

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
MÁSTER EN PSICOLOGÍA GENERAL
SANITARIA



VNiVERSiDAD
DSALAMANCA

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

ESTUDIO DE LA RELACIÓN DEL EFECTO FoMO
(FEAR OF MISSING OUT) Y LA INTELIGENCIA
EMOCIONAL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE
FoMO (FEAR OF MISSING OUT) EFFECT AND
EMOTIONAL INTELLIGENCE IN UNIVERSITY
STUDENTS

Trabajo Final de Máster

Autora: Elena Maté Casado

Tutora: Alba Aza Hernández

Febrero, 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA:

Declaro que:

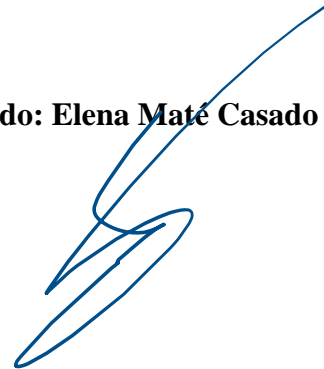
1) He redactado el trabajo de “Estudio de la relación del efecto FOMO (Fear of Missing Out) con la inteligencia emocional en estudiantes universitarios” para la asignatura de Trabajo de Fin de Máster en el curso académico 2023-2024 de forma autónoma, con la ayuda de las fuentes bibliográficas mencionadas en las referencias bibliográficas.

2) Se han identificado como tales todas las partes tomadas de las fuentes indicadas, textualmente o conforme a su sentido.

3) El trabajo realizado, así como el material incluido en los Anexos constituye una aportación personal y que no he copiado, reproducido ni utilizado programas ya existentes. En todos los casos se ha reconocido expresamente la autoría de instrumentos de evaluación o similares, publicados.

4) Soy consciente de que no respetar estos extremos es objeto de sanciones universitarias y/o de otro orden, incluyendo la calificación del TFM con un 0-Suspenso.

Fdo: Elena Maté Casado



AGRADECIMEINTOS

A mis padres, mi hermano y Sergio. Por ser siempre mi apoyo incondicional.

Agradezco a la tutora Alba su dedicación, compromiso y ayuda en todo momento para la realización del presente trabajo.

He de agradecer a todos los participantes de este estudio, sin ellos nunca habría sido posible.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El incremento del uso de internet y dispositivos electrónicos ha generado un gran progreso, pero, a su vez ha venido acompañado de numerosos inconvenientes para la salud mental. Entre estos encontramos el Fear of Missing Out (FoMO), que es como se conoce a la ansiedad generada ante la observación de experiencias gratificantes que tienen otras personas y de las cuales no formamos parte.

El objetivo perseguido en el presente trabajo es estudiar el nivel FoMO en estudiantes universitarios y la posible influencia de la inteligencia emocional y la personalidad, en su aparición y mantenimiento. Para ello, se realizó un estudio transversal, constituido por una muestra de 105 estudiantes universitarios (81.9% mujeres). En el formulario se utilizaron preguntas sociodemográficas, el cuestionario de FoMO de Wegmann y cols, (2017), el NEO-FFI-R Costa y McCrae (1989) y el Trait Meta-Mood Scale de Salovey y cols. (1998). Tras su difusión y la posterior recolección de información, se analizaron los datos a través del paquete estadístico Jamovi versión 2.3.28. Para alcanzar los objetivos, se realizaron análisis descriptivos, Pruebas t, ANOVA, análisis de correlación y regresión lineal. Para valorar el ajuste del modelo de la escala de FoMO se realizó un análisis factorial confirmatorio.

Los resultados obtenidos arrojan que los niveles de FoMO de los estudiantes universitarios, se encuentran en puntuaciones escasamente superiores a los encontrados en población española. Asimismo, se encontró que, ciertos factores pueden generar vulnerabilidad a presentar el síndrome, como son: un uso elevado de los dispositivos e internet, tener elevado neuroticismo y poseer una escasa inteligencia emocional.

La motivación de uso referente a nivel académico y laboral se observaba asociada a la extraversión y las tres dimensiones de inteligencia emocional. Estas consideraciones, deben ser investigadas con mayor profundidad, por su posible implicación como factor protector ante el FoMO.

Palabras clave: FoMO, inteligencia emocional, personalidad, redes sociales, smartphone, tecnología, internet.

ABSTRACT

The increased use of the internet and electronic devices has generated great progress, but it has also been accompanied by numerous mental health drawbacks. Among these we find Fear of Missing Out (FoMO), which is the anxiety generated by the observation of rewarding experiences that other people have and of which we are not a part.

The aim of the present study is to study the level of FoMO in university students and the possible influence of emotional intelligence and personality on its appearance and maintenance. For this purpose, a cross-sectional study was carried out, consisting of a sample of 105 university students (81.9% female). Sociodemographic questions, the FoMO questionnaire by Wegmann et al. (2017), the NEO-FFI-R Costa and McCrae (1989) and the Trait Meta-Mood Scale by Salovey et al. (1998) were used in the form. After dissemination and subsequent data collection, data were analysed using the statistical package Jamovi version 2.3.28. To achieve the objectives, descriptive analyses, t-tests, ANOVA, correlation analysis and linear regression were performed. To assess the fit of the FoMO scale model, a confirmatory factor analysis was performed.

The results obtained show that the levels of FoMO of university students are at scores scarcely higher than those found in the Spanish population. It was also found that certain factors can generate vulnerability to present the syndrome, such as: high use of devices and internet, having high neuroticism and possessing a high level of neuroticism. and having low emotional intelligence.

Motivation for academic and work-related use was found to be associated with extraversion and the three dimensions of emotional intelligence. These considerations should be further investigated for their possible implication as a protective factor against FoMO.

Keywords: FoMO, emotional intelligence, personality, social networks, smartphone, technology, internet.

Índice de contenidos

1. Introducción	7
1.1. Contextualización.....	7
1.2. La Inteligencia Emocional	9
1.3. Rasgos de personalidad, redes sociales y FoMO	10
1.4. Secuelas del efecto FoMO y el abuso de consumo de RRSS en la población	11
1.5. Justificación del trabajo.....	11
1.6. Objetivos	13
2. Método	14
3. Resultados y discusión	21
3.1. Resultados	21
3.2. Discusión.....	27
4. Conclusiones y prospectiva	30
5. Referencias bibliográficas	33
6. Anexos	37
Anexo I.....	37
Anexo II.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descriptivos de los datos de los participantes	21
Tabla 2. Análisis de correlación parcial de Pearson de las escalas FOMO y las tres dimensiones del Test de Inteligencia Emocional.....	22
Tabla 3. Puntuaciones de los datos descriptivos del uso de dispositivos y el nivel de FoMO	23
Tabla 4. Análisis de correlación de Pearson de las escalas FOMO y las cinco dimensiones del Test de Personalidad NEO-FFI-R Costa y McCrae, (1989).	25
Tabla 5. Análisis factorial Confirmatorio de la escala FoMO Carga de los factores.	26

1. Introducción

1.1. Contextualización

A lo largo de los últimos años, se ha advertido un incremento en la utilización de dispositivos electrónicos, especialmente, de teléfonos móviles inteligentes. Dichos avances tecnológicos, han posibilitado que, cada vez permanezcamos un mayor tiempo conectados a internet (Soriano, 2022). En 2022, el Instituto Nacional de Estadística (INE), llevó a cabo un estudio en el que se determinó que, un 94,5% de personas, cuyas edades se encontraban comprendidas entre los 16 a 74 años, había hecho uso de Internet en los 3 últimos meses. En esta línea, se aprecia un incremento de la población adolescente y joven que poseen dispositivos inteligentes, pasando de un 85,7% a los 13 años, a un 96,3% a los 15 años, hasta un 93,2% de 16 a 24 años. Constituyendo esta última franja de edad, aquella que más uso hace de las redes sociales (RRSS) e internet (un 99,7% son hombres y un 99,8% mujeres) (INE, 2022).

Son numerosas las ventajas y oportunidades que se revelan de la utilización de RRSS y las tecnologías de la información y comunicación (TICs), en particular, de los smartphones. Entre dichos beneficios, destaca una innovadora forma de comunicación inmediata y veloz, con cualquier individuo y localización, el acceso a internet y el entretenimiento concedido a los usuarios. No obstante, un uso inadecuado y escasamente ajustado, puede acarrear inconvenientes, como, por ejemplo, la adicción a internet y a los teléfonos móviles, grooming (acoso y abuso sexual en línea, que realiza un adulto hacia un menor), pérdida de contacto interpersonal cara a cara, emocionalidad negativa, aumento de los niveles de estrés y modificaciones en los patrones de sueño (Soriano, 2022).

Este escenario tecnológico ha supuesto un constante desafío para la salud, especialmente para la salud mental. En este sentido, en 2013, con la publicación de Przybylski y cols., tomó importancia una novedosa terminología: Fear of Missing Out (FoMO) o “*miedo a perderse acontecimientos*” en castellano. El FoMO, se manifiesta a través de sentimientos de aprehensión y angustia, los cuales se generan cuando la persona observa a otras, realizando actividades placenteras y gratificantes, de las cuales él, no está formando parte. Otros investigadores,

consideran el FoMO, como una práctica amplificadora de la adicción a Internet (Baker y cols., 2016), en la cual, la persona siente la urgencia de hallarse activo en las RRSS e internet, con el principal objetivo de contemplar lo que se encuentran realizando otras personas. Sin embargo, el síndrome FoMO puede vincularse a las redes sociales, pero no en exclusividad (Soriano, 2022).

La etiología del FoMO, podría circunscribirse a la disminución o falta de relaciones interpersonales de carácter presencial. En esta dirección, estudios como el de Ferreira y cols., (2021), contemplaron que existía una relación entre el origen de un inadecuado uso de redes sociales, internet y teléfonos móviles, y un deficitario ajuste emocional con niveles ansiógenos elevados.

Ante la incógnita de por qué puede surgir el síndrome FoMO, se debe tener en consideración la Teoría de la Autodeterminación de Deci & Ryan (1985). Esta teoría de la motivación humana establece que, el bienestar psicológico y la autorregulación dependen de lograr la satisfacción de 3 necesidades básicas: autonomía, competencia y relación. Esta motivación, según diferencias individuales, puede ser extrínseca (i.e., presión por parte de otros) o intrínseca (i.e., satisfacción por desarrollar habilidades). A través de este marco teórico, el fenómeno FoMO puede entenderse como un tipo de “limbo autorregulatorio”, resultante de una falta de satisfacción, de las necesidades básicas, y la posición en el continuo de motivación-amotivación en el que se halle la persona. En base a esta teoría, cuando una persona posee motivación intrínseca para obtener una recompensa, y se siente socialmente conectado con los demás, se promueve un estado emocional más adecuado. Por lo que se ha propuesto que este síndrome, originaría un estado emocional negativo, resultante de necesidades relacionales insatisfechas (García-Morales, 2022).

Kardefelt y cols., 2014 (citado en Akbari, y cols., 2021), proponen en esta misma línea, el modelo del uso compensatorio de internet. Éste, indica que, internet se utilizaría como sustituto, ante necesidades que, en ese instante, no pueden ser resueltas o no están disponibles. Sostendría por tanto que, si se precisa estimulación social, el uso de aplicaciones sociales, podría compensar dicha carencia. No obstante, si bien inicialmente mitigaría los sentimientos negativos, el uso de RRSS perpetuado, podría originar y mantener un estado de ánimo negativo.

