Indirecto	0.012	0.013	0.110	0.114	.337
Sexo → FoMO → Litros de alcohol	Indirecto	-0.001	0.001	-0.006	0.011	.568

Nota: ET: Error típico; NNPPBB: Necesidades psicológicas básicas; FoMO: Fear of missing out; RRSS: Redes sociales; UPRRSS: Uso problemático de redes sociales; CIA: Consumo intensivo de alcohol.

En negrita aquellos coeficientes que son significativos.

En la Figura 2 se muestra la representación gráfica del modelo acompañada de los coeficientes estandarizados de aquellas relaciones que han resultado significativas.

Figura 2
Representación gráfica de los resultados del modelo de análisis de rutas (coeficientes estandarizados significativos)



Nota. NNPPBB: Necesidades psicológicas básicas; FoMO: Fear of missing out; CIA: Consumo intensivo de alcohol; RRSS: Redes sociales; UPRSS: Uso problemático de redes sociales.

Seguidamente, se presentan los principales resultados recogidos en la Tabla 4.

Influencia de FoMO sobre las variables relacionadas con RRSS

La influencia de FoMO sobre las horas de uso de RRSS fue significativa, aunque de magnitud baja ($\beta = 0.08, p = .015$), mientras que sobre el UPRSS fue de magnitud media ($\beta = 0.42, p < .001$).

Influencia de FoMO sobre las variables relacionadas con el consumo de alcohol

Respecto de la influencia de FoMO sobre el consumo de alcohol, el efecto sobre los problemas relacionados con el consumo fue de magnitud muy baja ($\beta = 0.07, p = .039$); mientras que sobre la frecuencia del CIA fue de mayor entidad, aunque baja ($\beta = 0.14, p < .001$). FoMO no tuvo efecto directo sobre la cantidad de alcohol consumida semanal ($\beta = -0.03, p = .477$).

Carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y otras variables

El efecto directo del neuroticismo sobre FoMO fue significativo y de carácter moderado ($\beta = 0.38, p < .001$).

Respecto del carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y las variables relacionadas con RRSS, se observó como FoMO medió de forma directa la relación entre neuroticismo y las horas semanales en RRSS, ya que el efecto indirecto fue significativo ($\beta = 0.03, p = .017$) aunque de magnitud muy baja; y también entre neuroticismo y UPRSS ($\beta = 0.16, p < .001$) con una magnitud superior, aunque baja.

En cuanto a las variables relacionadas con el consumo de alcohol, FoMO actuó como variable mediadora directa entre el neuroticismo y la frecuencia del CIA, aunque la magnitud fue muy baja ($\beta = 0.05, p < .001$). Sin embargo, FoMO no medió ni entre neuroticismo y los problemas relacionados con el consumo de alcohol ($\beta = 0.03, p = .051$); ni entre neuroticismo y el consumo semanal ($\beta = -0.00, p = .478$).

Carácter mediador de FoMO entre autoestima y otras variables

El efecto directo de la autoestima sobre FoMO resultó no ser significativo ($\beta = 0.05, p = .188$).

Además, respecto de las variables relacionadas con las RRSS, FoMO no fue una variable mediadora ni entre autoestima y horas en RRSS ($\beta = 0.00, p = .236$), ni entre autoestima y UPRSS ($\beta = 0.02, p = .184$).

En las variables relacionadas con el consumo de alcohol sucedió lo mismo, FoMO no actuó de mediador entre autoestima y ninguna de ellas: ni con consumo semanal de alcohol ($\beta = -0.00, p = .529$), ni con frecuencia del CIA ($\beta = 0.00, p = .214$) ni con los problemas relacionados con el consumo ($\beta = 0.00, p = .275$).

Carácter mediador de FoMO entre edad y los problemas relacionados con el consumo

La edad se relacionó de forma negativa con FoMO, aunque el efecto directo fue de muy poca magnitud ($\beta = -0.08, p = .010$). Asimismo, la edad presentó un efecto directo significativo sobre los problemas relacionados con el consumo de alcohol ($\beta = -0.08, p = .002$) aunque de baja magnitud.

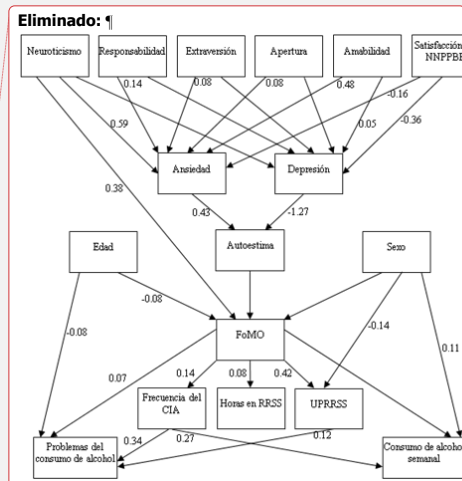
Sin embargo, FoMO no resultó ser una variable mediadora entre edad y los problemas relacionados con el consumo al ser el efecto indirecto no significativo ($\beta = -0.00, p = .118$).

Carácter mediador de FoMO entre sexo y UPRSS y entre sexo y consumo semanal de alcohol

La influencia del sexo sobre FoMO no fue significativa ($\beta = 0.029, p = .334$).

El sexo tuvo un efecto directo a UPRSS de carácter inverso ($\beta = -0.14, p < .001$), indicando que las mujeres presentaban un uso significativamente más problemático de RRSS.

Sin embargo, FoMO no resultó ser una variable mediadora entre sexo y UPRSS ($\beta = 0.01, p = .337$).



Además, el sexo tuvo un efecto directo significativo sobre el consumo semanal de alcohol ($\beta = 0.11, p = .001$), lo que indica que eran los hombres los que más consumían.

No obstante, FoMO no fue una variable mediadora entre sexo y el consumo semanal de alcohol ($\beta = -0.00, p = .568$).

Relación entre UPRRSS y los problemas relacionados con el consumo de alcohol

Por último, el efecto directo de UPRRSS sobre los problemas relacionados con el consumo fue significativo y directo ($\beta = 0.13, p < .001$) aunque de magnitud baja.

Discusión y Conclusiones

Esta investigación ha pretendido relacionar FoMO con dos comportamientos que se habían analizado previamente de forma separada: uso de RRSS y consumo de alcohol. Por primera vez a través de un modelo de análisis de rutas, la variable FoMO se relacionó con las RRSS (horas de uso y UPRRSS) y consumo de alcohol (consumo de alcohol, frecuencia del CIA y problemas relacionados con el consumo).

Uno de los objetivos fue determinar la magnitud de la influencia de FoMO sobre las diferentes variables relacionadas con las RRSS. El efecto directo de FoMO sobre las horas de uso semanales de RRSS fue significativo y positivo pero de baja magnitud; mientras que el efecto sobre el UPRRSS fue de una magnitud moderada. Otros trabajos detectaron esta relación entre FoMO y horas de uso de RRSS (Baker et al., 2016; Beyens et al., 2016; Buglass et al., 2017; Przybylski et al., 2013); y también entre FoMO y UPRRSS (Blachnio y Przepiórka, 2018; Blackwell et al. 2017; Oberst et al. 2017).

Las RRSS serían según Przybylski et al. (2013) una vía de baja alta eficiencia y baja fricción para estar conectado con lo que los demás hacen. Las RRSS suponen un método óptimo para estar conectado con lo que los otros hacen al poder realizarlo en cualquier momento a través del smartphone y con varias personas a la vez (alta eficiencia); y sin el obstáculo que supone hacerlo cara a cara (baja fricción), que supondría un método más costoso e intimidante para las personas que tienen FoMO, que se ha relacionado con la ansiedad social (Scalzo y Martínez, 2017). De esta forma, aquellos con FoMO alto tendrían más riesgo de UPRRSS.

Estos resultados también se podrían explicar según la teoría de Kardefelt-Winther (2014) según la cual la motivación del uso de Internet se produce con el fin de aliviar emociones negativas. FoMO sería una sensación desagradable que se intentaría aliviar conectándose a RRSS para estar informado de lo que los demás hacen.

Sin embargo, FoMO no necesariamente tendría que estar relacionado con las horas de uso de RRSS ya que las RRSS son una herramienta de interacción social muy frecuente en los jóvenes, a través de las que pueden satisfacer su necesidad de conexión en una etapa del desarrollo en que las amistades son de gran importancia en la construcción de su identidad adulta (Erikson, 1950). Actualmente, el tiempo de uso

medio de RRSS para individuos entre 16 y 64 años en España asciende a 1 hora y 52 minutos diarios (We are social, 2023), ocupando así un lugar importante en el tiempo de ocio del individuo.

Otro de los objetivos fue analizar la influencia de FoMO sobre las variables relacionadas con el consumo de alcohol. El efecto directo de FoMO sobre la frecuencia del CIA fue significativo, aunque de carácter bajo; sobre los problemas relacionados con el consumo fue significativo pero muy bajo; y sobre la cantidad de alcohol semanal fue inexistente.

Mayores niveles de FoMO se asociaron con un mayor riesgo de un CIA en adolescentes (Brunborg et al., 2022) y con la intención de beber grandes cantidades de alcohol en universitarios (Scalzo y Martínez, 2017). Los problemas relacionados con el alcohol también se conectaron con FoMO en otros trabajos (Riordan et al., 2015; Riordan et al., 2021). Respecto del consumo, este se ha relacionado con FoMO (McKee et al., 2022; Riordan et al., 2021), aunque no siempre se encuentra esta conexión (Riordan et al., 2015).

La mayor relación entre FoMO con el CIA y los problemas relacionados con el consumo de alcohol respecto del consumo semanal tendría que ver según McKee et al. (2022) con el patrón de consumo del entorno universitario en el que los individuos tratan de “encajar”. Este patrón se caracteriza por beber gran cantidad de alcohol por sesión o CIA, lo que llevaría a experimentar mayores problemas tras el consumo; en comparación con un individuo que beba la misma cantidad de alcohol pero espacie este consumo en diferentes días de la semana.

Además, para Riordan et al. (2021) aquellos que presentan FoMO serían más sensibles a señales sociales de lo que es valorado para ser incluido en el grupo (a las normas de grupo) lo que los llevaría a un uso excesivo de alcohol. Los individuos altos en FoMO preferirían beber más, ya que las expectativas de un beneficio social y de una mayor integración en el grupo serían más importantes que el arrepentimiento por un consumo excesivo (Crawford et al., 2022).

Adicionalmente, Brunborg et al. (2022) señalaron que al utilizar las RRSS, los jóvenes estarían más expuestos a anuncios de eventos sociales en los que el alcohol está presente y a los que “no podrían faltar” para no sentirse excluidos, y no perderse la diversión que sus compañeros si experimentarían.

Por último, FoMO puede considerarse un tipo de ansiedad social (Scalzo y Martínez, 2017) y según la teoría de la reducción de tensión (Greeley y Oei, 1999) aquellos individuos con ansiedad tenderían a desarrollar patrones de consumo problemáticos para disminuirla.

El tercero de los objetivos fue explorar el carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y las variables relacionadas con RRSS y con el consumo de alcohol. El efecto directo del neuroticismo sobre FoMO fue significativo, positivo y de carácter moderado. Otros artículos también han informado de una relación positiva entre ambas variables (Hadlington et al., 2020; Hadlington y Scase, 2018; Meier et al., 2021; Müller et al., 2021; Quagliari et al., 2022; Rozgonjuk et al., 2021; Shi et al., 2022). Los individuos con un ma-

yor neuroticismo podrían experimentar FoMO debido a la importancia que les dan a los mensajes de los otros (Shi et al., 2022). Además, estas personas tienen menos equilibrio emocional (McCrae y Costa 1997) y son más inseguras y sensibles (Kandell, 1998), lo que también concuerda con las características de FoMO.

Además, FoMO actuó de variable mediadora entre neuroticismo y las horas en RRSS aunque la magnitud fue baja; y entre neuroticismo y el UPRRSS, con una magnitud baja pero superior a la anterior. FoMO también ha sido mediador entre neuroticismo y el UPRRSS (Sindermann et al., 2021); entre neuroticismo y el uso de RRSS (Zhang et al., 2023); así como entre neuroticismo y uso problemático de internet (Alt y Boniel-Nissim, 2018). Adicionalmente, el neuroticismo fue un predictor del uso de RRSS (Tang et al., 2015) y de la adicción a Internet (Andreassen et al., 2013).

Una posible explicación se encuentra en que la tendencia que tienen las personas neuróticas de experimentar altos niveles de ansiedad en sus relaciones les llevaría a utilizar más las RRSS ya que permiten un control sobre la situación mayor que la interacción en persona (Blackwell et al., 2017; Kandell, 1998; Stead y Bibby, 2017). Diferentes estudios afirman que rasgos de estos individuos como hostilidad, irritabilidad, ansiedad, depresión y escapismo los conduciría a esta comunicación online (Aldinger et al., 2014; Costa y McCrae, 2008; Li et al., 2020).

En relación al alcohol, FoMO tuvo un papel mediador entre neuroticismo y la frecuencia del CIA, aunque de carácter muy bajo. Por otro lado, FoMO no fue mediador ni entre neuroticismo y los problemas relacionados con el consumo, ni entre neuroticismo y el consumo semanal de alcohol.