1.2. La Inteligencia Emocional

En 1920, el psicólogo y pedagogo estadounidense Thorndike introdujo el concepto de Inteligencia Social. La definió como, la habilidad para entender y motivar a los demás. Posteriormente, Gardner en 1983, tras formular su teoría acerca de las inteligencias múltiples, introdujo el término de “inteligencia interpersonal,” entendida como la capacidad relacionada con la interacción que establecemos con los demás (como la capacidad de comunicación con otras personas, empatía, comprensión...) y el de “inteligencia intrapersonal”, entendida como el conocimiento sobre uno mismo. Se constituían así, los cimientos que generar un adecuado contexto, permitiendo que Salovey y Mayer (1990), acuñaran el término “inteligencia emocional” (IE) años más tarde. La IE se ha conceptualizado como la habilidad que concede el manejo de la esfera emocional privada y la de otras personas, pudiendo diferenciarlas y regularlas; usar esa información en favor de guiar las cogniciones y comportamientos o, ante la resolución de situaciones problemáticas; promover el desarrollo intelectual y emocional (García-Morales., 2022), etc. En esta misma década, Goleman publicó su teoría sobre la IE, distinguiendo dos dimensiones: la competencia personal y la competencia social. La primera está definida por tres habilidades sociales: la autoconciencia, la automotivación y la autorregulación emocional. La competencia social en cambio se vincularía a las habilidades sociales y la empatía (García-Morales., 2022).

En la actualidad, la IE, se ha configurado como una temática científica de interés, principalmente en la población universitaria (Sánchez-Bolívar y cols., 2023). En investigaciones recientes, se ha observado que la IE, influye de forma sustancial como recurso personal asociado a estados de salud adecuados, mejores rendimientos académicos, profesionales y en el desempeño de tareas. Asimismo, se ha comprobado que, a mayor nivel de IE, se manifiesta una mayor satisfacción vital, bienestar personal, resiliencia y calidad de vida percibida (García-Morales,2022).

No obstante, la preferencia por la comunicación vía internet aumenta el riesgo, principalmente en jóvenes, de padecer déficits en la madurez emocional, principalmente en la IE. En las redes sociales, con la ausencia del contacto humano, se generan interacciones definidas por la escasez empática, la desconexión moral y

la deshumanización, perpetuando así, los déficits en la esfera emocional (García-Morales, 2022).

1.3. Rasgos de personalidad, redes sociales y FoMO

Los rasgos de personalidad han sido definidos como patrones duraderos capaces de diferenciar a los individuos, y mantener influencias en situaciones vitales fundamentadas en la esfera cognitiva, conductual y emocional (Bleidorn, y cols., 2019). Durante las últimas décadas, los investigadores de la personalidad han tomado como modelo de referencia, uno de los más aceptados y a los que se ha mostrado una mayor atención en la literatura científica, el modelo de Los 5 Grandes o Big Five. Este modelo se desarrolló gracias a estudiosos como Cattell, Christal, Costa, Goldberg, McCrae y Tupes. Los 5 rasgos que conforman el modelo son conceptualizados como: Amabilidad (factor A), Apertura a la experiencia (factor O), Extraversión (factor E), Neuroticismo (factor N) y Responsabilidad (factor C) (Gong y cols., 2023).

En estudios como el de Malo-Cerrato y cols., (2018), se observó que, rasgos neuróticos e impulsivos, se presentan en mayor grado en los sujetos que hacían un uso más intensivo de internet y RRSS. Sus principales motivaciones de uso eran experimentar la pertenencia a un grupo y satisfacer la necesidad de seguridad, premisa que contempla la Teoría de la Autodeterminación (García-Morales, 2022). En esta línea, en el estudio de Serrano (2020), se hizo patente, la correlación positiva entre rasgos narcisistas de la personalidad y FoMO. Ya que los participantes con mayor nivel de FoMO, mostraban comportamientos de autopromoción en RRSS para recibir validación externa de otros usuarios.

Desde la perspectiva de la personalidad, el FoMO podría considerarse un patrón o rasgo estable, por el que la persona tendría una predisposición de base a percibir las situaciones de forma amenazante, un estado permanente de alerta y disforia, generando vulnerabilidad para rasgos psicopatológicos como la ansiedad o depresión (Akbari, y cols., 2021).

1.4. Secuelas del efecto FoMO y el abuso de consumo de RRSS en la población

Investigaciones recientes, han sugerido que el FoMO puede estar vinculado a otros fenómenos de carácter negativo (p.ej., acoso en redes sociales). Los cuales surgen en los medios sociales y atentan contra la estabilidad y salud del individuo (Jabeen y col., 2023). En esta línea, investigaciones como la de Reer y cols., (2019) y Tandon y cols., (2020, 2022) (mencionados en Jabeen y cols., 2023) asocian el FoMO a comportamiento disruptivos, como la adicción a las RRSS, el phubbing (i.e., acto de ignorar a otra persona que está presente, por seguir conectado) y la tendencia a compararse con otros.

Al padecer FoMO, las personas llegan a experimentar modificaciones en otros ámbitos como los proyectos académicos, calidad del sueño o la consecución de tareas (Jabeen y cols., 2023). Estos resultados negativos, han conllevado que, en los últimos años, haya aumentado el interés de su estudio en el ámbito educativo. Esto se debe a que la salud de los estudiantes se ve perjudicada, tanto a nivel mental (p.ej., sintomatología depresiva y, ansiosa, consumo de alcohol, soledad y baja autoestima) como físico (p.ej., dolor de cabeza, tendinitis, hiperactivación del sistema nervioso, etc.) (Soriano, 2022), así como déficits relacionales. Inclusive, Akbari, y cols. (2021) constataron que, el uso excesivo de internet puede producir cambios anatómicos y neuroquímicos, como la disminución de componentes encefálicos y modificaciones en el circuito dopaminérgico de la recompensa.

1.5. Justificación del trabajo

En los últimos años, el manejo de smartphones, RSSS y TICs, ha supuesto una interrupción drástica en la vida contemporánea. El teléfono inteligente, constituye el dispositivo más utilizado por los españoles (el 94,6%) (INE, 2020), incumbidos por sus grandes ventajas. Principalmente, son los individuos más jóvenes los que hacen un mayor uso de este (93,2% de personas con edades de 16 a 24 años). Sin embargo, son numerosos los riesgos que puede acarrear un uso inadecuado, como es la manifestación del efecto FoMO, un síndrome que se encuentra asociado a la sintomatología ansiosa (Soriano, 2022). La relevancia del estudio del FoMO en estudiantes, se refuerza ya que, en estudios previos, como Pêgo y cols., (2021) y Souza, (2021), se ha observado una prevalencia del 59,2 y

62,7% respectivamente, en población estudiantil. Así como que la emocionalidad vinculada al efecto FoMO influye de forma negativa en la toma de decisiones, actividades de la vida cotidiana, productividad individual e interacción interpersonal.

Las habilidades emocionales, poseen un rol importante ante el manejo de la ansiedad que se produce debido al actual contexto tecnológico (Miranda & Pacheco, 2020). Por tanto, la IE, constituye una variable fundamental en el empleo adecuado de los dispositivos electrónicos y las aplicaciones sociales, pudiendo determinar el rendimiento, y el éxito o fracaso del nivel educativo universitario (Sánchez-Bolívar y cols., 2023). Por lo que su estudio en los sujetos que más uso realizan del universo tecnológico y las RRSS (los jóvenes y estudiantes), es de vital importancia para la comprensión de posibles consecuencias que puede acarrear un uso inadecuado de las mismas, como el síndrome FoMO, pudiendo producir problemas de ansiedad, depresión, deficitario rendimiento académico, entre otros. (Soriano, 2022).

Jabeen y cols., (2023) entrevén la escasez de investigaciones acerca de rasgos de personalidad, y su vinculación con estrategias adoptadas en las redes sociales que se traducen en el incremento del FoMO. Por lo que esta investigación, podría aportar información novedosa, sobre antecedentes y factores preventivos relacionados con el síndrome, puesto que, se examinan además de la presencia del FoMO, rasgos de personalidad y el nivel de IE que presentan los estudiantes universitarios. Estas cuestiones podrían jugar un papel importante en la predisposición de los participantes a la vulnerabilidad a sufrir dicho efecto y su rol en programas de carácter preventivo.

En resumen, debido a este contexto social junto a la escasez de investigaciones (Jabeen y cols., 2023), se busca examinar, el posible papel predictivo, de los déficits a nivel emocional y psicológicos (como rasgos de la personalidad), como posibles precursores de problemáticas y vulnerabilidades de carácter tecnológico, específicamente del síndrome FoMO, en la población estudiantil universitaria.

1.6. Objetivos

El objetivo general del presente trabajo es, estudiar la manifestación del síndrome FoMO en estudiantes universitarios. La hipótesis planteada es que, los estudiantes universitarios poseen un nivel más elevado de FoMO en comparación con la población general.

A continuación, se exponen los objetivos específicos perseguidos con el presente estudio:

- El primer objetivo específico es, investigar la relación entre la presencia de FoMO y el nivel de IE en estudiantes universitarios, en relación con la población general. La hipótesis planteada es que ante un mayor nivel de FoMO se dispondrá de una menor IE.
- El segundo objetivo, es observar si el nivel de FoMO varía en relación con variables sociodemográficas en estudiantes universitarios.

Las hipótesis planteadas se exponen a continuación:

1°. No existen diferencias significativas en los niveles de FoMO presentados por los estudiantes universitarios, en relación con el género.

2°. Existen diferencias significativas relacionadas con el número de horas empleado en los medios tecnológicos y, el nivel de FoMO que posee el sujeto.

3°. El mayor motivo de uso de Redes Sociales e internet en estudiantes universitarios, es el entretenimiento.

- El tercer objetivo perseguido se centra en, explorar los rasgos de personalidad, que puedan configurar factores predisponentes a padecer el efecto FoMO en universitarios. La hipótesis planteada, es que, ante la presencia de rasgos de personalidad de tipo neurótico, predisponen a presentar mayor puntuación en la escala FoMO.

2. Método

2.1 Participantes

La población a la que se dirigió la investigación fue a participantes estudiantes que estuvieran actualmente cursando estudios universitarios (i.e., grado, doble grado y postgrado). La muestra final estuvo constituida por un total de 105 participantes. De los cuales, un total de 18 se adscribían al género masculino, 86 al femenino (81,9%) y una a un género no binario (se reasignó como varón por su sexo biológico a efecto de algunos análisis estadísticos). Por lo que la muestra total masculina fue de 19 personas (18,1%).

Las edades de las personas que conformaron la muestra estaban comprendidas entre los 17 y 51 años ($M = 22.7$, $DT = 4.4$). El 51,4 % de los participantes estaban solteros. Los principales estudios universitarios representados fueron los relativos a ciencias de la salud (60%). Los participantes procedían de un total de 13 Comunidades Autónomas españolas y 4 países. El 15,2 % de los participantes (12,4 % femenino y 2,9% masculino) había sido diagnosticado previamente de un trastorno de salud mental, siendo el más predominante el Trastorno de Ansiedad (50 %).

2.2 Materiales

Se elaboró un cuestionario en Google Forms (ver Anexo 1) compuesto por un cuestionario de datos sociodemográfico donde se incluían ítems en relación con la edad, género, lugar de nacimiento, estado civil actual, nivel educativo alcanzado, estudio universitario cursado actualmente, situación laboral actual, exploración psicopatología; preguntas relativas al uso de redes sociales y de internet; un cuestionario sobre FoMO vinculado al ámbito tecnológico; un cuestionario de inteligencia emocional y un cuestionario de rasgos de personalidad.

Los test utilizados en el estudio se detallan a continuación:

Escala FoMO de Przybylski y cols., 2013, adaptada por Wegmann y cols., 2017.

Se evaluó el nivel de FoMO a través de la adaptación de la escala original de Przybylski y cols., 2013, del grupo de investigación de Wegmann y cols. (2017).