La pérdida de equilibrio emocional que presentan los individuos altos en neuroticismo (McCrae y Costa, 1997) unido a su utilización de estrategias de afrontamiento desadaptativas podrían explicar estos resultados (Carver y Connor-Smith, 2010). Entre estas estrategias se encuentra el consumo de sustancias (incluyendo el alcohol) que se ha relacionado con este rasgo en diferentes meta-análisis (Kotov et al., 2010; Malouff et al., 2007; Ruiz et al., 2008). Otros artículos también relacionaron específicamente el consumo problemático de alcohol con el neuroticismo (Dash et al., 2019; Gómez et al., 2022; Wartberg et al., 2023). El neuroticismo se caracteriza por niveles altos de ansiedad, y el consumo de alcohol puede ser una forma de intentar regular sus emociones, encuadrándose así estos resultados en la teoría de la reducción de tensión (Greeley y Oei, 1999).

Parece ser que el neuroticismo por sí mismo se relacionaría con el alcohol, no necesitando a FoMO, que solo lo influiría en la relación de neuroticismo y frecuencia del CIA.

El cuarto de los objetivos fue analizar el carácter mediador de FoMO entre autoestima, las variables relacionadas con RRSS y con el consumo de alcohol. El efecto directo de la autoestima sobre FoMO resultó no ser significativo. En este caso, este resultado pareció estar relacionado con la alta correlación que la autoestima tiene con neuroticismo. Al tener neuroticismo una correlación más fuerte con FoMO que

la autoestima, permanecería como significativo el efecto directo de neuroticismo sobre FoMO y desaparecería el de autoestima sobre esta variable. No obstante, la relación de autoestima con FoMO generalmente es negativa y significativa, tal y como afirman otros autores (Buglass et al., 2017; Kim, 2022; Servidio, 2023; Zunic, 2017) y se ha hallado en un análisis de correlación en este estudio.

La ausencia de relación en el modelo de path análisis de la autoestima con FoMO, pareció influir en que FoMO no resultara ser un mediador entre autoestima y las variables relativas a las RRSS. Sin embargo, en este trabajo la correlación entre autoestima con UPRRSS y con las horas en RRSS fue de carácter negativo, tal y como informaron otros estudios (Akbari et al., 2023; Gori et al., 2023; Schivinski et al., 2020; Sireli et al., 2023; Smith, 2023; Wood y Scott, 2016) y también dos metaanálisis (Saiphoo et al., 2019; Huang, 2022). El uso continuado de RRSS genera más oportunidades de comparación social, y esto puede afectar a la autoestima del individuo.

Tampoco FoMO resultó ser un mediador entre autoestima y las variables relativas al consumo de alcohol. Sin embargo, en este estudio sí que hubo correlación entre autoestima y los problemas relacionados con el consumo de alcohol aunque no con el consumo semanal. Los resultados en la literatura son mixtos. Según Tomaka et al. (2013) el alcohol se utilizaría como un método de afrontamiento en personas con bajo nivel de autoestima. No obstante, en una revisión sistemática (Arsandaux et al., 2020) se informaron asociaciones tanto negativas como positivas de la autoestima y el consumo de alcohol.

El quinto de los objetivos fue analizar la relación entre FoMO y variables sociodemográficas. La edad influyó de forma inversa sobre FoMO. Estos resultados concuerdan con los encontrados por otros autores (Beyens et al., 2016; Blachnio y Przepiórka, 2018; Blackwell et al., 2017; Elhai et al., 2018; Fuster et al., 2017; Gil, Del Valle et al., 2015; Hadlington et al., 2020; Rozgonjuk et al., 2021). Para los adolescentes y jóvenes ser aceptado por sus iguales es de vital importancia (Desjarlais y Willoughby, 2010). Este factor junto con una mayor inmadurez e inestabilidad emocional que presentan los jóvenes y adolescentes respecto de los adultos (Kuss et al., 2013), podría poner a los jóvenes en mayor riesgo de FoMO.

Además, la edad presentó un efecto directo significativo aunque de muy poca magnitud sobre los problemas relacionados con el consumo, siendo los jóvenes con menor edad los que experimentan mayores problemas tras la ingesta de alcohol. El desarrollo cerebral (en especial el cortex prefrontal) continúa hasta bien entrada la treintena (Luciana et al., 2005). Durante este proceso aumentan la capacidad de retrasar la gratificación o de regulación de emociones (Wood et al., 2017), lo que podría influir en un mayor control del consumo con la edad y, como consecuencia, experimentar menos problemas relacionados con el alcohol.

En esta etapa, los adultos más jóvenes informan de un consumo de alcohol más peligroso que otros grupos de edad

(Hingson et al., 2005). Por esta razón es esencial evaluar la edad de inicio de consumo ya que se relaciona con el consumo excesivo de alcohol posterior (Hingson et al., 2006; Pitkänen et al., 2008; Warner et al., 2007), y poder intervenir antes de que se produzcan trastornos relacionados con el alcohol.

Por otra parte, FoMO no fue una variable mediadora entre edad y RAPI. En este caso, FoMO no aportaría información adicional en torno a la relación de la edad y los problemas relacionados con el consumo de alcohol.

Del mismo modo, la influencia de sexo sobre FoMO no fue significativa. Otros artículos encontraron resultados similares (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016; Gil, Del Valle et al., 2015; Oberst et al., 2017). Parece ser que serían otras variables personales como el nivel de ansiedad las que influirían más sobre el nivel de FoMO (Dhir et al., 2018; Reer et al., 2019). El sexo sí tuvo un efecto directo significativo sobre el C-VAT, de tal forma que las mujeres experimentaron más UPRRSS. Se ha encontrado que las mujeres presentan una mayor satisfacción en las relaciones que los hombres (Kashdan et al., 2009) y un mayor compromiso en el mantenimiento de estas (Kawachi y Berkman, 2001) también en el entorno virtual (Kimbrough et al., 2013; Muscanell y Guadagno, 2012). Esta orientación a lo social y el compromiso para mantener las relaciones las pondría más en riesgo para el UPRRSS.

Igualmente, FoMO no medió entre sexo y UPRRSS. Parece ser que como se ha señalado en la evidencia anterior, ser mujer influye con más fuerza en el riesgo de UPRRSS que el nivel de FoMO. Por ejemplo, Muscanell y Guadagno (2012) encontraron que las mujeres son más susceptibles a la aprobación social expresada en RRSS como los "me gusta".

Respecto del consumo de alcohol, el sexo tuvo un efecto directo significativo sobre esta variable, de tal forma los hombres del estudio consumían más que las mujeres. Esta diferencia de sexo se ha constatado a nivel global (OMS, 2021) y también en España (Ministerio de Sanidad, 2023), aunque las diferencias se han reducido y algunos estudios informan que las mujeres adolescentes y jóvenes beben más que sus pares masculinos (White, 2020). Por otro lado, FoMO no ha sido una variable mediadora significativa entre sexo y la cantidad de alcohol consumida. En este caso, el sexo tiene un papel crucial, y FoMO parece no aportar información nueva. Es decir, los hombres seguían bebiendo más independientemente del nivel de FoMO.

Finalmente, se observó un efecto directo de UPRRSS sobre los problemas relacionados con el consumo de alcohol de carácter bajo. Otros artículos también han encontrado esa conexión (Ceballos et al., 2018; Gutiérrez y Cooper, 2016; Gommans et al., 2015; Spilková et al., 2017). Según Kardefelt-Winther et al. (2017) las adicciones a sustancias y las adicciones conductuales presentan puntos en común como pueden ser la naturaleza repetitiva y persistente en el tiempo, y la dificultad de reducir las adicciones y restringir el comportamiento a pesar del daño que se produce en la vida cotidiana del individuo.

Otros autores han afirmado que la sensibilidad al refuerzo y la impulsividad serían factores comunes entre ambas adicciones o comportamientos problemáticos (Dawe et al., 2004; Lyvers et al., 2016; Lyvers et al., 2019).

La sensibilidad al refuerzo hace alusión al grado en que la conducta está influenciada por la expectativa de obtener recompensas positivas (Dawe et al., 2004). En cambio, la impulsividad se refiere a llevar a cabo comportamientos sin tener en cuenta de manera apropiada las posibles consecuencias (Spinella, 2007). Parece ser que la sensibilidad al refuerzo se relaciona más con el inicio del consumo y la impulsividad con su mantenimiento (Dawe et al., 2004; Yücel et al., 2019).

Asimismo, las adicciones relacionadas con sustancias y las no relacionadas con sustancias compartirían los siguientes componentes comunes: prominencia, modificación del estado de ánimo, tolerancia, conductas de abstinencia, conflicto y recaída (Griffiths, 2013).

Este estudio adolece de una serie de limitaciones. En primer lugar, el diseño del estudio ha sido transversal, con lo cual no es posible extraer relaciones causales de las variables medidas en la muestra. Además, se ha utilizado una muestra por conveniencia, lo que puede limitar la representación de ésta y la generalización de los resultados a la población universitaria española. Igualmente, el 67.04% de los participantes eran mujeres, por lo que la distribución de sexo no es equilibrada. Por último, la información recogida ha sido autoinformada de manera que puede estar afectada por la deseabilidad social o ciertos sesgos como el de recuerdo.

Pese a ello, destacamos algunas fortalezas de esta investigación. En concreto, este estudio ha relacionado por primera vez en un modelo de análisis de rutas la influencia de la variable FoMO sobre diferentes variables relacionadas con las RRSS y con el consumo de alcohol. Además, se conecta por primera vez FoMO con la frecuencia del CIA en estudiantes universitarios. Asimismo, la muestra utilizada fue de tamaño considerable ($n=959$), lo que permite estimaciones estadísticas más precisas. Además, los resultados se ajustan a la teoría del uso compensatorio de Internet de Kardefelt-Winther (2014), ya que se utilizan las RRSS para aliviar sensaciones desagradables como FoMO. En el caso del alcohol, la ansiedad asociada a FoMO se trataría de aliviar con el consumo, en línea con la teoría de la reducción de tensión (Greeley y Oei, 1999).

A modo de conclusión, FoMO presentó conexión tanto con las RRSS como con el consumo de alcohol, siendo la asociación más potente con el UPRRSS. Respecto de las variables relacionadas con el alcohol, la frecuencia del CIA fue la que más se relacionó con FoMO. Aunque FoMO no es un constructo nuevo (Wortham, 2011) las RRSS han supuesto un amplificador al ofrecer múltiples oportunidades de comparación con los demás. Respecto del alcohol, es el patrón de consumo excesivo por sesión lo que parece que se relaciona más con FoMO, pero es necesaria más investigación al respecto. Con estos resultados, no podemos afirmar que FoMO sea una variable con gran poder explicativo para am-

bas conductas (el uso de RRSS y el consumo de alcohol) en jóvenes universitarios.

Se constató el carácter mediador de FoMO entre neuroticismo y las variables relacionadas con las RRSS y con el consumo de alcohol; mientras que FoMO no consiguió mediar entre la autoestima y las variables mencionadas. En futuros modelos de mediación, sería recomendable incluir el neuroticismo en lugar de la autoestima, ya que la correlación que presenta neuroticismo con FoMO es de mayor magnitud que con autoestima, y sus efectos parecen solaparse.

Por su parte, la edad y el sexo de los participantes no jugaron un papel crucial en la relación con FoMO ni en los análisis de mediación de FoMO con el consumo de alcohol o el UPRRSS.

Finalmente, la relación entre UPRRSS con los problemas relacionados con el consumo de alcohol fue significativa y directa, pero de carácter bajo, por lo que sería necesario profundizar en aspectos específicos que unan a estos dos usos problemáticos para hallar una asociación mayor.

La intensidad en la expresión de FoMO da la impresión de estar influenciada por la actividad que se realiza (uso de

RRSS, consumo de alcohol, etc.). Por esto, es importante en investigaciones futuras poder estudiar la relación de FoMO con diferentes conductas humanas para conocer más sobre su funcionamiento. Por ejemplo, FoMO ha sido relacionado con la conducta del consumidor (Zhang et al., 2020) o con el visionado de programas televisivos en maratón o *binge watching* (Anghelcev et al., 2020).

Además, sería interesante incluir medidas objetivas de estos comportamientos que están relacionados con FoMO, como Riordan et al. (2021) que miden la concentración de alcohol en el aliento a través de alcoholímetros.

Finalmente, sería útil profundizar en las estrategias de intervención para la reducción de FoMO como las que proponen Alutaybi et al. (2020) con el fin de limitar su influencia en comportamientos como el consumo de alcohol y el UPRRSS.

Conflicto de interés.- Los autores declaran que no existe un conflicto de interés.

Financiación.- Sin financiación.