Tras el proceso de validación de la escala llegaron a la conclusión de que eran 12 los ítems que concedían la medida adecuada de FoMO. Exponen que el FoMO puede plantearse como una tendencia estable del individuo, *trait-FoMO* (offline) y como un estado transitorio ante una situación específica, el *state-FoMO* (online). Por lo que, en el presente estudio, solo se tuvieron en cuenta esos ítems, los enunciados de la escala original fueron el 1,2,3,4,8 y 9 (1. “*Temo que otros tengan experiencias más gratificantes que yo*”; 2. “*Me temo que mis amigos tienen experiencias más gratificantes que yo*”; 3. “*Me preocupo cuando descubro que mis amigos se divierten sin mí*”; 4. “*Me pongo ansioso cuando no sé qué hacen mis amigos*”; 8. “*Cuando me lo paso bien, es importante para mí compartir los detalles en línea (p.ej., actualizar el estado*” y 9. “*Cuando me pierdo una reunión planificada, me molesta*”). Los ítems añadidos por Wegmann y cols., (2017) fueron el 10,11,12,13,14 y 15 (10. “*Cuando me voy de vacaciones, sigo atento a lo que hacen mis amigos*”; 11. “*Estoy continuamente en línea para no perderme nada*”; 12. “*Es importante que pueda opinar sobre los últimos temas en mis redes sociales en línea (vídeos, imágenes, posts, etc.)*”; 13. “*Temo no estar al día en mis redes sociales*”; 14. “*Consulto continuamente mi móvil para no perderme nada*”; 15. “*Es importante que entienda la jerga de Internet que utilizan mis amigos*”).

Wegmann y cols. (2017) con la realización de un análisis factorial confirmatorio (CFA) demostraron la existencia de una estructura bifactorial de los ítems. La prueba arrojó los siguientes resultados: RMSEA = 0.084; CFI = 0.921, TLI = 0.902, SRMR = 0.0765. Datos aceptables, según los criterios de Hu and Bentler (1999). La fiabilidad obtenida fue $\alpha = 0.82$ para FoMO rasgo (offline); y $\alpha = 0.81$ para FoMO estado (online).

Trait Meta-Mood Scale (T.M.M.S.): Salovey, Mayer, Goldman, Turvey y Palfai, 1995.

Esta prueba, constituye una medida auto percibida, ampliamente utilizada en psicología. Está adaptada al castellano por Fernández-Berrocal y cols., (2004) y arroja una fiabilidad entre 0.86 y 0.90 (alfa de Cronbach). Otros estudios, hallaron datos de fiabilidad similares, en población universitaria hispanohablante utilizando la adaptación anteriormente mencionada (González y cols., 2020; Zúñiga y cols., 2019). La prueba, permite evaluar el potencial emocional, así como habilidades y

aptitudes vinculadas a la esfera emocional. Consta de 48 ítems en su versión original, pero en el presente estudio se utilizó la adaptación española abreviada a 24 ítems (Fernández-Berrocal y cols., 2004) (i.e., “A menudo pienso en mis sentimientos”), con un sistema de respuesta tipo Likert de 0 a 5, siendo: 1- totalmente en desacuerdo, 2- en desacuerdo, 3- ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4- de acuerdo y 5- totalmente de acuerdo. Para obtener los resultados corregidos, se deben sumar las puntuaciones de los ítems del 1 al 8, relativos al factor Atención de los sentimientos, (esto es, la creencia que tienen las personas sobre la focalización que realizan a la esfera emocional). Los ítems comprendidos entre 9 y 16, constituyen el factor Claridad emocional. Este factor, hace referencia a la percepción subjetiva de las emociones. Y, por último, del ítem 17 al 24 para obtener la puntuación del factor Reparación, que sería la creencia acerca de la capacidad de regular estados emocionales de carácter negativo y potenciar aquellos considerados positivos. Tras este procedimiento, se debe comprobar los puntos de corte de corrección para los diferentes géneros (Fernández-Berrocal y cols., 2004).

Inventario NEO reducido de los cinco factores revisado (NEO-FFI-R), Costa y McCrae, 1989.

Esta prueba de autoinforme evalúa en 60 ítems, 12 ítems por cada factor, los 5 factores de la personalidad (i.e., Responsabilidad, Neuroticismo, Apertura, Extraversión y Amabilidad). Los autores de la prueba original son Costa y McCrae (1989); sin embargo, la adaptación española pertenece a Cordero y cols. (2008). Esta versión del cuestionario ha obtenido en muestras españolas, índices de fiabilidad entre 0.70 y 0.81. En este sentido, se ha comprobado que existe una adecuada validez y fiabilidad de la prueba, en población universitaria hispanohablante (Ramos, 2022).

Para la adecuada corrección, se requiere recodificar los ítems especificados en el manual de instrucción. Posteriormente, se realiza la suma de las puntuaciones de cada dimensión, con el objetivo de obtener una puntuación total. Al final, se obtiene valor porcentual correspondiente a cada puntuación, el cual se compara con los criterios establecidos dependiendo el sexo del participante (según el percentil y la puntuación T).

2.3 Procedimiento

Con la meta de lograr los objetivos anteriormente descritos en este documento, en primer lugar, se construyó el cuestionario en Google Forms. A continuación, se facilitó el enlace a una muestra de estudiantes de diferentes universidades españolas a través de redes sociales, email y docentes universitarios. Con dicha encuesta, se pretende realizar un estudio transversal, en una cobertura de población muestral y con un objetivo analítico y descriptivo.

El cuestionario se aplicó a través de la modalidad online, en la plataforma Google Forms, requiriéndose un tiempo medio de 20 minutos para completarlo. De esta forma, se obtuvo una muestra de la población estudiantil a través de un muestreo no probabilístico incidental de voluntarios y a través del efecto bola de nieve, porque se animaba a que compartieran el enlace con otros estudiantes. Con anterioridad al inicio de la prueba, se describe brevemente el propósito y las condiciones del estudio. Así mismo, se remarcaban los criterios éticos que se seguirían para el tratamiento de datos, de forma que esta información sería únicamente utilizada con fines académicos y de investigación, permaneciendo el anonimato de la persona de acuerdo con el cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Tras ello, aparecía una afirmación sobre el consentimiento informado. Los cuestionarios seguían el orden siguiente: 1) datos sociodemográficos y preguntas acerca de la utilización de internet, 2) RRSS y TICs, 3) cuestionario FoMO adaptada por Wegmann y cols., 2017, 4) test Trait Meta-Mood Scale de Salovey y cols., 1995 y 5) la versión española del inventario NEO-FFI-R de Costa y McCrae, (1989).

Los criterios de inclusión que se marcaron para poder participar en el estudio fueron: aceptar el consentimiento informado y estar cursando estudios universitarios, con el objetivo añadido de obtener una muestra de personas jóvenes. En la primera fase, se comprobaron dichos criterios.

El criterio de exclusión que se fijó fue la eliminación de participantes que, en la actualidad, no estuviesen cursando estudios universitarios. Con ello se procedió a la eliminación de 10 participantes. Tras dicho procedimiento, se procedió a realizar la recolección de las respuestas de un total de 105 estudiantes universitarios, que sí

cumplieron los criterios establecidos para la participación en la investigación. Los datos se trasladaron a un Excel previamente a exportarlos a Jamovi versión 2.3.28 (The jamovi Project., 2023), programa estadístico con el que se analizaron los datos que se reflejan en el presente estudio.

Posteriormente, se realizaron los análisis estadísticos (recogidos en el siguiente apartado). Asimismo, antes de proceder a los análisis estadísticos se recodificó la información relativa a los motivos de uso de las RRSS. Para ello, se procedió a determinar las palabras claves relativas a las razones de uso. Estas mismas en un segundo paso, se compararon con las principales motivaciones expuestas en otros estudios como García-Ruiz y cols. (2018) y en Fernández de la Iglesia y cols. (2020). Se realizó una clasificación de cinco categorías globales, las cuales fueron: Desconexión, Información-Actualización, Entretenimiento, Comunicación y Nivel laboral-académico.

2.4 Análisis estadísticos

Los análisis estadísticos se realizaron a través del programa estadístico Jamovi versión 2.3.28 (The jamovi Project., 2023). Tras la recolección de los datos, se realizó un estudio descriptivo (media, mediana, desviación típica, rango, asimetría y curtosis) para establecer las características de la muestra definitiva.

En una segunda fase, se calculó los datos descriptivos del nivel de FoMO de la muestra. Se fijó el nivel de significación estadística en $p < 0.05$ para todas las pruebas. Posteriormente se llevó a cabo un análisis de diferencia de medias a través de la prueba t de Student para muestras independientes, con el objetivo de explorar si existían diferencias en el nivel de FoMO presentado en los estudiantes universitarios, en relación con la variable género. Este mismo análisis se realizó para comprobar si existían diferencias significativas en las diferentes dimensiones de IE (atención, claridad y reparación emocional) y rasgos de personalidad (neuroticismo, amabilidad, responsabilidad, extraversión y apertura) entre hombres y mujeres.

Para comprobar la influencia del nivel de estudios, el tipo de rama educativa y las horas de uso de dispositivos electrónicos sobre el nivel de FoMO, se llevaron

a cabo análisis ANOVA de 1 factor. En el estudio del uso de dispositivos se configuró como variable independiente (VI), y el nivel de FoMO como variable dependiente (VD). Los niveles de la VI fueron las horas de uso de medios con 4 niveles, “menos de 1 h, de 1 a 3 h, de 3 a 5 h y más de 5 h”. Se realizaron tres análisis ANOVA, para cada puntuación de FoMO (total, factor 1 y factor 2).

A continuación, se analizó la información relativa a los motivos de uso de las RRSS. Tras este paso, se realizó un análisis de frecuencias para obtener los datos referentes a los motivos de uso en los distintos géneros. Asimismo, se realizó un análisis ANOVA de 1 factor, entre los motivos de uso y las puntuaciones de FoMO. Y a continuación, se realizó una división de los grupos de edad en 3 categorías: el primer grupo de 17 a 22 años; el segundo de 23 a 27 años y el tercero de 28 a 51 años. Posteriormente se realizó un ANOVA de 1 factor entre los grupos de edad y las puntuaciones de FoMO.

Seguidamente, se analizaron los datos descriptivos vinculados a la media y desviación típica del nivel de FoMO, en función de la rama educativa a la que pertenecían los estudios que estaban cursando actualmente. Para la conformación de los grupos, se tomó como base, la rama de estudio (ciencias puras, ciencias de la salud, ciencias sociales, ingeniería y arquitectura y artes y humanidades) independientemente si pertenecían a un estudio de grado o postgrado. Posteriormente se llevó a cabo un análisis ANOVA de 1 factor. Los intergrupos estuvieron constituidos por las ramas educativas mencionadas con anterioridad.

Con el objetivo de estudiar la posible relación entre el nivel de FoMO (Puntuación Total, Factor 1 (offline) y Factor 2 (online) de FoMO) y los resultados en inteligencia emocional (atención, claridad y reparación emocional). Al ser todas variables cuantitativas, se realizó un análisis de correlación lineal parcial de Pearson (una correlación de 0 a 0.10 es nula, de 0.10 a 0.29 débil, de 0.30 a 0.49 moderada y de 0.50 a 1.00 fuerte). Este mismo análisis se llevó a cabo para examinar la relación entre el nivel de FoMO y los rasgos de personalidad del NEO-FFI-R.

Se realizaron análisis de regresión lineal múltiple, introduciendo como variables independientes aquellas que salieron significativas en las pruebas anteriores (i.e., Neuroticismo y Edad) y las puntuaciones de FoMO (Total, Factor 1 (offline), Factor 2(online)), para estudiar su impacto predictivo sobre las

puntuaciones de FoMO. Se mantuvieron las variables predictoras con $p < .10$. Se llevo a cabo la comprobación del cumplimiento de los supuestos (homocedasticidad, independencia, normalidad y no multicolinealidad). Los valores del coeficiente de determinación (R^2) más cercanos a 1, indican un mejor ajuste del modelo. Según la guía de Cohen (1988), podemos interpretar estos valores de R^2 como .02= pequeño; .13= mediano; .26= grande.