Referencias

- Abel, J. P., Buff, C. L. & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Akbari, M., Hossain Bahadori, M., Khanbabaei, S., Boruki Milan, B., Jams-hidi, S. & Potenza, M. N. (2023). Potential risk and protective factors related to problematic social media use among adolescents in Iran: A latent profile analysis. *Addictive Behaviors*, 146, 107802. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107802>
- Aldinger, M., Stopsack, M., Ulrich, I., Appel, K., Reinelt, E., Wolff, S., Grabe, H. J., Lang, S., & Barnow, S. (2014). Neuroticism developmental courses - Implications for depression, anxiety and everyday emotional experience; a prospective study from adolescence to young adulthood. *BMC Psychiatry*, 14, Article 210. <https://doi.org/10.1186/s12888-014-0210-2>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Using multidimensional scaling and PLS-SEM to assess the relationships between personality traits, problematic internet use, and fear of missing out. *Behaviour & Information Technology*, 37(12), 1264–1276. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1502353>
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: the FoMO-R method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Gjertsen, S. R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(2), 90–99. <https://doi.org/10.1556/JBA.2.2013.003>
- Anghelcev, G., Sar, S., Martin, J., & Moultrie, J. L. (2022). Is heavy binge-watching a socially driven behaviour? Exploring differences between heavy, regular and non-binge-watchers. *Journal of Digital Media and Policy*, 13(2), 201–221. https://doi.org/10.1386/jdmp.00035_1
- Arsandaux, J., Montagni, I., Macalli, M., Bouteloup, V., Tzourio, C., & Galéra, C. (2020). Health risk behaviors and self-esteem among college students: Systematic review of quantitative studies. *International Journal of Behavioral Medicine*, 27(2), 142–159. <https://doi.org/10.1007/s12529-020-09857-w>
- Ashiru, J. A., Oluwajana, D., & Biabor, O. S. (2023). Is the global pandemic driving me crazy? The relationship between personality traits, fear of missing out, and social media fatigue during the COVID-19 pandemic in Nigeria. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 21, 2309–2324. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00723-8>
- Awang, Z. (2012). *A Handbook on SEM Structural Equation Modelling: SEM Using AMOS Graphic* (5th ed.). Universiti Teknologi Mara Kelantan.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Bartholomew, K. J., Ntoumanis, N., Ryan, R. M., Bosch, J. A., & Thøgersen-Ntoumani, C. (2011). Self-determination theory and diminished functioning: The role of interpersonal control and psychological need thwarting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(11), 1459–1473. <https://doi.org/10.1177/0146167211413125>
- Beck, A. T., & Steer, R. A. (1993). *Manual for the Beck Anxiety Inventory*. The Psychological Corporation.
- Beck, A. T., & Steer, R. A. (2011). *Manual BAI. Inventario de Ansiedad de Beck* [BAI Manual. Beck Anxiety Inventory]. Pearson Educación.
- Beck, A. T., Steer, R. A., & Brown, G. K. (1996). *Beck Depression Inventory-II (BDI-II)*. The Psychological Corporation.
- Beck, A. T., Steer, R. A., & Brown, G. K. (2011). *Manual BDI-II. Inventario de Depresión de Beck-II* [BDI-II Manual. Beck Depression Inventory-II]. Pearson Educación.
- Beck, A. T., Ward, C., Mendelson, M., Mock, J., & Erbaugh, J. (1961). An inventory for measuring depression. *Archives of General Psychiatry*, 4(6), 561–571. <http://dx.doi.org/10.1001/archpsyc.1961.01710120031004>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Bitancourt, T., Tissot, M. C. R. G., Fidalgo, T. M., Galduróz, J. C. F., & da Silva Filho, D. X. (2016). Factors associated with illicit drugs' lifetime and frequent/heavy use among students results from a population sur-

Con formato: Fuente: 9 pto

Eliminado: s

Con formato: Fuente: Sin Negrita

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

vey. *Psychiatry Research*, 237, 290–295. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2016.01.026>

Blachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.11.012>

Blackwell, D., Leaman, C., Tramosch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>

Brunborg, G., Skogen, J., & Burdzovic-Andreas, J. (2022). Fear of missing out and binge-drinking among adolescents. *Drug and Alcohol Review*, 41(1), 230–237. <https://doi.org/10.1111/dar.13356>

Buchmann, A. F., Schmid, B., Blomeyer, D., Becker, K., Treutlein, J., Zimmermann, U. S., Jennen-Steinmetz, C., Schmidt, M. H., Esser, G., Banaschewski, T., Rietschel, M., Schumann, G., & Laucht, M. (2009). Impact of age at first drink on vulnerability to alcohol-related problems: testing the marker hypothesis in a prospective study of young adults. *Journal of Psychiatric Research*, 43(15), 1205–1212. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2009.02.006>

Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>

Byrne, B. M. (1994). *Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows*. Sage Publications.

Carver, C. S., & Connor-Smith, J. (2010). Personality and coping. *Annual Review of Psychology*, 61, 679–704. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.09.3008.100352>

Ceballos, N. A., Howard, K., Dailey, S., Sharma, S., & Grimes, T. (2018). Collegiate binge drinking and social media use among Hispanics and non-Hispanics. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 79(6), 868–875. <https://doi.org/10.15288/JSAID.2018.79.868>

Chen, B., Vansteenkiste, M., Beyers, W., Boone, L., Deci, E. L., Van der Kaap-Deeder, J., Duriez, B., Lens, W., Matos, L., Mouratidis, A., Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Soenens, B., Van Petegem, S., & Verstuyf, J. (2015). Basic psychological need satisfaction, need frustration, and need strength across four cultures. *Motivation and Emotion*, 39, 216–236. <https://doi.org/10.1007/s11031-014-9450-1>

Chi, L., Tang, T., & Tang, E. (2022). The phubbing phenomenon: A cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. *Current Psychology*, 41, 1–12. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02468-y>

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>

Conroy, D., & de Visser, R. (2015). The importance of authenticity for student non-drinkers: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Health Psychology*, 20, 1483–1493. <https://doi.org/10.1177/1359105313514285>

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1999). *Inventario de Personalidad NEO revisado (NEO PI-R) e Inventario NEO reducido de Cinco Factores (NEO-FFI)* [The Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO-Five-Factor Inventory (NEO-FFI)]. TEA Ediciones.

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *The Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO-Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Psychological Assessment Resources.

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (2008). The Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R). In G. J. Boyle, G. Matthews, y D. H. Saklofske (Eds.), *The SAGE handbook of personality theory and assessment, Vol. 2. Personality measurement and testing* (pp. 179–198). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849200479.n9>

Crawford, J., Jones, A., Rose, A., & Cooke, R. (2022). ‘You see the pictures the morning after and you’re like I wish I was in them’: an interpretative phenomenological analysis of university student’s alcohol-related regrets. *Psychology & Health*, 37(4), 490–506. <https://doi.org/10.1080/08870446.2020.1867728>

Cummings, C. M., Caporino, N. E., & Kendall, P. C. (2014). Comorbidity of anxiety and depression in children and adolescents: 20 years after. *Psychological Bulletin*, 140(3), 816–845. <https://doi.org/10.1037/a0034733>

Dash, G. F., Slutske, W. S., Martin, N. G., Statham, D. J., Agrawal, A., & Lynskey, M. T. (2019). Big Five personality traits and alcohol, nicotine, cannabis, and gambling disorder comorbidity. *Psychology of Addictive Behaviors*, 33(4), 420–429. <https://doi.org/10.1037/adab0000468>

Dawe, S., Gullo, M. J., & Loxton, N. J. (2004). Reward drive and rash impulsiveness as dimensions of impulsivity: Implications for substance misuse. *Addictive Behaviors*, 29, 1389–1405. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2004.06.004>

de Jong, P. J., Sportel, B. E., de Hullu, E., & Nauta, M. H. (2012). Co-occurrence of social anxiety and depression symptoms in adolescence: Differential links with implicit and explicit self-esteem? *Psychological Medicine*, 42(3), 475–484. <https://doi.org/10.1017/S0033291711001358>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum.

Desjarlais, M., & Willoughby, T. (2010). A longitudinal study of the relation between adolescent boys and girls' computer use with friends and friendship quality: Support for the social compensation or the rich-get-richer hypothesis? *Computers in Human Behavior*, 26, 896–905. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.004>

Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing: A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>

Echeburúa, E. (1995). *Evaluación y Tratamiento de la fobia social* [Assessment and Treatment of social phobia]. Martínez Roca.

Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., & 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>

Erikson, E. H. (1950). *Childhood and society*. W. W. Norton & Company.

Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295–302. <https://doi.org/10.1177/0956797611429709>

Fuller, A., Fleming, K. M., Szatkowski, L., & Bains, M. (2018). Nature of events and alcohol-related content in marketing materials at a university freshmen's fair: A summative content analysis. *Journal of Public Health*, 40(3), e320–e327. <https://doi.org/10.1093/pubmed/idx181>

Fuster, H., Chamorro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of missing out, online social net- working and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma*, 35(23), 23–30. <https://doi.org/10.5169/aloma.2017.35.1.22-30>

Gil, F., Chamorro A., & Oberst, U. (2015). Addiction to online social networks: A question of fear of missing out? *Journal of Behavioral Addictions*, 4(1), 51–52. <https://doi.org/10.1556/JBA.4.2015.Suppl.1>

Gil, F., del Valle, G. D., Oberst, U., & Chamorro, A. (2015). Nuevas tecnologías - ¿nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out [New technologies - new pathologies? The smartphone and the fear of missing out]. *Aloma*, 33(2). <https://doi.org/10.5169/aloma.2015.33.2.77-83>

Gómez, R., Stavropoulos, V., Brown, T., & Griffiths, M. D. (2022). Factor structure of ten psychoactive substance addictions and behavioural addictions. *Psychiatry Research*, 313, 114605. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2022.114605>

Gommans, R., Stevens, G. W., Finne, E., Gillesen, A. H., Boniel-Nissim, M., & ter Bogt, T. F. M. (2015). Frequent electronic media communication with friends is associated with higher adolescent substance use. *International Journal of Public Health*, 60(2), 167–177. <https://doi.org/10.1007/s00038-014-0624-0>

Gon, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2023). The associations between attachment, self-esteem, fear of missing out, daily time expenditure, and problematic social media use: A path analysis model. *Addictive Behaviors*, 141, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107633>

Greeley, J., & Oei, T. (1999). Alcohol and tension reduction. In K. E. Leonard y H. T. Blane (Eds.), *Psychological theories of drinking and alcoholism* (2nd ed., pp. 14–53). Guilford.

Griffiths, M. D. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research and Therapy*, 4, 5, e118.

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Español (España)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Español (España)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

- <https://dx.doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World Journal of Clinical Cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Gutiérrez, K. M., & Cooper, T. V. (2016). The use of social networking sites: A risk factor for using alcohol, marijuana, and synthetic cannabinoids? *Drug and Alcohol Dependence*, 163, 247–250. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2016.03.021>
- Hadlington, L., & Sease, M. O. (2018). End-user frustrations and failures in digital technology: Exploring the role of fear of missing out, Internet addiction and personality. *Heliyon*, 4(11), e00872. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00872>
- Hadlington, L., Binder, J., & Stanulewicz, N. (2020). Fear of missing out predicts employee information security awareness above personality traits, age, and gender. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 23(7), 459–464. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0703>
- Herman, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*, 7, 330–340. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.23>
- Hingson, R. W., Heeren, T., & Winter, M. R. (2006). Age at drinking onset and alcohol dependence: Age at onset, duration, and severity. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 160(7), 739–746. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.7.739>
- Hingson, R., Heeren, T., Winter, M., & Wechsler, H. (2005). Magnitude of alcohol-related mortality and morbidity among US college students ages 18–24: Changes from 1998 to 2001. *Annual Review of Public Health*, 26, 259–279. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.26.021304.144652>
- Holte, A. J., & Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112, 106465. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>
- Huang C. (2022). A meta-analysis of the problematic social media use and mental health. *The International Journal of Social Psychiatry*, 68(1), 12–33. <https://doi.org/10.1177/0020764020978434>
- Jacobson, N. C., & Newman, M. G. (2017). Anxiety and depression as bidirectional risk factors for one another: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological bulletin*, 143(11), 1155–1200. <https://doi.org/10.1037/bul0000111>
- Johnston, K. L., & White, K. M. (2003). Binge-drinking: A test of the role of group norms in the theory of planned behaviour. *Psychology & Health*, 18(1), 63–77. <https://doi.org/10.1080/0887044021000037835>
- Johnston, L. D., Miech, R. A., O'Malley, P. M., Bachman, J. G., Schulenberg, J. E., & Patrick, M. E. (2018). *Monitoring the future national survey results on drug use, 1975–2017: Overview, key findings on adolescent drug use*. Institute for Social Research (University of Michigan). <https://eric.ed.gov/?id=ED589762>
- Joiner, T. E., Katz, J., & Lew, A. (1999). Harbingers of depressotypic reassurance seeking: Negative life events, increased anxiety, and decreased self-esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(5), 632–639. <https://doi.org/10.1177/0146167299025005008>
- Jones, L., & Bellis, M. A. (2013). *Updating England-specific alcohol-attributable fractions*. Centre for Public Health (Liverpool John Moores University). https://allcatsnrgov.uk/wp/download/public_health/alcohol/24892-ALCOHOL-FRACTIONS-REPORT-A4-singles-24.3.14.pdf
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(4), 183–189. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0061>
- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.11>
- Kardfelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351–354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kardfelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., Edman, J., Blaszczynski, A., Khazaal, Y., & Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours? *Addiction*, 112(10), 1709–1715. <https://doi.org/10.1111/add.13763>
- Kashdan, T. B., Mishra, A., Breen, W. E., & Froh, J. J. (2009). Gender differences in gratitude: Examining appraisals, narratives, the willingness to express emotions, and changes in psychological needs. *Journal of Personality*, 77(3), 691–730. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2009.00562.x>
- Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2001). Social ties and mental health. *Journal of Urban Health*, 78(3), 458–467. <https://doi.org/10.1093/jurban/78.3.458>
- 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), 7657. <https://doi.org/10.3390/ijerph19137657>
- Kimbrough, A. M., Guadagno, R. E., Muscanell, N. L., & Dill, J. (2013). Gender differences in mediated communication: Women connect more than do men. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 896–900. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.005>
- Kotov, R., Gamez, W., Schmidt, F., & Watson, D. (2010). Linking “big” personality traits to anxiety, depressive, and substance use disorders: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 136(5), 768–821. <https://doi.org/10.1037/a0020327>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., & Binder, J. F. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959–966. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.024>
- Kypri, K., Cronin, M., & Wright, C. S. (2005). Do university students drink more hazaradously than their non-student peers? *Addiction*, 100(5), 713–714. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2005.01116.x>
- Lemay, D. J., Doleck, T., & Bazelaiz, P. (2019). Self-determination, loneliness, fear of missing out, and academic performance. *Knowledge Management & E-Learning*, 11(4), 485–496. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2019.11.025>
- Li, Y., He, L., Zhuang, K., Wu, X., Sun, J., Wei, D., & Qiu, J. (2020). Linking personality types to depressive symptoms: A prospective typology based on neuroticism, extraversion and conscientiousness. *Neuropsychologia*, 136, Article 107289. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2019.107289>
- Llopiés, J. J., Gual, A., & Rodríguez-Martos, A. (2000). Registro del consumo de bebidas alcohólicas mediante la unidad de bebida estándar. Diferencias geográficas [Recording alcohol consumption using the standard drink. Geographical differences]. *Adicciones*, 12(1), 11–19. <https://doi.org/10.20882/adicciones.621>
- López-Núñez, C., Fernández-Artamendi, S., Fernández-Hermida, J. R., Campillo-Álvarez, A., & Secades-Villa, R. (2012). Spanish adaptation and validation of the Rutgers Alcohol Problems Index (RAPI). *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 12(2), 251–264.
- Luciana, M., Conklin, H. M., Hooper, C. J., & Yarger, R. S. (2005). The development of nonverbal working memory and executive control processes in adolescents. *Child Development*, 76, 697–712. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2005.00872.x>
- Lyvers, M., Karantonis, J., Edwards, M. S., & Thorberg, F. A. (2016). Traits associated with internet addiction in young adults: Potential risk factors. *Addictive Behaviors Reports*, 3, 56–60. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2016.04.001>
- Lyvers, M., Narayanan, S., & Thorberg, F. (2019). Disordered social media use and risky drinking in young adults: Differential associations with addiction-linked traits. *Australian Journal of Psychology*, 71, 223–231. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12236>
- Malouff, J. M., Thorsteinson, E. B., Rooke, S. E., & Schutte, N. S. (2007). Alcohol involvement and the Five-Factor model of personality: A meta-analysis. *Journal of Drug Education*, 37(3), 277–294. <https://doi.org/10.2190/DE.37.3.d>
- Marlatt, G. A. (1999). Alcohol, the magic elixir? In S. Peele y M. Grant (Eds.), *Alcohol and pleasure: a health perspective* (pp. 233–248). Brunner/Mazel.
- Martin-Albo, J., Núñez, J. L., Navarro, J. G., & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and validation in university students. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(2), 458–467. <https://doi.org/10.1017/s1138741600006727>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52(5), 509–516.

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

- <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.5.509>
- McKee, P. C., Budnick, C. J., Walters, K. S., & Antonios, I. (2022). College student fear of missing out (FoMO) and maladaptive behavior: Traditional statistical modeling and predictive analysis using machine learning. *PLoS one*, 17(10), e0274698. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274698>
- Meerkerk, G. J., Van Den Eijnden, R. J. J. M., Vermulst, A. A., & Garretsen, H. F. L. (2009). The Compulsive Internet Use Scale (CIUS): Some psychometric properties. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 1-6. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0181>
- Meier, J. V., Noel, J. A., & Kaspar, K. (2021). Alone together: Computer-mediated communication in leisure time during and after the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12, 666655. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.666655>
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FoMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725-737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Ministerio de Sanidad (2023). *Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España (EDADES) 1995-2022* [Survey on alcohol and other drugs in Spain (EDADES) 1995-2022]. Gobierno de España. https://psnd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2022_Informe_EDADES.pdf
- Müller, M., Sindermann, C., Rozgonjuk, D., & Montag, C. (2021). Mind-wandering mediates the associations between neuroticism and conscientiousness, and tendencies towards smartphone use disorder. *Frontiers in Psychology*, 12, 661541. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.661541>
- Muscianell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107-112. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.016>
- National Health Service (2018). *Alcohol misuse*. National Health Service. <https://www.nhs.uk/conditions/alcohol-misuse/>
- Ng, J. Y., Ntoumanis, N., Thøgersen-Ntoumani, C., Deci, E. L., Ryan, R. M., Duda, J. L., & Williams, G. C. (2012). Self-determination theory applied to health contexts: A Meta-Analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 7(4), 325-340. <https://doi.org/10.1177/1745691612447309>
- Oberst, U., Renau, V., Chamorro, A., & Carbonell, X. (2016). Gender stereotypes in Facebook profiles: Are women more female online? *Computers in Human Behavior*, 60, 559-564. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.085>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamorro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pitkänen, T., Kokko, K., Lyyra, A. L., & Pulkkinen, L. (2008). A developmental approach to alcohol drinking behaviour in adulthood: A follow-up study from age 8 to age 42. *Addiction*, 103(1), 48-68. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2008.02176.x>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & 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>
- Quagliari, A., Biondi, S., Roma, P., Varchetta, M., Frascetti, A., Burrai, J., Lausi, G., Marti-Vilar, M., González-Sala, F., Di Domenico, A., Gianini, A. M., & Mari, E. (2022). From emotional (dys)regulation to internet addiction: A mediation model of problematic social media use among Italian young adults. *Journal of Clinical Medicine*, 11(1), 188. <https://doi.org/10.3390/jcm11010188>
- Quested, E., Bosch, J. A., Burns, V. E., Cumming, J., Ntoumanis, N., & Duda, J. L. (2011). Basic psychological need satisfaction, stress-related appraisals, and dancers' cortisol and anxiety responses. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 33(6), 828-846. <https://doi.org/10.1123/jsep.33.6.828>
- R Core Team (2023). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. R Foundation for Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>
- Reagle, J. (2015). Following the Joneses: FOMO and conspicuous sociality. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6064>
- Reer, F., Tang, W.Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear missing out. *New Media and Society*, 21(7), 1486-1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Cody, L. M., Conner, T. S., & Scarf, D. (2021). The fear of missing out (FoMO) and event-specific drinking: The relationship between FoMO and alcohol use, harm, and breath alcohol concentration during orientation week. *Current Psychology*, 40, 3691-3701. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00318-6>
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T.S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2, 1-7. <https://doi.org/10.7243/2055-3447.2-9>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. 1986. *Concerning the Self*. Krieger.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Individual differences in fear of missing out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 110546. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110546>
- Ruiz, M. A., Pincus, A. L., & Schinka, J. A. (2008). Externalizing pathology and the five-factor model: A meta-analysis of personality traits associated with antisocial personality disorder, substance use disorder, and their co-occurrence. *Journal of Personality Disorders*, 22, 365-388. <https://doi.org/10.1521/pedi.2008.22.4.365>
- Saiphoo, A. N., Dahoah Halevi, L., & Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 153, Article 109639. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109639>
- Sanz, J. (2013). 50 años de los inventarios de depresión de Beck: Consejos para la utilización de la adaptación española del BDI-II en la práctica clínica [50 years of Beck's depression inventories: Suggestions for using the Spanish adaptation of the BDI-II in clinical practice]. *Papeles del Psicólogo*, 34(3), 161-168.
- Sanz, J. (2014). Recomendaciones para la utilización de la adaptación española del Inventario de Ansiedad de Beck (BAI) en la práctica clínica [Recommendations for the use of the Spanish adaptation of the Beck Anxiety Inventory (BAI) in clinical practice]. *Clínica y Salud*, 25(1), 39-48. [https://doi.org/10.1016/S1130-5274\(14\)70025-8](https://doi.org/10.1016/S1130-5274(14)70025-8)
- Scalzo, A. C., & Martínez, J. A. (2017). Not all anxiety is the same: How different "types" of anxiety uniquely associate with college students' drinking intentions. *Journal of College Student Development*, 58(6), 943-947. <https://doi.org/10.1037/cjsd.2017.0073>
- Schivinski, B., Brzozowska-Woś, M., Stansbury, E., Satel, J., Montag, C., & Pontes, H. M. (2020). Exploring the role of social media use motives, psychological well-being, self-esteem, and affect in problematic social media use. *Frontiers in Psychology*, 11, 617140. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.617140>
- Schreiber, F., Bohn, C., Aderka, I. M., Stangier, U., & Steil, R. (2012). Discrepancies between implicit and explicit self-esteem among adolescents with social anxiety disorder. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 43(4), 1074-1081. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2012.05.003>
- Servidio, R. (2023). Fear of missing out and self-esteem as mediators of the relationship between maximization and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 42, 232-242. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01341-8>
- Sheldon, P., Antony, M. G., & Sykes, B. (2021). Predictors of problematic social media use: Personality and life-position indicators. *Psychological Reports*, 124(3), 1110-1133. <https://doi.org/10.1177/0033294120934706>
- Shi, J., Li, W., Han, C., Han, J., & Pan, F. (2022). Mediating pathways of neuroticism and social anxiety in the relationship between childhood trauma and the fear of missing out among Chinese college students. *Frontiers in Psychiatry*, 13, 933281. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.933281>
- Sindermann, C., Haibo, Y., Liu, T., Elhai, J., & Montag, C. (2021). WeChat—its problematic use and relations with the Big Five personality traits and fear of missing out. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6, 397-405. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00179-y>
- Sireli, O., Dayi, A., & Colak, M. (2023). The mediating role of cognitive dis-