Para comprobar la estructura factorial del cuestionario de FoMO (i.e., dos factores, trait- FoMO y state-FoMO) se llevó a cabo un AFC. De igual manera, se estudió el peso de cada ítem en relación con los factores y el cuestionario. Para su posterior interpretación, se utilizaron las indicaciones aportadas por Hu and Bentler (1999) y Wegmann y cols. (2017). El ajuste del modelo se evaluó utilizando χ^2 , el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y el residuo cuadrático medio estandarizado (SRMR) (datos menores o iguales a 0.06 indican un ajuste adecuado del modelo), el Índice de Ajuste Comparativo (CFI) y los valores del Índice de Tucker-Lewis (TLI) (valores superiores o iguales a 0.90/95 sugieren que el ajuste del modelo es adecuado a excelente) (Hu y Bentler, 1999).

Como ya se ha mencionado, se estableció un valor de significación estadística de $p < 0.05$ para todos los análisis realizados en el presente trabajo. Los valores del tamaño del efecto (eta cuadrada) se fijaron de la siguiente manera: .01 (bajo), .06 (medio), .14 o superior (alto). Para el tamaño del efecto medido por la d de Cohen se designaron los siguientes valores: 0.2 (pequeño), 0.5 (medio); 0.8 (grande) (Cohen, 2013).

3. Resultados y discusión

3.1. Resultados

La muestra final se compuso de 105 participantes, formada mayoritariamente por mujeres. El dispositivo electrónico utilizado con mayor frecuencia fue el smartphone (99%) seguido de la Tablet o iPad (1%). La red social o canal más utilizado es WhatsApp, ya que es la única aplicación que poseen la muestra completa de los encuestados. Las personas más jóvenes, son aquellas que más uso realizan de los dispositivos electrónicos (i.e., de 5 horas al día) (M= 21.2, DT= 1.7), y las personas con mayor edad, aquellas que hacen un uso más moderado (i.e., menos de 1 hora al día) (M= 28.3, DT= 11.2). El 74,2% de los participantes se consideran usuarios pasivos, es decir, consumen contenido que aportan otras personas, y el tiempo medio de uso de dispositivos fue de 3 a 5 horas diarias (47,6 %), el 33,3% lo utilizan de 1 a 2 horas, y el 6,7 % más de 3 horas diarias. Se observó que el mayor motivo de uso presentado en mujeres fue el entretenimiento (36,2%), mientras que en los varones fue encontrarse informado y actualizado (9,5%).

Objetivo General: Estudio Del Nivel De FoMO En Estudiantes Universitarios

Se obtuvo una Puntuación total de FoMO de media de 26.3 y, DT= 7.25; Factor-offline (M=12.5, DT = 4.10); Factor-online (M=13.8, DT = 4.73). Los estudiantes de ciencias puras son los que obtuvieron un mayor nivel de FoMO (M=30.7, DT=3.79) frente a los de la rama de la salud. Se efectuó un análisis ANOVA de 1 factor, no hallándose diferencias estadísticamente significativas (ver Anexo 2).

Tabla 1. *Descriptivos de los datos de los participantes*

	N	Porcentaje Total	Estado civil (porcentaje total)		Diagnóstico de trastorno mental (porcentaje total)		Actividad en redes (porcentaje total)	
Hombres	19	18.1%	En pareja	6.7%	Si	2.9%	Activo	2.9 %
			Solteros	11.4%	No	15.4%	Pasivo	15.2%
Mujeres	86	81.9%	En pareja	41.9%	Si	12.4%	Activo	22.9%
			Solteros	40.0 %	No	69.5%	Pasivo	59.9 %

Primer Objetivo Específico: Estudio De La Relación Entre FoMO Y La Inteligencia Emocional

Se investigó la relación existente entre el nivel de FoMO y los resultados en IE a través de la correlación de Pearson (Tabla 2). El coeficiente de correlación se desvió significativamente de cero (existe una correlación lineal) en las dimensiones de Reparación emocional con las diferentes puntuaciones de FoMO y en Claridad emocional con la Puntuación Total y el Factor online de FoMO. Las correlaciones son negativas (es decir, ante el aumento de FoMO, se produce una disminución de la Reparación y Claridad emocional, respectivamente), excepto en el caso del Factor offline- atención emocional.

Tabla 2. *Análisis de correlación parcial de Pearson de las escalas FOMO y las tres dimensiones del Test de Inteligencia Emocional*

	Puntuación Total FOMO	Factor 1 FOMO	Factor 2 FOMO	Atención emocional	Claridad emocional	Reparación emocional
Puntuación Total FOMO	–					
Factor 1 FOMO	0.790 <.001	–				
Factor 2 FOMO	0.847 <.001	0.345 <.001	–			
Atención emocional	-0.005 0.960	0.182 0.063	-0.166 0.091	–		
Claridad emocional	-0.247 0.011	-0.151 0.123	-0.248 0.011	0.390 <.001	–	
Reparación emocional	-0.219 0.025	-0.125 0.023	-0.228 0.020	0.253 0.009	0.500 <.001	–

Se realizó un análisis de diferencia de medias a través de la prueba t de Student para muestras independientes. Con el objetivo de observar la posible diferencia en puntuaciones entre el género y el nivel de IE presentado. No se encontraron diferencias significativas en ninguna dimensión de la inteligencia emocional (Ver anexo 2).

Segundo Objetivo Específico: Observar Si El Nivel De FoMO Varía En Relación Con Las Variables Sociodemográficas

La primera hipótesis planteada, buscaba comprobar que no existían diferencias entre hombres y mujeres con relación al nivel de FoMO. Para ello, se ejecutó una prueba t de diferencia de medias independientes. No se hallaron diferencias significativas entre ambos grupos ($t(103) = 0.623$, $p = 0.534$, IC 95% [-2,51, 4.81], $d = 0.158$).

En relación con la segunda hipótesis planteada, tras el análisis de datos con ANOVA de 1 factor, no se observan diferencias significativas en relación con la puntuación de FoMO y las horas de uso de dispositivos (ver Anexo 2). De igual forma, se llevó a cabo un análisis descriptivo (ver Tabla 3). Se observa que ante mayores horas de uso de dispositivos, mayor tendencia a padecer FoMO. Ante un uso menor a 1 hora diaria, se observan puntuaciones menores en FoMO, si se compara con el resto de horas de uso, especialmente comparado al grupo de más de 5 horas.

Tabla 3. Puntuaciones de los datos descriptivos del uso de dispositivos y el nivel de FoMO

		N	Media	Desviación Típica	Error est. media
Factor 1 FOMO	Menos de 1 h	4	12.0	3.83	1.915
	1 a 3 h	42	12.1	4.05	0.625
	3 a 5 h	50	12.8	4.20	0.594
	Más de 5 h	9	12.4	4.45	1.482
Factor 2 FOMO	Menos de 1 h	4	11.3	4.27	2.136
	1 a 3 h	42	13.3	5.31	0.820
	3 a 5 h	50	14.0	4.07	0.575
	Más de 5 h	9	15.9	5.35	1.783
Puntuación total FOMO	Menos de 1 h	4	23.3	3.69	1.843
	1 a 3 h	42	25.5	8.17	1.261
	3 a 5 h	50	26.8	6.67	0.944
	Más de 5 h	9	28.3	7.00	2.333

En relación con los grupos de edad, se manifestó que los usuarios que realizaban un uso entre 3 y 5 horas o superior a 5 horas eran los participantes más jóvenes (de 17 a 22 años), un 54,54% y 12,72%. De los sujetos del grupo de 23 a 27 años, un 46, 51% pasaba de 3 a 5 horas conectados y un 4,65% más de 5 horas; sin embargo, la mayoría de los sujetos mayores de 28 años (85,7%), se conectaban de 1 a 3 horas diarias. El ANOVA arrojó datos estadísticamente significativos para

las puntuaciones de FoMO total ($F(2,16.3) = 4.28; p = 0.032, \eta^2 = .10$) y Factor online ($F(2,16.9) = 5.55, p = 0.014, \eta^2 = .09$) en función de la edad.

Para comprobar la tercera hipótesis, se realizó un ANOVA de 1 factor entre los motivos de uso y el FoMO. No se hallaron diferencias significativas en este análisis. Sin embargo, cabe destacar, que el mayor motivo para el uso de dispositivos fue el entretenimiento (41%), seguido de cerca del motivo información-estar actualizado (40%).

Tercer Objetivo: Examinar La Relación Entre FoMO Y Los Rasgos De Personalidad

Se realizó un análisis de correlación lineal parcial de Pearson para examinar la relación entre el nivel de FoMO y los rasgos de personalidad (ver Tabla 4). Existe una correlación lineal positiva entre el neuroticismo y todas las puntuaciones de FoMO (i.e., puntuación total, rasgo online y offline). Es decir, al aumentar la puntuación de FoMO, aumenta a su vez, el neuroticismo. Sin embargo, el rasgo de extraversión muestra una correlación negativa con los niveles de FoMO (es decir, ante el aumento del valor de extraversión, se produce una disminución del valor de la puntuación de FoMO), aunque no obtienen una puntuación significativa. Además, se realizó un análisis de diferencia de medias a través de la prueba t de student para muestras independientes, para observar la posible existencia de diferencias entre las dimensiones de personalidad en función del género. Existen diferencias significativas en la amabilidad, en relación con el sexo, obteniendo puntuaciones más altas los varones ($t(103) = -3.609, p < .001, d = 0.9149$) (Ver Anexo 2).

Tabla 4. Análisis de correlación de Pearson de las escalas FOMO y las cinco dimensiones del Test de Personalidad NEO-FFI-R Costa y McCrae, (1989).

	Puntuación Total FOMO	Factor 1 FOMO	Factor 2 FOMO	N	E	O	A	C
Puntuación Total FOMO	–							
Factor 1 FOMO	0.790 <.001	–						
Factor 2 FOMO	0.847 <.001	0.345 <.001	–					
N	0.323 <.001	0.284 0.003	0.249 0.010	–				
E	-0.072 0.467	-0.006 0.953	-0.105 0.286	0.054 0.588	–			
O	0.102 0.300	0.084 0.394	0.084 0.395	0.260 0.007	0.314 0.001	–		
A	0.091 0.335	0.090 0.360	0.062 0.532	-0.012 0.902	0.200 0.041	0.183 0.062	–	
C	0.083 0.399	0.110 0.263	0.032 0.747	0.040 0.682	0.215 0.027	0.263 0.007	0.240 0.014	–

Nota. Amabilidad (factor A), Apertura a la experiencia (factor O), Extraversión (factor E), Neuroticismo (factor N) y Responsabilidad (factor C).

Finalmente, se realizaron análisis de regresión lineal múltiple para establecer modelos de predicción de los niveles de FoMO. Se obtuvo que la varianza de la puntuación total de FoMO ($R^2=0.18$) y del factor offline ($R^2=0.12$) pueden ser explicada por las variables de Neuroticismo y edad (ver Anexo 2). El modelo del factor online resultó no ser significativo.

En el presente documento, se realizó un CFA para contrastar la información obtenida del modelo bifactorial de Wegmann y cols. (2017). La estructura factorial arrojó la existencia de dos factores relativos al FoMO, resultados similares a los encontrado en el modelo anteriormente mencionado. Según la teoría previa, se hallaron dos: factor 1 o trait FoMO (ítems 1-4 y 6) y factor 2 o state-FoMO (ítems 5 y 7-12). Se confirmó la estructura bifactorial para la escala de FoMO con ajustes próximos a los adecuados (RMSEA = 0.0826; CFI = 0.880, TLI = 0.850, SRMR = 0.0759, $\chi^2 = 91,0$ con $p < 0,001$) (Anexo 2). Asumiendo que, los datos TLI son muy cercanos a valores de .90/95 (valores que indican un ajuste del modelo aceptable a excelente) y que los valores RMSEA iguales o superiores a 0,06 sugieren un buen

ajuste del modelo. Los resultados obtenidos, se acercan a conformar unos resultados aceptables (Hu and Bentler., 1999).

Tabla 5. *Análisis factorial Confirmatorio de la escala FoMO Carga de los factores.*

Factor	Indicador	Estimador	EE	Z	p
Factor 1 u offline	ítem 1. Temo que otros tengan experiencias más gratificantes que yo	0.944	0.1046	9.02	< .001
	ítem 2. Me temo que mis amigos tienen experiencias más gratificantes que yo	1.014	0.1074	9.44	< .001
	ítem 3. Me preocupo cuando descubro que mis amigos se divierten sin mi	0.791	0.1233	6.42	< .001
	ítem 4. Me pongo ansioso cuando no sé qué hacen mis amigos	0.276	0.0831	3.33	< .001
	ítem 6. Cuando me pierdo una reunión planificada me molesta	0.574	0.1151	4.99	< .001
Factor 2 u online	ítem 5. Cuando me lo paso bien es importante para mí compartirlo	0.460	0.1093	4.21	< .001
	ítem 7. Cuando me voy de vacaciones, sigo atento de lo que hacen mis amigos	0.62	0.1184	5.31	< .001
	ítem 8. Estoy continuamente en línea para no perderme nada	0.655	0.0965	6.79	< .001
	ítem 9. Es importante que pueda opinar sobre los últimos temas en mis redes sociales en línea (videos, imágenes, posts, etc.)	0.513	0.0921	5.57	< .001
	ítem 10. Temo no estar al día de mis redes sociales	0.411	0.0920	4.46	< .001
	ítem 11. Consulto continuamente mi móvil para no perderme nada	0.798	0.1020	7.82	< .001
	ítem 12. Es importante que entienda la jerga de internet que utilizan mis amigos	0.672	0.1194	5.63	< .001

3.2. Discusión

El objetivo general de este trabajo consiste en el estudio de los niveles de FoMO en estudiantes universitarios, así como su posible relación con la IE y los rasgos de personalidad descritos en el modelo de los Big Five.

En líneas generales, se ha evidenciado que los estudiantes universitarios obtienen puntuaciones de FoMO ligeramente superiores a los encontrados en población española (de 17 a 39 años) de acuerdo con Wegman y cols. (2017). Los resultados arrojan que, los pupilos de ciencias puras obtienen un mayor nivel de FoMO, en contraposición al resto de ramas educativas, especialmente que los de ciencias de la salud (hecho que puede verse influido la mayor concienciación de problemas relacionados con la salud mental de éstos últimos). De cualquier forma, estos datos deben ser tomados con precaución debido al desigual reparto de los grupos.

Los participantes de menor edad (17 a 22 años) constituyen el grupo que realiza mayor uso de dispositivos e internet (concretamente el 54,54% lo utiliza entre 3 y 5 horas diarias). Sus semejantes de 23 a 27 años realizaban un uso entre 3 a 5 horas en una menor proporción (46,51%). Los participantes de mayor edad (28 a 51 años) eran los que hacían un menor uso, situándose el 85,71% en la franja de uso de 1 a 3 horas diarias. Dicha observación, fue descrita por autores como Andreassen y cols. (2017). En rasgos generales, se ha evidenciado que existe una mayor predisposición a padecer FoMO, cuanto más tiempo se utilizan dispositivos electrónicos. Por lo que se mantiene la hipótesis planteada en el presente documento, la cual fue documentada en Gugushvili y cols. (2020) y Rogers y cols. (2019), donde se comprobó que, ante un mayor número de horas de uso de TICs e internet, se obtenían mayores niveles de FoMO. En consecuencia, las personas con menor edad podrían sufrir una mayor vulnerabilidad a presentar el síndrome por la mayor exposición a los dispositivos electrónicos e internet.

En relación con los datos otorgados por la muestra, no es posible afirmar que existan diferencias significativas en el nivel de FoMO entre géneros. Por lo que se mantiene la hipótesis planteada en el documento y constatada por autores como Przybylski y cols. (2013) y Tomczyk y Selmanagic-Lizde (2018). Aunque sí que observa una media ligeramente mayor de FoMO en las mujeres, encontrada

anteriormente por algunos autores (Balta y cols., 2018; Beyens y cols., 2016). Asimismo, existen diferencias en función del género en el motivo de uso de las RRSS y TICs. En las mujeres, se muestra un mayor uso debido al entretenimiento, mientras que los hombres, hacen un mayor uso circunscrito a estar informados y actualizados socialmente. Este último motivo, ha tomado fuerza frente al entretenimiento, ya que, aunque en un principio el entretenimiento constituía una razón fundamental para el uso de tecnologías e internet, en la actualidad, se ha visto reducido por el avance de la motivación vinculada a una necesidad relacional, donde se permite estar conectado, actualizado e informado (Ortiz-Pacori., 2022). Por otro lado, las diferencias observadas respecto al uso pueden circunscribirse a la cultura y sociedad como ya mencionó Moreno-Vallejo (2020). En dicho estudio, las diferencias entre hombres y mujeres se ceñían, al entretenimiento visto como una forma inabarcable de información y fuente de comparación social (sobre todo relativa a la apariencia física), especialmente en mujeres.

Las puntuaciones en IE son adecuadas en ambos géneros (según los criterios de corrección de la escala) en las tres dimensiones estudiadas. Con los datos proporcionados, se puede afirmar que existe una relación negativa significativa entre las puntuaciones obtenidas en la escala de FoMO y las obtenidas en dos dimensiones de IE (Claridad y la Reparación emocional). Indicativo de que, a mayor puntuación en dichas escalas, menor puntuación de FoMO. En esta línea, Miranda y Pacheco, (2020), sugirieron que poseer una mayor IE, aumenta conductas adaptativas en relación con el uso de dispositivos, control de impulsos y la gestión de la ansiedad. Sin embargo, el factor 1 de FoMO (offline), se relaciona de forma positiva, aunque no significativa, con la atención emocional. Podría plantearse que un nivel elevado de atención emocional puede resultar perjudicial, al vincularse con un alto nivel de miedo a perderse una experiencia, relacionada con la hipervigilancia generada por los estímulos que se interpretan como amenazantes o desagradables.

Es relevante señalar que, el motivo de uso de Entretenimiento obtiene puntuaciones menores en Claridad y Reparación Emocional al igual que la Desconexión, en comparación con el resto de las categorías. Principalmente, si se comparan con el uso a nivel Laboral-Académico, el cual obtiene las mayores puntuaciones en las tres dimensiones. Éste último, podría jugar un rol especial como

factor protector o amortiguador ante el FoMO, al vincularse con aspectos favorables que contribuyen a un adecuado desarrollo personal y académico.

Con los datos proporcionados, se puede afirmar que existe una relación significativa entre las puntuaciones obtenidas por los estudiantes en la escala de FoMO y las puntuaciones en la dimensión de Neuroticismo de la prueba NEO FFI-R. Confirmando la hipótesis de que, las personas con un nivel elevado de Neuroticismo, presentan niveles más altos de FoMO. En Buglass y cols. (2017) y Casale y cols. (2018), el FoMO se asoció de forma positiva con el aburrimiento, el estrés y el miedo, respectivamente, elementos, que configuran una tendencia hacia la emocionalidad negativa, característica del Neuroticismo (Tesoro y cols., 2021).

Se ha examinado que, la Desconexión, es el motivo de uso más vinculado al neuroticismo, seguido estrechamente del Entretenimiento. Ambos motivos, ayudan a atenuar la emocionalidad negativa que presenta la persona (debido al alto Neuroticismo), y la búsqueda de experiencias gratificantes inmediatas. Las personas desean, por tanto, alejarse de emociones desagradables, como los conflictos, la soledad, problemáticas sin solución etc. a través de la conexión a internet y el uso de smartphones (Cuadrado-Proaño & Rubio, 2022).

Igualmente se observó que, la Extraversión se relacionaba de forma negativa con los niveles de FoMO; sin embargo, no se obtuvieron medidas significativas. Esta dimensión podría ser estudiada con mayor profundidad, por su posible papel como factor protector ante la vulnerabilidad de desarrollar FoMO. Asimismo, fue el rasgo que se vinculó en mayor proporción, con el uso de las TICs y RRSS a nivel laboral-académico. El cual constituye una razón de uso más adecuada para que prevalezca en los estudiantes universitarios, pues podría acompañarlos a nivel de aprendizaje y realización de tareas académicas o laborales. No obstante, Billiert (2012), mencionado en Cuadrado-Proaño & Rubio (2022) relacionó la extraversión con problemas relativos a las RRSS y TICS. Por lo que se insta a que constituya una vía de investigación futura. La puntuación en IE y los mayores niveles de responsabilidad y apertura, se han relacionado negativamente con el FoMO, aunque sin arrojar datos estadísticamente significativos. En estudios como el de Jacobs & Wollny (2022) y Maalouf y cols. (2022) se proponen como posibles factores protectores ante el FoMO.

4. Conclusiones y prospectiva

El incremento del uso de internet, TICs y smartphones, se acompaña de grandes ventajas, pero también de importantes inconvenientes en ámbitos tan relevantes como la salud mental. Por este motivo, desde la Psicología, nos encontramos con numerosos retos asociados al posible uso inadecuado de dichas tecnologías. En este trabajo, se pretende vislumbrar puntos clave de prevención frente a determinadas problemáticas específicas que están apareciendo de forma progresiva pero muy significativa, como es el caso del síndrome FoMO. Este se presenta principalmente en personas universitarias, cuya salud psicológica, rendimiento y bienestar emocional pueden verse perjudicados.

Para la realización del presente estudio, cabe mencionar que se obtuvo el consentimiento informado de los participantes. El manejo de los datos cumple fines exclusivamente científicos y académicos de variables asociadas al efecto FoMO en la población universitaria. Su posterior aplicación a otros campos se verá restringida al posible uso de datos anónimos de los participantes.

Las conclusiones que se obtienen del estudio son las que se muestran a continuación:

En primer lugar, los niveles de FoMO presentados por estudiantes universitarios hispanohablantes, son ligeramente superiores a los encontrados en otros estudios. Específicamente los estudiantes de ciencias puras son los que más puntuación de FoMO presentan.

En segundo lugar, se puede concluir que, a mayor número de horas de uso de dispositivos, principalmente del smartphone, mayor probabilidad de poseer puntuaciones más altas en la escala de FoMO. Este hecho se observa principalmente en aquellos estudiantes de menor edad (17 a 21 años). Y si bien no se han hallado diferencias significativas entre hombres y mujeres, se ha evidenciado que los hombres utilizan con mayor frecuencia la tecnología con el fin de encontrarse actualizados y mantener relaciones sociales, mientras que, en las mujeres, el mayor motivo de uso se circunscribe al entretenimiento, hecho que puede verse influenciado por el entorno y la cultura.

En esta línea, en tercer lugar, se constató que, a mayor nivel de Neuroticismo, mayor incitación de uso referente a desconexión y entretenimiento. Una mayor incitación en ambos se relaciona a su vez con una menor claridad y reparación emocional. En contraposición, la motivación de uso referente a nivel académico y laboral se observaba en mayor medida, asociada a rasgos de extraversión y las tres dimensiones de IE.

En cuarto lugar, se encontró que algunas dimensiones de la IE, como Claridad y Reparación Emocional pueden configurar un factor protector frente a la presencia del síndrome. La dimensión de atención emocional debe ser estudiada con mayor profundidad, para conocer su rol frente al FoMO. Por lo que, los programas para desarrollar la IE, podrían ayudar a optimizar las relaciones interpersonales y el funcionamiento social, a la vez que aumentan las interacciones saludables y una mejor comunicación con los iguales (Miranda & Pacheco., 2020).

Finalmente, parece reflejarse que, ante mayor nivel en el rasgo de Neuroticismo, mayor probabilidad de presentar el síndrome FoMO. El cual debe ser estudiado en el futuro, por su posible influencia como factor de vulnerabilidad ante el FoMO.

Se obtuvieron resultados que muestran el posible modelo bifactorial de FoMO de Wegmann y cols. 2017. En el cual se establece la posibilidad de obtener una puntuación de FoMO rasgo (offline) y FoMO estado (online). Aunque se aconseja que estos datos se investiguen con más consideración en estudios futuros.

Las RRSS, las TICs e internet, benefician la difusión de información, ayudan a establecer relaciones sociales y consienten la conexión interpersonal a pesar de la distancia. No obstante, la desviación de su uso de forma excesiva hacia su abuso puede provocar efectos perjudiciales. El uso masivo, puede generar recompensas de forma continuada, que se traducen en gratificaciones de las necesidades personales, y la evitación de la emocionalidad negativa que conllevan a una utilización cada vez más extendida, con el incremento del riesgo de que se generen inconvenientes de la salud mental y las relaciones interpersonales.

El presente trabajo no está exento de limitaciones como pueden ser los posibles sesgos, a consecuencia del muestreo no probabilístico empleado, y que pueden producir problemas en la generalización de resultados. Asimismo, puede

existir la influencia de errores de procedimiento, vinculados a la aplicación del instrumento, al estar influido, por ejemplo, por la deseabilidad social del individuo.

Estos inconvenientes, se podrían mejorar a través del estudio de una muestra más voluminosa y representativa de la población española (a través de otro tipo de muestreo). Además, puede añadirse criterios más laxos o rígidos, para la configuración de la muestra, supeditados a los objetivos de futuros estudios. Para superar las limitaciones derivadas de la deseabilidad social del individuo, aunque la encuesta se realizaba de forma anónima y neutralizada (uso de ordenador), se advirtió a los participantes sobre la importancia de su sinceridad y la opción de comprobar las horas de uso de su smartphone.

En conjunto, mencionar que, el presente trabajo puede ser útil para la promoción y educación de la salud psicológica tanto a nivel individual, como para la población universitaria en su conjunto. La comunidad, puede beneficiarse de la información obtenida, con el objetivo de prevenir e intervenir a nivel psicológico, en problemáticas asociadas al uso de nuevas tecnologías e internet. Así mismo, realizar un uso responsable de las mismas e implementar estrategias y fomentar habilidades útiles. Esta investigación, busca disminuir comportamientos, a menudo patológicos que se llevan a cabo de forma diaria y continuada, a través de la disposición de información adecuada y fiable, que ayuden a mejorar el estado y bienestar del individuo para otorgar ayuda a quién lo precise. Se instan, por tanto, a que próximas investigaciones, esclarezcan factores y variables que son vulnerables de influir en el síndrome FoMO, así como factores predisponentes tanto de riesgo como protectores.

5. Referencias bibliográficas

- Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M. M. (2021). Fear of missing out (FoMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879-900. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>
- Aluja, A., García, O., Rossier, J., & García, L. F. (2005). Comparison of the NEO-FFI, the NEO-FFI-R and an alternative short version of the NEO-PI-R (NEO-60) in Swiss and Spanish samples. *Personality and Individual Differences*, 38(3), 591-604. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.05.014>
- 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>
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Academic press.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1999). NEO PI-R MANUAL. NEO PI-R, Inventario de Personalidad NEO Revisado. NEO-FFI, *Inventario NEO reducido de Cinco Factores*. TEA Ediciones.
- Cuadrado-Proañó, M. D. C., & Rubio, A. D. R. M. (2022). Rasgos de personalidad y dependencia al teléfono móvil en estudiantes universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 10802-10819. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4167
- Ferreira, D., De Sousa, H., De Moraes, G., De Assis, S.E., Negreiros, F., y Medeiros, E.D. (2021). Fear of missing out (FoMO), mídias sociais e ansiedade: Uma revisão sistemática. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 11(3), 99-114. <https://dx.doi.org/10.26864/pcs.v11.n3.7>
- Fernández de la Iglesia, J. C., Casal Otero, L., Fernández Morante, M. C., & Cebreiro, B. (2020). Actitudes y uso de Internet y redes sociales en estudiantes universitarios/as de Galicia: implicaciones personales y sociales. *Revista Prisma Social*, (28), 145–160. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/3372>

- García Morales, E. (2022). ¿Qué papel tiene la inteligencia emocional en el contexto clínico, laboral y educativo? *Escritos de Psicología (Internet)*, 15(2), 148-158. <https://dx.doi.org/10.24310/espsiescpsi.v15i2.14752>
- García-Ruiz, R., Tirado Morueta, R., & Hernando Gómez, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47(3), 291–298. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.291-298>
- Gong, F., Jia, Y., Sun, X., Min, H., Jia, X., Wang, F., Huang, X., Lin, X., Li, Z., & Wu, Y. (2023). La influencia del grado de uso de los medios de comunicación en los síntomas depresivos públicos: papel mediador de la personalidad de los cinco grandes. *BMC Psiquiatría*, 23(1). <https://doi-org.ezproxy.usal.es/10.1186/s12888-023-05097-w>
- González, R., Custodio, J. B., & Abal, F. J. P. (2020). Psychometric properties of the Trait Meta-Mood Scale-24 in Argentinian university students. *Psicogente*, 23(44), 1-26. <https://doi.org/10.17081/psico.23.44.3469>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Jabeen, F., Tandon, A., Sithipolvanichgul, J., Srivastava, S., & Dhir, A. (2023). Social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research*, 159, 113693. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113693>
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M. D. L. M., & Viñas-Poch, F. (2018). Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Psychosocial profile of Spanish adolescents*, 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence. *Intelligence*, 17(4), 433-442. [https://doi.org/10.1016/0160-2896\(93\)90010-3](https://doi.org/10.1016/0160-2896(93)90010-3)
- Miranda, N. D., & Pacheco, N. E. (2020). Inteligencia emocional, adicción al smartphone y malestar psicológico como predictores de la nomofobia en adolescentes. *Know and share psychology*, 1(2). <https://doi.org/10.25115/kasp.v1i2.3195>

- Moreno Vallejo, B (2020). *Autoestima en la Actualidad: ¿Cómo afectan las Redes Sociales?* [Tesis de doctorado, Universidad Pontificia de Madrid]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/50905/TFG-Moreno%20Vallejo%2C%20Beatriz.pdf?sequence=1>
- Ortiz Pacori, X. N. (2022). *Fomo, compromiso con las redes sociales, necesidades psicológicas básicas y bienestar subjetivo en universitarios*. Pontificia Universidad Católica de Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/24737>
- Pêgo, B. F., Lopes, B. C., Santos, G. S., & Rocha, J. S. B. (2021). Prevalência de Fear of Missing Out em estudantes de uma instituição de ensino superior privada do Norte de Minas Gerais: comportamento e bemestar digital no cotidiano universitário. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 15(1).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Fear of missing out scale. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1037/t23568-000>
- Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C., & Palfai, T. P. (1995). Emotional attention, clarity, and repair: Exploring emotional intelligence using the Trait Meta-Mood Scale. In J. W. Pennebaker (Ed.), *Emotion, disclosure, & health* (pp. 125–154). American Psychological Association.
- Sánchez-Bolívar, L., Escalante-González, S., Martínez-Martínez, A., & Zurita-Ortega, F. (2023). Inteligencia emocional en el perfil formativo y psicosocial de los estudiantes universitarios: una revisión sistemática. *Educatio Siglo XXI*, 41(2), 147-164. <https://doi.org/10.6018/educatio.515181>
- Serrano, M. T. (2020). Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 38(1). <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Soriano Sánchez, J. G. (2022). Factores psicológicos y consecuencias del Síndrome Fear of Missing Out. *Revista de psicología y educación*. <https://doi.org/10.23923/rpye2022.01.217>
- Souza, S. A. (2021). *Prevalência do medo de perder e sua associação com transtornos mentais em universitários*. [Trabajo Final de Grado]. Universidade Federal da Fronteira Sul. <https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/6257>

- Tesoro, A. R., Gago Galvagno, L. G., & de Grandis, M. C. (2021). La inteligencia emocional y el modelo psicobiológico de la personalidad de Eysenck. *Revista de Psicología*, 17(33), 6-2021, 104-118. <http://dx.doi.org/10.46553/RPSI.17.33.2021.p104-118>
- The jamovi project (2023). *Jamovi Version (2.3.28)* [Computer Software].
- Torres Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima. *Aloma*, 2020,38(1). <http://hdl.handle.net/20.500.14342/2019>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>
- Zúñiga, J. O., Lara, G. A. G., & Pérez, O. C. (2019). Propiedades Psicométricas del Trait Meta-Mood Scale (TMMS-24) en Adolescentes de Chiapas, México. *European Scientific Journal*, 15(16), 280-294. <https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n16p280>

6. Anexos

Anexo I.

Formulario utilizado en el presente estudio, en formato de Google Forms y Link al cuestionario virtual.

<p>1. Doy mi consentimiento sobre el intercambio de información y la realización * de la encuesta</p> <p><i>Selecciona todos los que correspondan.</i></p> <p><input type="checkbox"/> Si, acepto y doy mi consentimiento</p> <p>Sección sin título</p> <p>A continuación comenzará la encuesta, por favor rellene todos los ítems.</p> <p>2. Edad (en años) *</p> <p>_____</p> <p>3. Género *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Femenino</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Otro...</p> <p>4. Lugar de nacimiento *</p> <p>_____</p> <p>5. Estado civil actual: *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Soltero/a</p> <p><input type="radio"/> Casado/a o con pareja</p> <p><input type="radio"/> Separado/a, divorciado/a o viudo/a</p> <p>9. Situación laboral actual (su actividad principal) *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Estudiante</p> <p><input type="radio"/> Trabajador por cuenta propia</p> <p><input type="radio"/> Trabajador no remunerado (voluntariado,...)</p> <p><input type="radio"/> Asalariado/a</p> <p><input type="radio"/> Jubilado/a</p> <p><input type="radio"/> Desempleado/a</p> <p><input type="radio"/> Otros, especificar</p> <p>10. ¿Ha sido diagnosticado de algún trastorno mental (p.ej., depresión, esquizofrenia, ansiedad, trastorno bipolar,...)? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Si</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>11. Si la respuesta anterior es afirmativa, especificar el trastorno diagnosticado.</p> <p>_____</p> <p>12. ¿A través de que dispositivo electrónico se conecta a internet o utiliza * las redes sociales con mayor frecuencia?</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Teléfono Móvil Inteligente</p> <p><input type="radio"/> Ordenador</p> <p><input type="radio"/> Tablet o iPad</p> <p><input type="radio"/> Otro...</p>	<p>6. Nivel educativo alcanzado (estudios ya terminados): *</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Sin completar los estudios primarios</p> <p><input type="radio"/> Estudios primarios completados (Bachiller Elemental, EGB o ESO)</p> <p><input type="radio"/> Estudios secundarios completados (Bachiller Superior, BUP, Bachiller LOGSE, COU, PREU, FPI, FP grado medio, Oficialía Industrial o equivalente)</p> <p><input type="radio"/> Estudios superiores completados (Licenciatura, Diplomatura, Grado, Arquitectura o Ingeniería Técnica, FPII, FP grado superior, Maestría Industrial o equivalente, máster)</p> <p><input type="radio"/> Otros</p> <p>7. ¿Actualmente está cursando un grado, doble grado, máster o postgrado * universitario?</p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p>Sección sin título</p> <p>8. Indique qué estudios está cursando (p.ej., Grado en Farmacia, Máster en Ciencias Políticas, etc.):</p> <p>_____</p> <p>Sección sin título</p> <p>13. ¿Cuánto tiempo aproximadamente utiliza las redes sociales, en conjunto, en un día? *</p> <p><i>*Es habitual subestimar el tiempo que pasamos con nuestro teléfono móvil. De modo que, si su teléfono móvil registra la cantidad de tiempo que permanece en cada aplicación, consúltelo antes de responder a esta pregunta*</i></p> <p><i>Marca solo un óvalo.</i></p> <p><input type="radio"/> Menos de 1 hora al día</p> <p><input type="radio"/> Entre 1 hora y 3 horas al día</p> <p><input type="radio"/> Entre 3 y 5 horas al día</p> <p><input type="radio"/> Más de 5 horas al día.</p> <p>14. ¿Cuánto tiempo utiliza cada red social o canal a diario? *</p> <p><i>Marca solo un óvalo por fila.</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>No poseo cuenta en esta red social o canal</th> <th>Menos de 30 minutos diarios</th> <th>Entre 31 minutos y 1 h al día</th> <th>Entre 1 h y 2 h al día</th> <th>Entre 2 y 3 h al día</th> <th>Más de 3 h al día</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Whatsapp</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Twitter</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Instagram</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Facebook</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Youtube</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Tik Tok</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Twitch</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>		No poseo cuenta en esta red social o canal	Menos de 30 minutos diarios	Entre 31 minutos y 1 h al día	Entre 1 h y 2 h al día	Entre 2 y 3 h al día	Más de 3 h al día	Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Twitch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	No poseo cuenta en esta red social o canal	Menos de 30 minutos diarios	Entre 31 minutos y 1 h al día	Entre 1 h y 2 h al día	Entre 2 y 3 h al día	Más de 3 h al día																																																			
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			
Twitch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																																																			

9. **Situación laboral actual** (su actividad principal) *

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Trabajador por cuenta propia
- Trabajador no remunerado (voluntariado,...)
- Asalariado/a
- Jubilado/da
- Desempleado/a
- Otros, especificar

10. **¿Ha sido diagnosticado de algún trastorno mental** (p.ej., depresión, esquizofrenia, ansiedad, trastorno bipolar,...)? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

11. **Si la respuesta anterior es afirmativa, especificar el trastorno diagnosticado.**

12. **¿A través de que dispositivo electrónico se conecta a internet o utiliza las redes sociales con mayor frecuencia?** *

Marca solo un óvalo.

- Teléfono Móvil Inteligente
- Ordenador
- Tablet o iPad
- Otro

15. **¿En qué momento del día utiliza más las redes sociales?** (Por ejemplo: al despertarse, durante las clases, a la hora de comer, por la tarde, antes de ir a la cama) *Indica varias, si procede*

16. **¿Se considera predominantemente un usuario activo o pasivo en redes sociales?** (Activo: participar en redes sociales, colgar post, comentar en otras publicaciones. Pasivo: observador de la participación y post de otras personas)

Marca solo un óvalo.

- Activo
- Pasivo

17. **¿Cuáles son los principales motivos que le llevan a utilizar sus redes sociales?** (p.ej.: estar actualizado de lo que hacen sus amigos, a nivel laboral, por estudios...)*Responda la que le parezca la más relevante*

Sección sin título

A continuación comenzará a responder preguntas relativas a la escala sobre FoMO desarrollada por Przybylski et al. (2013) y adaptada por el grupo de investigación de Wegmann et al., (2017).

Lea atentamente cada frase y indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.

La forma de puntuar cada ítem es la siguiente (1-totalmente en desacuerdo, 2-en desacuerdo, 3-ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4-de acuerdo y 5-totalmente de acuerdo).

13. **¿Cuánto tiempo aproximadamente utiliza las redes sociales, en conjunto, en un día?**

Es habitual subestimar el tiempo que pasamos con nuestro teléfono móvil. De modo que, si su teléfono móvil registra la cantidad de tiempo que permanece en cada aplicación, consúltelo antes de responder a esta pregunta

Marca solo un óvalo.

- Menos de 1 hora al día
- Entre 1 hora y 3 horas al día
- Entre 3 y 5 horas al día
- Más de 5 horas al día.

14. **¿Cuánto tiempo utiliza cada red social o canal a diario? ***

Marca solo un óvalo por fila.

	No posco cuenta en esta red social o canal	Menos de 30 minutos diarios	Entre 31 minutos y 1 h al día	Entre 1 h y 2 h al día	Entre 2 y 3 h al día	Más de 3 h al día
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. **1. Temo que otros tengan experiencias más gratificantes que yo ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Tota Totalmente de acuerdo

19. **2. Me temo que mis amigos tienen experiencias más gratificantes que yo ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Tota Totalmente de acuerdo

20. **3.Me preocupo cuando descubro que mis amigos se divierten sin mí ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Tota Totalmente de acuerdo

21. **4. Me pongo ansioso cuando no sé qué hacen mis amigos ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Tota Totalmente de acuerdo

22. **5. Cuando me lo paso bien, es importante para mí compartir los detalles en línea (p.ej., actualizar el estado)** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

23. **6. Cuando me pierdo una reunión planificada, me molesta** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

24. **7. Cuando me voy de vacaciones, sigo atento a lo que hacen mis amigos** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

25. **8. Estoy continuamente en línea para no perderme nada** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

26. **9. Es importante que pueda opinar sobre los últimos temas en mis redes sociales en línea (videos, imágenes, posts, etc.)** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

27. **10. Temo no estar al día en mis redes sociales** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

28. **11. Consulto continuamente mi móvil para no perderme nada** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

29. **12. Es importante que entienda la jerga de Internet que utilizan mis amigos** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

Sección sin título

En este momento comenzará a responder la escala de Inteligencia Emocional, el Trait Meta-Mood Scale (T.M.M.S.) diseñada por Salovey, Mayer, Goldman, Turvey y Palfai (1995).

Para ello encontrará algunas afirmaciones sobre sus emociones y sentimientos. Lea atentamente cada frase y indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.

La forma de puntuar cada ítem es la siguiente (1-totalmente en desacuerdo, 2-en desacuerdo, 3-ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4-de acuerdo y 5-totalmente de acuerdo).

30. **1. Presto mucha atención a los sentimientos** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

31. **2. Normalmente dedico tiempo a pensar en mis emociones** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

32. **3. Normalmente me preocupo por lo que siento** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

33. **4. Pienso que merece la pena prestar atención a mis emociones** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

34. **5. Dejo que mis sentimientos afecten a mis pensamientos** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

35. **6. Pienso en mi estado de ánimo constantemente** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

36. **7. A menudo pienso en mis sentimientos** *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

37. **8. Presto mucha atención a como me siento ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

38. **9. Tengo claros mis sentimientos ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

39. **10. Frecuentemente puedo definir mis sentimientos ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

40. **11. Casi siempre sé cómo me siento ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

45. **16. Puedo llegar a comprender mis sentimientos ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

46. **17. Aunque me sienta mal, procuro pensar en cosas agradables ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

47. **18. Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión positiva ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

48. **19. Cuando estoy triste, pienso en todos los placeres de la vida ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

41. **12. Normalmente conozco mis sentimientos sobre las personas ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

42. **13. A menudo me doy cuenta de mis sentimientos en diferentes situaciones**

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

43. **14. Siempre puedo decir cómo me siento ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

44. **15. A veces puedo decir cuáles son mis emociones ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

49. **20. Intento tener pensamientos positivos aunque me sienta mal ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

50. **21. Si doy demasiadas vueltas a las cosas, complicándolas, trato de calmarme**

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

51. **22. Me preocupo por tener buen estado de ánimo**

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

52. **23. Tengo mucha energía cuando me siento feliz ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

53. **24. Cuando estoy enfadado intento cambiar mi estado de ánimo ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

Sección sin título

Finalmente, realizará un test denominado NEO-FFI-R, una medida de personalidad que evalúa 5 factores, a saber: neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, conformidad y conciencia. Este inventario fue desarrollado en 1999 por Paul T. Costa y Robert R. McCrae y fue adaptado al español por A. Cordero, A. Pamos y N. Seisdedos.

Lea atentamente cada frase y indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas.

La forma de puntuar cada ítem es la siguiente (1-totalmente en desacuerdo, 2-en desacuerdo, 3-ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4-de acuerdo y 5-totalmente de acuerdo).

54. **1. Yo no soy una persona que se preocupa mucho ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

55. **2. Me enfado a menudo por la forma en que me tratan los demás ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

60. **7. A menudo me gusta pensar en teorías o ideas abstractas ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

61. **8. Soy bastante hábil para marcarme un ritmo para hacer el trabajo a tiempo ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

62. **9. A veces me siento indefenso/a y deseo que otros resuelvan mis problemas ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

63. **10. Escuchar conferencias polémicas sólo confunde y engaña a los estudiantes ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

56. **3. No me gustan las multitudes ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

57. **4. Raramente me siento solo(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

58. **5. Algunas personas piensan que soy interesado(a) y egoísta ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

59. **6. Trato de hacer mi trabajo concienzudamente / lo mejor posible ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

64. **11. No me gusta demasiado hablar con la gente ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

65. **12. Me gusta tener muchas personas a mi alrededor ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

66. **13. Si es necesario, manipularía a la gente para conseguir lo que quisiese ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

67. **14. Mantengo mis cosas ordenadas y limpias ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

68. **15. Algunas veces me siento completamente inútil ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

69. **16. Trato de ser cortés con todo el mundo que conozco. ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

70. **17. Algunas veces no soy tan formal ni digno de confianza como debiera. ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

71. **18. Creo que es interesante aprender y desarrollar nuevas aficiones ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

76. **23. Casi nunca estoy triste o deprimido(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

77. **24. Algunas personas me consideran frío(a) y calculador(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

78. **25. A veces me he sentido tan avergonzado(a) que sólo quería esconderme ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

79. **26. Pienso que soy mejor que la mayoría de personas y estoy seguro(a) * de ello ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

72. **19. Tengo una serie de metas y me esfuerzo por alcanzarlas de forma ordenada ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

73. **20. Pierdo mucho tiempo antes de ponerme a trabajar ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

74. **21. Tengo una actitud obstinada y decidida / tenaz ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

75. **22. Raramente me siento aprensivo(a) o inquieto(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

80. **27. Soy una persona productiva que siempre cumple con el trabajo ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

81. **28. Si estoy presionado, algunas veces me siento como si me rompiera en pedazos ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

82. **29. Con frecuencia me siento tenso(a) y alterado(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

83. **30. Con frecuencia me meto en situaciones para las que no estoy totalmente preparado(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Tota Totalmente de acuerdo

84. **31. Me intrigan las semejanzas que encuentro entre el arte y la naturaleza** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
85. **32. Generalmente, trato de ser atento(a) y considerado(a)** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
86. **33. Frecuentemente me siento lleno de energía** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
87. **34. Si alguien no me gusta, se lo digo** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
88. **35. Trabajo duro para conseguir mis objetivos** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
89. **36. Verdaderamente disfruto hablando con la gente** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
90. **37. Verdaderamente disfruto concentrándome en una fantasía y de explorar todas sus posibilidades, permitiéndola crecer y desarrollarse** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
91. **38. Prefiero trabajos en solitario, sin que otros me molesten** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
92. **39. La poesía no me afecta** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
93. **40. Parece que nunca puedo organizarme** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
94. **41. Experimento una gran variedad de emociones y sentimientos**
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
95. **42. Cuando me comprometo, siempre se puede esperar que cumpla** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
96. **43. Si me han insultado, sólo trato de perdonar y olvidar** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
97. **44. Quiero estar donde se encuentre la acción** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
98. **45. Preferiría seguir mi camino que ser líder de los demás** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo
99. **46. Raramente me doy cuenta de los estados de ánimo o emociones que producen ambientes diferentes** *
- Marca solo un óvalo.*
- 1 2 3 4 5
- Tota Totalmente de acuerdo

100. **47. Si alguien comienza una pelea, estoy preparado(a) para lucha ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

101. **48. Tengo poco interés en pensar sobre la naturaleza del universo y la condición humana ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

102. **49. Soy una persona alegre y animada ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

103. **50. Tiendo a suponer lo mejor sobre la gente ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

108. **55. Me esfuerzo por hacerlo todo bien ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

109. **56. Tengo mucha curiosidad intelectual ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

110. **57. Me sería difícil dejar que mi mente vagara sin control o dirección ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

111. **58. Frecuentemente y cuando las cosas van mal, me desanimo y tengo ganas de rendirme ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

104. **51. A veces me he sentido amargado(a) y resentido(a) ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

105. **52. Algunas veces cuando leo poesía o miro una obra de arte, siento un escalofrío o una emoción ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

106. **53. A veces intimido o adulo a la gente para que hagan lo que quiero ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

107. **54. Mi vida es muy agitada ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

112. **59. Soy una persona muy activa ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

113. **60. Me río fácilmente ***

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Totalmente de acuerdo

Sección sin título

El cuestionario ha finalizado.

!!!Muchas gracias por su participación y colaboración!!!

Si tiene cualquier duda o comentario puede dirigirse al email elenamatecasado@usal.es.

Sección sin título

114. Doy mi consentimiento sobre el intercambio de información y la realización de la encuesta

Selecciona todos los que correspondan.

Sí, acepto y doy mi consentimiento

Enlace al cuestionario:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScbrsefijDfyvBY2CWtpqyi769d889TywiLFAYthyJM4IE6qQ/viewform?usp=sf_link

Anexo II. Análisis estadísticos (salida del programa estadístico)

II.1. Datos y pruebas descriptivas

Datos descriptivos de los ítems de la escala FoMO

Descriptivas

Descriptivas												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Perdidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Media	2.51	2.52	2.73	1.49	1.90	3.20	2.39	1.71	1.67	1.59	2.26	2.29
Mediana	3	2	3	1	2	3	2	1	1	1	2	2
Desviación estándar	1.19	1.23	1.27	0.798	1.05	1.16	1.16	0.988	0.916	0.885	1.08	1.19
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5

Puntuaciones de los datos descriptivos del nivel de FoMo en estudiantes universitarios, por cada rama de la educación

		Puntuación total FoMO		Factor 1 FoMO		Factor 2 FoMO	
		N	Media	Desviación Típica	Media	Desviación Típica	Media
Artes y Humanidades	4	26.3	2.50	11.8	1.50	14.5	2.38
Ciencias Puras	3	30.7	3.79	15.7	3.21	15.0	4.36
Ciencias de la Salud	63	25.6	7.09	12.6	4.20	13.1	3.97
Ciencias sociales	26	27.5	8.64	12.2	4.25	15.2	6.16
Ingenierías y Arquitectura	9	25.7	6.32	11.6	4.13	14.1	5.62

Puntuaciones de la media y desviación estándar de los tres factores de inteligencia emocional en hombres y mujeres.

	Hombres		Mujeres	
	Media	Desviación Estándar	Media	Desviación estándar
Atención emocional	29.6	4.35	31.2	4.90
Claridad emocional	28.1	6.76	28.1	6.14
Reparación emocional	27.9	5.21	26.2	5.03

Puntuaciones de la media y desviación estándar de los dos factores y la puntuación total de FoMO en hombres y mujeres.

	Hombres		Mujeres	
	Media	Desviación Estándar	Media	Desviación estándar
Factor 1	11.7	4.51	12.6	4.02
Factor 2	13.6	4.66	13.8	4.77
Puntuación total	25.3	7.48	26.5	7.23

Puntuaciones de la media y desviación estándar de las cinco dimensiones del Test de Personalidad NEO-FFI-R Costa y McCrae, (1989) en hombres y mujeres.

	Hombres		Mujeres	
	Media	Desviación Estándar	Media	Desviación estándar
Neuroticismo	32.2	5.97	34.5	5.73
Extraversión	41.3	3.41	40.2	3.99
Apertura	39.2	4.11	38.5	4.30
Amabilidad	35.2	5.40	31.4	3.83
Responsabilidad	42.3	4.51	42.0	3.75

Frecuencias de los grupos de edad y su relación con las horas de uso.

Frecuencias

A	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
A	56	53.3 %	53.3 %
B	42	40.0 %	93.3 %
C	7	6.7 %	100.0 %

	Edad (en años)	N	Media	DE	EE
Factor 1 FOMO	A	55	12.87	4.14	0.558
	B	43	12.53	3.81	0.581
	C	7	8.71	4.27	1.614
Factor 2 FOMO	A	55	15.22	4.95	0.667
	B	43	12.30	3.94	0.600
	C	7	11.86	4.53	1.710
Puntuación Total FOMO	A	55	28.09	7.34	0.989
	B	43	24.84	6.28	0.958
	C	7	20.57	8.26	3.123

II.2. Pruebas t de Student

Prueba t para muestras independientes nivel de FoMO-ser activo o pasivo en redes sociales

Prueba T para Muestras Independientes

		Estadístico	gl	p
Puntuación Total FOMO	T de Student	-0.182	103	0.856
Factor 1 FOMO	T de Student	-1.274	103	0.205
Factor 2 FOMO	T de Student	0.820	103	0.414

Nota. $H_0: \mu_{\text{Activo}} = \mu_{\text{Pasivo}}$

Prueba t para muestras independientes nivel de FoMO-género.

Prueba T para Muestras Independientes

		Estadístico	gl	p	Tamaño del Efecto	
Factor 1 FOMO	T de Student	0.845	103	0.400	La d de Cohen	0.2141
Factor 2 FOMO	T de Student	0.224	103	0.823	La d de Cohen	0.0568
Puntuación Total FOMO	T de Student	0.623	103	0.534	La d de Cohen	0.1580

Nota. $H_0: \mu_1 = \mu_2$

Prueba t para muestras independientes. Nivel de inteligencia emocional- género.

Prueba T para Muestras Independientes

Prueba T para Muestras Independientes

		Estadístico	gl	p	Diferencia de medias	EE de la diferencia	Tamaño del Efecto
Atención Emocional	T de Student	1.35762	103	0.178	1.65361	1.22	La d de Cohen 0.344
Claridad Emocional	T de Student	0.00347	103	0.997	0.00551	1.59	La d de Cohen 8.81e-4
Reparación Emocional	T de Student	-1.34632	103	0.181	-1.72644	1.28	La d de Cohen -0.341

Nota. $H_a: \mu_1 \neq \mu_2$

Prueba t de para muestras independientes de las cinco dimensiones del Test de Personalidad NEO-FFI-R Costa y McCrae, (1989) en hombres y mujeres.

Prueba T para Muestras Independientes

Prueba T para Muestras Independientes

		Estadístico	gl	p	Tamaño del Efecto
NEUROTICISMO	T de Student	1.534	103	0.128	La d de Cohen 0.3888
EXTRAVERSIÓN	T de Student	-1.056	103	0.294	La d de Cohen -0.2676
APERTURA	T de Student	-0.587	103	0.559	La d de Cohen -0.1488
AMABILIDAD	T de Student	-3.609*	103	<.001	La d de Cohen -0.9149
RESPONSABILIDAD	T de Student	-0.278	103	0.781	La d de Cohen -0.0705

Nota. $H_a: \mu_1 \neq \mu_2$

* La prueba de Levene significativa ($p < 0.05$) sugiere que las varianzas no son iguales

II.3. Análisis de la varianza

Análisis ANOVA de 1 fator del uso de dispositivos y el nivel de FoMO.

ANOVA de Un Factor

ANOVA de Un Factor (Welch)

	F	gl1	gl2	p
Puntuación Total FoMO	1.249	3	13.4	0.331
Factor 1 FoMO	0.193	3	11.7	0.899
Factor 2 FoMO	0.977	3	11.6	0.437

Análisis ANOVA de 1 fator de la rama de estudio y el nivel de FoMO.

ANOVA de Un Factor

ANOVA de Un Factor (Welch)

	F	gl1	gl2	p
Puntuación Total FoMO	1.066	4	10.56	0.420
Factor 1 FoMO	0.909	4	10.03	0.495
Factor 2 FoMO	0.805	4	9.13	0.551

Análisis de la varianza de las puntuaciones de FoMO y los grupos de edad.

ANOVA de Un Factor

ANOVA de Un Factor (Welch)

	F	gl1	gl2	p
Puntuación Total FoMO	4.28	2	16.3	0.032
Factor 1 FoMO	2.86	2	16.7	0.086
Factor 2 FoMO	5.55	2	16.9	0.014

II.4. Análisis Factorial Confirmatorio de la escala FoMO

Estimadores de los Factores

Covarianzas de los Factores

	Estimador	EE	Z	p
Factor 1	Factor 1	1.000 ^a		
	Factor 2	0.387	0.108	3.59
Factor 2	Factor 2	1.000 ^a		< .001

^a parámetro fijo

Ajuste del Modelo

Prueba Para un Ajuste Exacto

χ^2	gl	p
91.0	53	< .001

Medidas de Ajuste

CFI	TLI	SRMR	RMSEA	IC 90% del RMSEA	
				Inferior	Superior
0.880	0.850	0.0759	0.0826	0.0526	0.111

II.5. Análisis de regresión

Regresión Lineal

Medidas de Ajuste del Modelo

Modelo	R	R ²	Prueba Global del Modelo			
			F	gl1	gl2	p
1	0.359	0.129	7.57	2	102	< .001

Coefficientes del Modelo - Puntuación Total FOMO

Predictor	Estimador	EE	t	p
Constante	20.343	6.105	3.33	0.001
Edad (en años)	-0.266	0.157	-1.70	0.093
NEUROTICISMO	0.351	0.120	2.93	0.004

Comprobaciones de Supuestos

Prueba Durbin-Watson de Autocorrelación

Autocorrelación	Estadístico DW	p
0.259	1.46	0.006

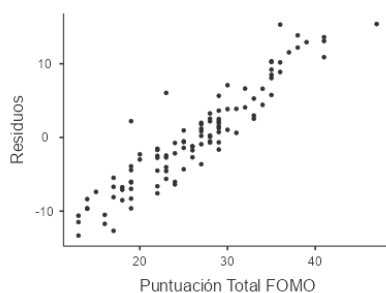
Estadísticas de Colinealidad

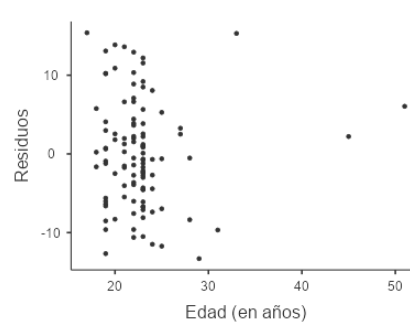
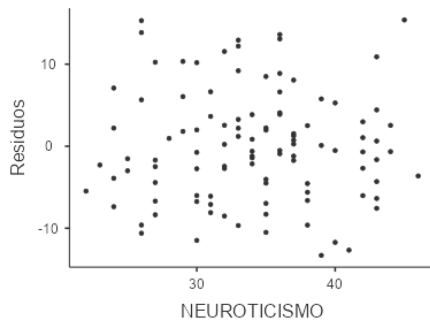
	VIF	Tolerancia
Edad (en años)	1.07	0.931
NEUROTICISMO	1.07	0.931

Prueba de Normalidad (Shapiro-Wilk)

Estadístico	p
0.980	0.107

Gráficas de Residuos





Regresión Lineal

Medidas de Ajuste del Modelo

Modelo	R	R ²	Prueba Global del Modelo			
			F	gl1	gl2	p
1	0.328	0.108	6.14	2	102	0.003

Coefficientes del Modelo - Factor 1 FOMO

Predictor	Estimador	EE	t	p
Constante	10.231	3.4959	2.93	0.004
NEUROTICISMO	0.170	0.0685	2.48	0.015
Edad (en años)	-0.157	0.0898	-1.74	0.084

Comprobaciones de Supuestos

Prueba Durbin-Watson de Autocorrelación

Autocorrelación	Estadístico DW	p
0.0967	1.79	0.298

Estadísticas de Colinealidad

	VIF	Tolerancia
NEUROTICISMO	1.07	0.931
Edad (en años)	1.07	0.931

Prueba de Normalidad (Shapiro-Wilk)

Estadístico	p
0.987	0.412

Gráficas de Residuos