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

- tortions in the relationship between problematic social media use and self-esteem in youth. *Cognitive Processing*, 24(4), 575–584. <https://doi.org/10.1007/s10339-023-01155-z>
- Smith T. (2023). An exploratory analysis of the relationship of problematic Facebook use with loneliness and self-esteem: The mediating roles of extraversion and self-presentation. *Current psychology*, 42, 24410–24424. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03505-0>
- Spilková, J., Chomynová, P., & Csémy, L. (2017). Predictors of excessive use of social media and excessive online gaming in Czech teenagers. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 611–619. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.064>
- Spinella, M. (2007). Normative data and a short form of the Barratt impulsiveness scale. *International Journal of Neuroscience*, 117, 359–368. <https://doi.org/10.1080/00207450600588881>
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Swar, B., & Hameed, T. (2017). Fear of missing out, social media engagement, smartphone addiction and distraction: Moderating role of self-help mobile apps-based interventions in the youth. In E.L. van den Broek, A. Fred, H. Gamboa y M. Vaz (Eds.), *Proceedings of the 10th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies Volume 5: HEALTHINF (BIOSITEC 2017)* (pp. 139-146). SCITEPRESS – Science and Technology Publications. <https://doi.org/10.5220/0006166501390146>
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, H. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2015). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102-108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Tomaka, J., Morales-Monks, S., & Shamaely, A. G. (2013). Stress and coping mediate relationships between contingent and global self-esteem and alcohol-related problems among college drinkers. *Stress and Health*, 29(3), 205–213. <https://doi.org/10.1002/smi.2448>
- Van Rooij, A., Mheen, D., & Schoenmakers, T. (2017). Time to abandon Internet Addiction? Predicting problematic internet, game, and social media use from psychosocial well-being and application use. *Clinical Neuropsychiatry*, 14, 113–121.
- Wang, C. W., Ho, R. T., Chan, C. L., & Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32–35. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.10.039>
- Warner, L. A., White, H. R., & Johnson, V. (2007). Alcohol initiation experiences and family history of alcoholism as predictors of problem-drinking trajectories. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 68(1), 56–65. <https://doi.org/10.15288/jsad.2007.68.56>
- Wartberg, L., Potzel, K., Spindler, C., & Kammerl, R. (2023). The Big Five personality domains and their facets: Empirical relations to problematic use of video games, social media and alcohol. *Behavioral Sciences*, 13(6), 444. <https://doi.org/10.3390/bs13060444>
- We are social (2023). *Spain Digital 2023*. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
- White A. M. (2020). Gender differences in the epidemiology of alcohol use and related harms in the United States. *Alcohol Research: Current Reviews*, 40(2), 01. <https://doi.org/10.35946/arcr.v40.2.01>
- White, H. R., & Labouvie, E. W. (1989). Towards the assessment of adolescent problem drinking. *Journal of Studies on Alcohol*, 50, 30-37. <https://doi.org/10.15288/jsa.1989.50.30>
- Wood, D., Crapnell, T., Lau, L., Bennett, A., Lotstein, D., Ferris, M., & Kuo, A. (2017). Emerging adulthood as a critical stage in the life course. In N. Halfon (Eds.), *Handbook of Life Course Health Development*. (pp. 123–143). Springer.
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- World Health Organization [WHO]. (2018). *Global status report on alcohol and health 2018*. <https://iris.who.int/handle/10665/274603>
- Wortham, J. (2011, April 9). Feel like a wallflower? Maybe it's your Facebook wall. *The New York Times*. <http://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>
- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F., & Lei, L. (2018). Basic psychological needs satisfaction and fear of missing out: Friend support moderated the mediating effect of individual relative deprivation. *Psychiatry Research*, 268, 223–228. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.07.025>
- Yücel, M., Oldenhof, E., Ahmed, S. H., Belin, D., Billicux, J., Bowden-Jones, H., Carter, A., Chamberlain, S. R., Clark, L., Connor, J., Daglish, M., Dom, G., Dannon, P., Duka, T., Fernandez-Serrano, M. J., Field, M., Franken, I., Goldstein, R. Z., Gonzalez, R., Goudriaan, A. E., ... Verdejo-Garcia, A. (2019). A transdiagnostic dimensional approach towards a neuropsychological assessment for addiction: an international Delphi consensus study. *Addiction*, 114(6), 1095–1109. <https://doi.org/10.1111/add.14424>
- Zhang, S., Wu, Q., & Liu, R. (2023). The relationship between neuroticism and passive use of mobile social networks among Chinese young adults: The mediating role of fear of missing out and online social support. *Acta Psychologica*, 236, 103919. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103919>
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619-1634. <https://doi.org/10.1002/mar.21406>
- Zunig, D. (2017). *The effects of social media and self-esteem on the fear of missing out (FoMO) and delinquent behavior*. [Bachelor's thesis, University of Florida]. Florida Southern College. <http://hdl.handle.net/11416/326>

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado