

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

Facultad de Psicología



**Patrones de uso de Instagram, FoMO y satisfacción con la vida en
universitarios de Lima**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Psicología que
presenta:

Eduardo Arturo Ravichagua Vitor

Asesora:

Cecilia Beatriz Chau Pérez Aranibar


Lima, 2025

INFORME DE SIMILITUD

Yo, Cecilia Beatriz Chau Pérez Aranibar docente de la Facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora de la tesis/el trabajo de investigación titulado “Patrones de uso de Instagram, FoMO y satisfacción con la vida en universitarios de Lima” del autor Eduardo Arturo Ravichagua Vitor dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 23%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 19 de mayo del 2025.
- Confirmando que he revisado de manera manual el reporte de coincidencias, donde he verificado que el contenido puede ser similar a las fuentes originales debido al uso de términos comunes y porque la temática ha sido investigada en otros contextos.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 19 de Mayo del 2025

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: Cecilia Beatriz Chau Pérez Aranibar	
DNI: 08272228	Firma
ORCID: 0000-0002-2631-0301	

Resumen

Este estudio busca identificar las relaciones entre los patrones de uso de Instagram, FoMO y satisfacción con la vida en una muestra de jóvenes peruanos universitarios entre 18 y 25 años, compuesta por 21 hombres (19.6 %) y 86 mujeres (80.4 %), con un promedio de 21.85 años ($DE=1.65$). Respecto al uso de esta red social, se halló que los participantes, en promedio, llevan utilizándola por 6.07 años ($DE = 2.243$). Se utilizó la escala de *fear of missing out scale* (FoMOs), *satisfaction with life scale* (SWLs) e Instagram Patterns of Use Questionnaire (IUPQ) y se encontraron algunas relaciones significativas entre los seis patrones de uso de Instagram con el FoMO, la SWL y entre el FOMO y la SWL. Adicionalmente, tres patrones de uso de Instagram se relacionaron con la satisfacción con la vida mientras que con los otros tres fue contrario a lo esperado. Finalmente, se hallaron diferencias significativas en función del género, edad o tipo de cuenta (pública o privada). En síntesis, al ser Instagram una plataforma altamente visual, con contenido efímero y editado a conveniencia, puede provocar un uso problemático, pues las personas tienden a compararse y estar pendientes de las actividades de los demás; lo cual, en última instancia, afecta el bienestar y la satisfacción que perciben sobre su vida. Se recomienda que, en futuras investigaciones, se realicen estudios longitudinales a fin de poder conocer de qué forma estos patrones afectan el ajuste psicológico en diversos grupos etarios.

Palabras clave: Patrones, FoMO, Satisfacción con la vida, Instagram, Adicciones conductuales

Abstract

This study seeks to identify the relationships between patterns of Instagram use, FoMO and life satisfaction in a sample of young Peruvian university students between 18 and 25 years old, composed of 21 men (19.6%) and 86 women (80.4%), with an average of 21.85 years (SD=1.65). Regarding the use of this social network, it was found that the participants, on average, have been using it for 6.07 years (SD = 2.243). The fear of missing out scale (FoMOs), satisfaction with life scale (SWLs) and Instagram Patterns of Use Questionnaire (IUPQ) were used and some significant relationships were found between the six patterns of Instagram use with the FoMO, the SWL and between the FOMO and the SWL. Additionally, three Instagram usage patterns were related to life satisfaction while with the other three it was contrary to expectations. Finally, significant differences were found according to gender, age or type of account (public or private). In summary, as Instagram is a highly visual platform, with ephemeral and conveniently edited content, it can lead to problematic use, as people tend to compare themselves and be aware of the activities of others, which ultimately affects the well-being and satisfaction they perceive in their lives. It is recommended that, in future research, longitudinal studies be carried out in order to learn how these patterns affect psychological adjustment in different age groups.

Key words: Patterns, FoMO, Satisfaction with life, Instagram, Behavioral addictions

Índice de contenido

Introducción.....	1
Método	11
Participantes	11
Medición	12
<i>Instagram Patterns of Use Questionnaire (IUPQ)</i>	12
<i>Fear of Missing out Scale (FoMOs)</i>	13
<i>Satisfacción con la vida</i>	14
Procedimiento	15
Análisis de datos	15
Resultados	17
Discusión.....	22
Referencias	28
Anexos.....	52
Anexo A: Datos sociodemográficos.....	52
Anexo B: Consentimiento informado.....	53
Anexo C: Ficha de datos sociodemográficos.....	55
Anexo D: Estadísticos de confiabilidad.....	57
Anexo E: Pruebas de normalidad.....	60

Introducción

Durante el tiempo de pandemia por el COVID-19, las personas se vieron forzadas a permanecer más tiempo en casa y se limitó el contacto físico a fin de reducir la diseminación del virus (Schwalb y Seas, 2021). Este confinamiento obligatorio implicó una serie de cambios, como la implementación del teletrabajo (Wang et al., 2021) y el estudio remoto (Daniela & Visvizi, 2021), además de un incremento del estrés por la probabilidad de contagiarse, especialmente en los grupos vulnerables, como las personas con sobrepeso o adultos mayores (Bhattacharjee y Ghosh, 2022). Cabe señalar que, durante el periodo mencionado, también hubo una gran cantidad de procesos de duelo a raíz de las numerosas pérdidas humanas (Eisma y Tamminga, 2020).

Dicho estado de aislamiento podría explicar por qué algunas personas buscaron entretenimiento en conductas como (1) jugar videojuegos, (2) apostar en juegos de azar en línea, (3) visualizar contenido pornográfico, (4) realizar compras compulsivas en línea y (5) utilizar redes sociales (Jiménez-Murcia y Fernández-Aranda, 2022; Király et al., 2020). Si bien, de manera regulada, dichas conductas no son problemáticas, el uso constante y desregulado puede provocar consecuencias perjudiciales en la salud mental. En este sentido, resulta relevante presentar algunas variables que desencadenaron estas conductas en el contexto mencionado. Por ejemplo, (1) los estudios de King et al. (2020) y Ko y Yen (2020) explicaron que el estrés propiciado por el brote del virus pudo haber llevado a jugar videojuegos como forma de afrontamiento. Asimismo, (2) buscar disminuir el aburrimiento, así como el estrés y síntomas de ansiedad, pudo conducir a apostar en juegos de azar en línea (por ejemplo, Ruleta, Lotería, Blackjack, tragamonedas o póquer), excepto los relacionados con deportes, dado que estos se restringieron en un inicio por el contacto físico que implicaban (Håkansson et al., 2020; Hodgins y Stevens, 2021). Por otro lado, (3) como una forma de aliviar el estrés o ansiedad de forma temporal, hubo una tendencia, principalmente en individuos con rasgos narcisistas, a visualizar contenido pornográfico (Zattoni et al., 2021; Mestre-Bach y Potenza, 2020). También, (4) individuos con síntomas de ansiedad, depresión o trastorno obsesivo compulsivo (TOC) tendieron a realizar compras de manera compulsiva en línea a fin de disminuir los síntomas mencionados (Çelik y Köse, 2021; Jaspal et al., 2020; Maraz y Yi, 2022). Por último, (5) algunas personas, como una forma de evitar lidiar con el

estrés, ansiedad o estados de ánimo depresivos (escapismo), utilizaron las redes sociales (Chen et al., 2021; Fernandes et al., 2020).

Respecto al alcance de la problemática dentro de la gran variedad de redes sociales, las que tienen mayor acogida alrededor del mundo, según Statista (2024a), son las siguientes: Facebook (3070 millones de usuarios activos), YouTube (2500 millones), WhatsApp (2000 millones), Instagram (2000 millones) y TikTok (1600 millones). Asimismo, el 31.7 % de los usuarios de Instagram (Statista, 2024b) y el 23% de los usuarios de Facebook poseen edades entre 18 a 24 años (Statista, 2024c). Adicionalmente, se ha encontrado que, en el Perú, la red social Facebook es utilizada por un 84 % de la población; YouTube, por un 60 %, e Instagram, por un 46 % (Ipsos, 2022, como se citó en Álvarez, 2023).

Es probable que este elevado porcentaje de usuarios se deba a que todas estas redes sociales son altamente visuales, lo que significa que el diseño de la interfaz es atractivo para los usuarios al contener una gran variedad de colores en los íconos, así como efectos al interactuar con la plataforma, el formato de letra, entre otras características que combinadas resultan agradables de forma visual (Giraldo et al., 2020).

Al respecto, Instagram contiene funciones como compartir contenido multimedia e interactuar con otros sobre la base de ello. Sin embargo, su interfaz única la convierte en una red social que puede generar un posible uso intensivo con consecuencias psicológicas negativas (Mackson et al., 2019). Con relación al uso de Instagram en el Perú, un estudio realizado por Ipsos (2024), basado en una muestra de 1000 personas de entre 15 y 70 años, halló que el 23 % de los encuestados utilizaba esta red social en el 2019. Para el 2021, la cifra aumentó al 47 %, y en el 2023, alcanzó el 62 %, lo que evidencia su creciente popularidad.

Por otro lado, la palabra "adicción" proviene del latín "adicctio" que significa estar endeudado o esclavizado (Mahoney, 2024; Sussman, 2017, como se citó en Sussman y Pakdaman, 2020). Con el tiempo, el significado de "adicción" cambió y ahora se entiende por dicho término al hecho de perder el control al ingerir alguna sustancia o al realizar cierta conducta repetitiva que esté relacionada con un desajuste del sistema neurobiológico de recompensa (Kalivas y Volkow, 2005; Nathan et al., 2016). En esta misma línea, se ha establecido que la adicción posee 5 componentes: (1) existencia de necesidad, (2) intentos repetitivos de satisfacer esa necesidad, (3) preocupación por satisfacer dicha necesidad, (4)

pérdida de control sobre conductas que buscan satisfacer la necesidad y (5) consecuencias negativas en el entorno laboral o social (Sussman y Sussman, 2011).

Se distinguen dos tipos de adicciones: el trastorno por consumo de sustancias y las comportamentales. Por un lado, el trastorno por consumo de sustancias se entiende como la dependencia a determinada droga debido a que activa de forma intensa el sistema de recompensa a un nivel denominado euforia (American Psychiatric Association [APA], 2022). El consumo persiste a pesar de que afecte la vida del individuo a nivel familiar, laboral o social. Se pueden desarrollar adicciones en el consumo de sustancias, como por ejemplo alcohol, tabaco, cannabis, estimulantes, ansiolíticos, entre otras (Deep y Lal, 2013). Por otro lado, las adicciones comportamentales, o sin sustancia, son conductas gratificantes repetitivas que el individuo no puede detener por cuenta propia y que afectan negativamente diferentes esferas de la vida de forma significativa (Fineberg et al., 2018; Kardefelt-Winther et al., 2017). Dentro de los trastornos a causa de conductas potencialmente adictivas, por el momento, el CIE 11 incluye al trastorno del juego de apuestas y el trastorno de videojuegos, que pueden implicar comportamientos tanto en línea como fuera de línea (OMS, 2019). Asimismo, como se mencionó anteriormente, pueden referirse a otras conductas relacionadas que se llevan a cabo de manera desproporcionada, como el consumo de contenido pornográfico, las compras compulsivas en línea, el uso excesivo de redes sociales, entre otras (Sirvent Ruiz, 2023).

Adicionalmente, por una parte, las adicciones a sustancias comparten algunos elementos en común con las adicciones comportamentales: (1) persiste el deseo de realizar el comportamiento adictivo a pesar de las consecuencias negativas que este implique; (2) implica diversos episodios en los cuales se trata de detener el comportamiento adictivo de forma infructuosa (Fineberg et al., 2018); (3) se experimenta tolerancia, por lo cual se requiere de una frecuencia más alta de la conducta adictiva o la ingesta de la droga para obtener el mismo efecto a nivel físico o psicológico, y (4) se manifiesta el síndrome de abstinencia al no poder realizar la conducta adictiva ni ingerir la sustancia adictiva, lo cual genera un fuerte malestar físico o psicológico (Zou et al., 2017). Por otra parte, la diada mencionada presenta las siguientes diferencias: (1) en las adicciones comportamentales no suele manifestarse efectos físicos, como por ejemplo convulsiones, que sí se experimenta,

por ejemplo, durante la abstinencia al alcohol (Grigsby, 2020); (2) respecto al tratamiento, las adicciones a sustancias requieren de un periodo de desintoxicación previo (Sussman y Bolsshakova, 2020), sin embargo, esto no resulta necesario en las adicciones comportamentales (Derevensky, 2020), y (3) existe mayor estigma hacia las personas con adicción a sustancias que a las personas con adicciones comportamentales (Sattler et al., 2017).

Dentro de las adicciones comportamentales se encuentra la “adicción al Internet”; sin embargo, este término genera polémica, además de que existe cierto debate sobre si se la puede catalogar como una adicción como tal, o si es solo el medio por el cual otros comportamientos se manifiestan (Fernandes et al., 2019; Kuss et al., 2014; Starcevic y Billieux; 2017). En este sentido, diversos autores sostienen que la “adicción a Internet” comprende síntomas equiparables a la adicción a sustancias, tales como la saliencia, la modificación del estado de ánimo, la tolerancia, la abstinencia, la recaída y el conflicto (Billieux et al., 2015; Kuss y Lopez-Fernandez, 2016). En cambio, otros autores refieren que dicho término es un uso problemático de Internet (UPI) que, en el marco del modelo cognitivo conductual propuesto por Davis (2001), presenta otros síntomas como la impulsividad, el *craving* (ansias), el descontrol, entre otros (Fineberg et al., 2018; Kardefelt-Winther, 2016).

En primer lugar, en la “adicción a Internet”, la saliencia se refiere a la preocupación excesiva por parte de un individuo por el uso de Internet o determinada red social. En segundo lugar, mientras se realice la conducta adictiva se inducen alteraciones del estado de ánimo, sentimientos placenteros o un efecto de adormecimiento. En tercer lugar, la tolerancia alude a que el individuo requiere una mayor cantidad de tiempo y energía para participar en las actividades relacionadas con las redes sociales, a fin de lograr los mismos sentimientos y el mismo grado de satisfacción que se produjeron al inicio de la conducta. En cuarto lugar, cuando la persona deja de tener acceso a internet de forma repentina, se producen síntomas psicológicos e incluso fisiológicos desagradables, conocidos como síndrome de abstinencia. En quinto lugar, con el fin de terminar con esta sensación desagradable, los individuos vuelven a realizar la acción adictiva, lo que los conduce a la recaída. Por último, en sexto

lugar, todo lo anterior puede conducir a la persona adicta a las redes sociales a desarrollar problemas interpersonales (Kuss y Griffiths, 2017; Griffiths, 2005).

Por otro lado, el modelo cognitivo conductual propuesto por Davis (2001) refiere a que el uso patológico de Internet (Kandell, 1998) se desarrolla a partir de las expectativas de resultados positivos, tales como recibir *likes*, comentarios favorables, reconocimiento de los pares u obtener popularidad dentro de la red social (Giraldo et al., 2020). Esto, junto a una autorregulación limitada del uso de Internet, desarrolla y mantiene el comportamiento adictivo a redes sociales (Turel y Serenko, 2012; Kuss y Griffiths, 2017).

Este modelo, a su vez, se asocia con cogniciones desadaptativas como, por ejemplo, rumiaciones (pensamientos obsesivos), pensamientos relacionados con que solo los respetan en Internet, o que este es el único lugar en el que se pueden sentir bien consigo mismos (Davis, 2001; Pontes et al., 2015). Los autores mencionados también sostienen que estos individuos pueden seguir pensando en Internet incluso cuando no lo están utilizando, planean sus actividades que realizarán al volver a conectarse y ya no disfrutan los pasatiempos que tenían, lo cual puede llevarlos a aislarse de otros o a evitar dichas actividades sociales o recreativas.

Por lo anterior, se puede discernir entre un uso de Internet (UI) y un uso problemático de Internet (UPI) (Shapira et al., 2000). En este sentido, se sostiene que el UI estará asociado a las personas que utilicen Internet independientemente del tiempo, siempre y cuando este uso no afecte los diferentes ámbitos de su vida, como el laboral, académico o social. Por ello, utilizar el Internet para la búsqueda de información, mantenerse en contacto con los demás, entre otros usos de forma regulada, implica una interacción con la plataforma de forma saludable (Kardefelt-Winther et al., 2017).

En caso contrario, se estaría refiriendo a un UPI, el cual, de acuerdo con el Modelo de Adicción a Internet (IAM), se caracteriza por la interacción de los factores de *empuje* y *atracción*. Por un lado, el factor de *empuje* implica aquellas circunstancias estresantes que impulsan al individuo a utilizar el Internet. Por ejemplo, el estrés y ansiedad generados por la pandemia pudo haber propiciado que las personas utilicen las redes sociales como forma de afrontamiento evitativo. Por otro lado, el factor de *atracción* son todas aquellas características atractivas de Internet que lo vuelven potencialmente “adictivo”. Por ejemplo,

tiene un bajo costo, permite olvidar el aislamiento social, facilita la comunicación, brinda comodidad al individuo o permite el anonimato (Anderson et al., 2017; Douglas et al., 2008). Esta distinción se sostiene a fin de evitar la sobrepatologización de actividades diarias. A pesar de ello, continúa existiendo una falta de consenso que dificulta el estudio de este constructo relativamente nuevo y esto podría ocasionar que disminuya la relevancia o credibilidad de este problema.

Cabe precisar que el término de uso problemático de Internet (UPI) se encuentra en la literatura bajo otras etiquetas como, por ejemplo, adicción al Internet (O'Reilly, 1996; Young, 1998), uso patológico del Internet (Kandell, 1998), uso compulsivo del Internet (Greenfield, 1999a), adicción virtual (Greenfield, 1999b), uso compulsivo de la computadora (Black et al., 1999), entre otros (Kuss y Griffiths, 2017; Pontes et al., 2015). Para el presente trabajo de investigación, estos términos se considerarán equivalentes a UPI por razones de practicidad.

Ahora bien, respecto al impacto del uso problemático de Internet, un estudio reciente ha encontrado que los niños, adolescentes y adultos jóvenes que usan de forma excesiva y constante las redes sociales, por lo general, presentan un bajo rendimiento académico (Buzzai et al., 2021), una baja autoestima (Mathew y Krishnan, 2020), soledad (Deutrom et al., 2021), ansiedad (Hinojo-Lucena et al., 2021), depresión (Aznar et al., 2020), el hábito de revisar las redes sociales de forma impulsiva (Akbari et al., 2021), su perfil *online* distorsionado (Douglas et al., 2008), entre otros (Oberst et al., 2017). Sin embargo, no es posible afirmar si estas dificultades son causas o consecuencias del uso de redes sociales, puesto que, por ejemplo, las personas con ansiedad o depresión podrían desarrollar un uso problemático de redes sociales o viceversa.

El UPI puede desarrollarse a través de la interacción con diversas redes sociales. Entre estas se encuentran el uso problemático de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, entre otros. Para la presente investigación, al momento de hacer referencia a las redes sociales, se aludirá a aquellos sitios web en los que una persona ingresa a una comunidad virtual, comparte su perfil e interactúa, conoce a otros basándose en sus intereses, genera redes de contactos con personas conocidas o no, y maneja, gestiona e interactúa con dichas redes (Kuss y Griffiths, 2017; 2011).

Del uso problemático de Internet (UPI) se desprenden los patrones de uso de redes sociales, los cuales hacen referencia a la manera repetitiva y regular en que los usuarios interactúan o utilizan la plataforma de redes sociales (Romero et al., 2022). Adicionalmente, se sostiene que dicho uso involucra la difusión de contenido de manera pasiva, mediante la visualización de contenido o a través de una interacción directa como, por ejemplo, dando “me gusta” a las publicaciones (Frison y Eggermont, 2017). Particularmente, en el presente estudio se utilizarán los patrones de uso de Instagram hallados por Romero y colaboradores (2023), los cuales son: (1) pérdida de control (LC), ansiedad social (SAN), (3) uso pasivo (PU), (4) aprobación social (SAP), (5) sentimientos de malestar (FD) y (6) comparación autodespreciativa (SDC).

Existen constructos asociados al uso de redes sociales, entre ellos, el FoMO o *fear of missing out*, el cual se refiere a la angustia constante y generalizada por pensar que los demás están teniendo experiencias gratificantes mientras que uno está ausente. Esto produce la necesidad de estar continuamente conectado y al tanto de lo que hacen los demás (Oberst et al., 2017; Przybylski et al., 2013).

Este constructo, que ha ganado actualmente relevancia en la investigación científica, presenta dos componentes. El primero se refiere a la aprehensión que siente el individuo cuando piensa que otros están teniendo experiencias gratificantes mientras él está ausente. Se manifiesta en el aspecto cognitivo de la ansiedad, por ejemplo, preocupación, rumiación (pensamientos obsesivos), entre otros. El segundo componente consiste en aliviar los síntomas previamente mencionados generados por el primer componente. Esto lo realiza el individuo de forma desadaptativa, revisando constantemente el contenido de las redes sociales, así como los servicios de mensajería de estas (Elhai et al., 2021; Przybylski et al., 2013; Rozgonjuk et al., 2019). Los autores mencionados sostienen que este componente se produce no solo de forma activa cuando el individuo dispone de tiempo, sino también de forma reactiva, o a veces pasiva, debido a las grandes cantidades de notificaciones que se reciben a lo largo del día, lo cual termina disminuyendo la productividad.

Asimismo, hay evidencia de que el FoMO se asocia con el uso problemático de redes sociales de forma significativa, positiva y fuerte; es decir, un mayor temor a perdernos lo que realicen nuestros contactos de redes sociales provocará que utilicemos más las redes sociales

de manera desregulada (Alt & Boniel-Nissim, 2018; Cabrera et al., 2019; Varchetta et al., 2020). Con respecto a la diferencia de niveles de FoMO entre hombres y mujeres, se ha encontrado que ellas presentan niveles más altos (Monacis et al., 2017; Varchetta et al., 2020). Además, altos niveles de FoMO suelen estar presentes en las personas más jóvenes en comparación con los adultos (Rozgonjuk et al., 2021). Finalmente, cabe precisar que se ha hallado una correlación positiva, aunque baja, entre el FoMO y el patrón de uso activo referente a publicar historias y pasar tiempo dentro de la plataforma de Instagram (Torres, 2020).

Dadas las consecuencias negativas que el uso problemático de Internet puede tener, y en particular el uso de redes sociales, se ha investigado acerca de su impacto en el bienestar, por lo cual resulta necesario conceptualizar el bienestar subjetivo. Este se entiende como “las evaluaciones cognitivas y afectivas de una persona sobre su vida” (Diener et al., 2002, p. 63) y presenta dos componentes: el afectivo y el cognitivo. Por un lado, el componente afectivo se subdivide en afecto positivo y negativo (Diener y Emmons, 1984). El primero alude a la alegría, euforia, satisfacción, orgullo, cariño, felicidad y éxtasis, y el segundo, a la culpa y vergüenza, tristeza, ansiedad y preocupación, enfado, estrés, depresión y envidia (Diener et al., 1999).

Por otro lado, la satisfacción con la vida (componente cognitivo) es una dimensión importante del bienestar subjetivo (Andrews y Withey, 1976), que se refiere a la evaluación cognitiva global que una persona hace sobre su vida, basada en sus propios criterios y estándares (Shin et al., 1978). Según Diener (1984), la satisfacción con la vida es un juicio cognitivo, no emocional, que forma parte del bienestar subjetivo. Por su parte, Maddux (2002) sostiene que la satisfacción con la vida está fuertemente influenciada por la autoeficacia percibida; en otras palabras, la creencia de una persona en su capacidad para afrontar con éxito desafíos importantes que se presenten en su vida. Esta sensación de control contribuye al bienestar subjetivo, puesto que quienes se sienten capaces de influir en sus circunstancias tienden a experimentar mayor satisfacción con la vida.

En esta misma línea, la satisfacción con la vida se subdivide en dos categorías: la evaluación de la satisfacción con la vida en general y los dominios de satisfacción. El primero comprende evaluar el deseo de cambiar la vida, la satisfacción con el pasado, el presente y el

futuro de nuestra vida, y la satisfacción con la manera como otros ven nuestra vida; mientras que el segundo alude a ámbitos de la vida, tales como el trabajo, la familia, el ocio, la salud, los ingresos, y la evaluación de nosotros mismos y en relación con los demás (Diener et al., 1999).

Ahora bien, por un lado, se ha encontrado que en los adultos mayores (de 65 años a más) el uso de redes sociales genera un incremento de la satisfacción con la vida, dado que aumenta su soporte social, disminuye su soledad y les permite estar en contacto con otras personas, e incluso crear nuevas conexiones (Gaia et al., 2021). Por otro lado, cada vez existe más evidencia sobre la disminución de la satisfacción con la vida en relación con el uso excesivo de redes sociales (Błachnio et al., 2016; Wheatley y Buglass, 2019). De acuerdo con lo anterior, durante el contexto de pandemia, se halló que un mayor uso de redes sociales, particularmente Instagram, se asoció con una menor satisfacción con la vida (Rogowska y Libera, 2022).

En esta misma línea, cabe precisar que diversos estudios han hallado que altos niveles de FoMO se han asociado negativamente con el bienestar y satisfacción con la vida (Burke et al., 2010; Can y Satici, 2019; Deniz, 2021; Giagkou et al., 2018; Kuss y Griffiths, 2017; Sette et al., 2020). En otras palabras, el miedo constante de pensar que sus pares están teniendo experiencias gratificantes está asociado a una disminución de su satisfacción con la vida (Błachnio y Przepiórka, 2018; Deniz, 2021; Uram y Skalski, 2022), así como también a un uso inapropiado e incluso peligroso de redes sociales; por ejemplo, durante clases o mientras se conduce (Przybylski et al., 2013).

Asimismo, diversos estudios han encontrado que FoMO es un potente predictor del uso problemático de redes sociales; es decir, mayores niveles de FoMO se traducen en el uso problemático de estas plataformas (Blackwell, et al. 2017; Boustead y Flack, 2021; Deniz, 2021; Fabris, et al., 2020; Hattingh et al., 2022; Rozgonjuk et al., 2020; Stead y Bibby, 2017; Tandon et al., 2022). De acuerdo con Roberts y David (2020), el FoMO también disminuye la satisfacción con la vida. Por ello, el miedo a perdernos de experiencias gratificantes puede conducir a revisar con mayor frecuencia las redes sociales, como Instagram o Facebook, a fin de estar actualizado con lo que sucede en el entorno (Bakioğlu et al., 2022). Esto, a su vez, disminuye la satisfacción con la vida, en tanto genera un malestar psicológico al

permanecer más tiempo en redes sociales particularmente, porque induce a comparar la vida de un individuo con la de los demás en un entorno virtual curado (Amat et al., 2024).

Por todo lo anterior, el presente estudio reconoce el potencial adictivo de las redes sociales, en especial el de Instagram, dado que es una red altamente visual y atractiva, con un gran número de opciones para poder interactuar con otros y poder seguir sus experiencias a través de historias o *posts* y videos que compartan los usuarios (Harris, 2021). Asimismo, el mecanismo de Instagram, el cual incluye notificaciones constantes e historias efímeras, puede provocar en las personas que desarrollen FoMO, es decir, el miedo a estar perdiéndose de algo (Przybylski, 2013) por no estar conectado en redes sociales (Giraldo et al., 2020) y, por ende, perderse de experiencias gratificantes que puedan suceder en la plataforma (Gupta et al., 2021).

Esto último puede mermar la satisfacción con la vida, en el sentido de que las personas dejan de realizar sus actividades para estar constantemente conectadas, pendientes de lo que sucede, y de esta forma se obstaculiza el logro de actividades importantes. Adicionalmente, poco se ha investigado respecto al uso problemático de Instagram (Foroughi et al., 2021), así como son escasas las investigaciones realizadas en Perú respecto al constructo de FoMO (Varchetta et al., 2020) y satisfacción con la vida (Coronación y Quispe, 2020), y su relación con el uso problemático de Instagram. En esta misma línea, como se mencionó en un inicio, la pandemia puede haber exacerbado el uso de redes sociales, por lo cual resulta importante investigarlo en ese contexto (Veliz, 2021).

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo general identificar las relaciones entre los patrones de uso de Instagram, FoMO y satisfacción con la vida en una muestra de jóvenes peruanos entre 18 y 25 años. De manera específica, se busca conocer si existen diferencias, respecto a las variables de patrones de uso de Instagram, FoMO o satisfacción con la vida, comparando algunas variables sociodemográficas.

Método

Participantes

Para el presente estudio, se contó con una muestra total de 107 jóvenes universitarios de Lima Metropolitana; entre ellos, 21 hombres (19.6 %) y 86 mujeres (80.4 %). Las edades de los participantes oscilaron entre los 18 y 25 años (ver Anexo A), con un promedio de 21.85 ($DE=1.65$). Entre los criterios de inclusión se buscó que los participantes fueran mayores de edad y estén dentro del rango de edad mencionado. Asimismo, todos contaron con, por lo menos, una cuenta activa de Instagram, en donde se encontró que el 59.8 % de las cuentas eran privadas, mientras que el 40.2% fueron públicas. Particularmente, respecto al uso de esta red social, se halló que los participantes en promedio la estuvieron utilizando por 6.07 años ($DE = 2.243$).

Además, en cuanto a su uso en minutos al día, se halló que, en su mayoría, pasan aproximadamente 60 min (26.2 %), 120 min (18.7 %) y 30 min (8.4 %) ($M = 92.733$; $DE = 74.403$). Respecto al número de perfiles, el 52.3 % reportó tener más de una cuenta, mientras que el 47.7 % solo tiene una. Adicionalmente, solo un 23.4 % de la muestra señaló que usa Instagram para promocionarse a sí mismos o a su negocio. También, se observó que el 84.1 % percibe que su uso de Instagram aumentó desde el inicio de la pandemia, el 10.3 % siente que su frecuencia de uso se ha mantenido igual y el 5.6 % indica que ha disminuido. En esta misma línea, los participantes reportaron usar estas redes sociales además de Instagram: WhatsApp (100 %), YouTube (90.7 %), Facebook (86.9 %), TikTok (65.4 %), Twitter (50.5 %), Messenger (40.2 %), Snapchat (7.5 %), otros (5.6 %). Cabe precisar que los instrumentos se aplicaron durante la época de pandemia, en el segundo semestre de 2021.

Asimismo, es importante señalar que se solicitó el consentimiento informado de cada uno de los participantes (ver Anexo B). En este se comunicó el objetivo del estudio, y se indicó que su participación sería completamente voluntaria; es decir, que podrían dejar de

responder en cualquier momento sin que esto implique un perjuicio para ellos; además, se respetó la confidencialidad y anonimato.

Medición

Se presentó una *Ficha de datos sociodemográficos* (ver Anexo C) en la que se les consultó su edad, género, grado de instrucción y nacionalidad.

Instagram Patterns of Use Questionnaire (IUPQ)

El IUPQ mide los patrones de uso de Instagram (Romero et al., 2021). Esta escala cuenta con 37 ítems y un formato de respuesta compuesto por 4 opciones y de tipo de frecuencia: “Nunca” (0) a “Siempre” (4).

Estos se definen de la siguiente manera: (1) pérdida de control (*loss of control* [LC] 11 ítems) comprende comportamientos como la necesidad de ingresar a Instagram, perder la noción del tiempo mientras el individuo utiliza dicha red social, sentir angustia respecto a que se pasa más tiempo del que se tenía planeado inicialmente, entre otros comportamientos similares. (2) Ansiedad social (*social anxiety* [SAN] 5 ítems) alude a la sensación de vulnerabilidad, inseguridad y temor a ser juzgado sobre el contenido que se publica o comparte en Instagram. (3) Uso pasivo (*passive use* [PU] 4 ítems) se refiere al uso de Instagram con el fin de observar el contenido de otros usuarios y se caracteriza por la no interacción con la plataforma mediante comentarios, “me gusta” o publicaciones. (4) Aprobación social (*social approval* [SAP] 6 ítems) comprende el comportamiento de elaborar y editar publicaciones o historias en Instagram, y los sentimientos positivos que los participantes experimentan cuando reciben reacciones, comentarios y “me gusta”. (5) Sentimientos de malestar (*feelings of discomfort* [FD] 5 ítems) hace referencia a la experiencia del usuario de decepción, sufrimiento, desconexión e incomodidad al momento de utilizar Instagram. (6) Comparación autodespreciativa (*self-deprecating comparison* [SDC] 6 ítems) alude a experimentar envidia o tristeza al comparar la vida que poseemos con las de otras personas, teniendo como marco de referencia sus publicaciones o historias en Instagram (Romero et al., 2021; Romero et al., 2023).

Luego de realizar el análisis factorial exploratorio (AFE) en una primera muestra de 312 casos, con método de extracción de factorización de ejes principales y rotación Oblimin, se obtuvieron 6 dimensiones que explicaron el 56.36 % de la varianza: ansiedad social,

aprobación social, comparación autodespreciativa, *feelings of discomfort*, pérdida de control y uso pasivo. Las cargas factoriales de los 37 ítems oscilan entre .403 y .884. Asimismo, los índices de consistencia interna Omega se encontraron entre .68 y .93, con un intervalo de confianza del 95 % [.64, .94]. Luego, la versión en español (realizada por los mismos autores) se aplicó en una muestra de 2372 personas. Posteriormente, se realizó un análisis factorial confirmatorio encontrándose adecuados índices de ajuste $X^2_{(2372)} = 10206.9$; $p < .001$; CFI = .979, TLI = .978, NNFI = .978, SRMR = .066, RMSEA = 0.081. Finalmente, los valores de confiabilidad Omega oscilaron entre .72 y .91, resultando adecuados (Romero et al., 2023).

Respecto a la muestra del presente estudio, se obtuvo en el análisis factorial exploratorio (AFE), con método de extracción de factorización de ejes principales y rotación Oblimin, que los 6 primeros factores explican el 63.6 % de la varianza. Asimismo, el alfa de Cronbach, que da cuenta de confiabilidad de la prueba, arrojó como resultado $\alpha = .936$ que evidencia un adecuado índice según el criterio de Cohen (1988).

Fear of Missing out Scale (FoMOs)

En segundo lugar, se usó la escala de FoMO, la cual fue creada por Przybylski et al. (2013). Está compuesta por 10 ítems y es unidimensional. El formato de respuesta es de tipo Likert, compuesto por 5 opciones: “Para nada cierto” (1), “Ligeramente cierto” (2), “Moderadamente cierto” (3), “Muy cierto” (4), “Extremadamente cierto” (5). El puntaje de la prueba se obtiene sumando los ítems y convirtiendo las respuestas de los participantes en valores del 1 al 5, según corresponda. De esta manera, la puntuación total oscila entre 10 y 50, donde un puntaje más alto indica un mayor nivel de FoMO en el participante. Asimismo, cabe precisar que el objetivo de la prueba es medir el nivel del miedo a perderse de experiencias gratificantes en la plataforma de Instagram. Para la presente investigación, se hizo uso de la versión traducida al español por Gil y colaboradores (2015), quienes, a su vez, validaron la escala en una muestra de 5963 adolescentes y adultos jóvenes pertenecientes a la sociedad española y latinoamericana. El estudio mencionado mostró buenos índices de ajuste, luego de realizar un análisis factorial confirmatorio (AFC) $X^2(35) = 1302.706$; $p < 0.001$; GFI = .934; RMSEA = .079 [.074–.081].

Adicionalmente, esta adaptación ha sido utilizada con 357 estudiantes universitarios que residen en Lima, cuyas edades oscilan entre 16 y 27 años (Correa-Rojas et al., 2021). En

dicho estudio, el coeficiente Omega de confiabilidad fue de .895. Por un lado, con respecto a las evidencias de validez, se encontró que la versión adaptada al español de la escala de FoMO presenta un ajuste adecuado, luego de haber realizado un análisis factorial confirmatorio (AFC), el cual arrojó buenos índices de ajuste en el estudio de Correa-Rojas (2021) $\chi^2/gf = 1.457$, CFI = .988, TLI = .984, SRMR = .059 y RMSEA = .036 [.006-.057].

Por otro lado, con respecto a las evidencias de validez convergente Correa-Rojas y colaboradores (2021), se halló que la escala correlaciona de forma estadísticamente significativa, positiva y con un nivel moderado con las siguientes variables: la adicción al Facebook ($r = .359$; $p < .001$), la perturbación de la comunicación ($r = .323$; $p < .001$), la obsesión por el móvil ($r = .419$; $p < .01$) y los sentimientos de soledad ($r = .353$; $p < .001$). En el presente estudio, el alfa de Cronbach para esta escala fue de .894, lo cual da cuenta de una confiabilidad excelente (ver Anexo D).

Satisfacción con la vida

Finalmente, se utilizó la escala de satisfacción con la vida propuesta por Diener et al. (1985), la cual está compuesta por 5 ítems y se evalúa con una escala de Likert de 7 puntos en relación con el acuerdo o desacuerdo con los enunciados postulados, que van desde “Totalmente en desacuerdo” (1), “En desacuerdo” (2) “Ligeramente en desacuerdo” (3), “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” (4), “Ligeramente de acuerdo” (5), “De acuerdo” (6) y “Totalmente de acuerdo” (7) (Pavot y Diener, 1993). El puntaje de la prueba se obtiene sumando los ítems y convirtiendo las respuestas de los participantes en valores del 1 al 7, según corresponda. De esta manera, la puntuación total oscila entre 5 y 35, donde un puntaje más alto indica un mayor nivel de satisfacción con la vida en el participante.

La escala de satisfacción con la vida fue traducida al español por Cabañero y colaboradores (2004), en una muestra de 588 mujeres de España. En este estudio, se aplicó la versión adaptada al español por Garrido et al. (2010), quienes en su estudio encontraron un índice de consistencia interna adecuado, dado que se obtuvo un Alfa de Cronbach de .836. Además, diversas investigaciones realizadas en el Perú han hallado, luego de aplicar un análisis factorial confirmatorio, que un factor posee porcentajes de varianza explicada que oscilan entre 57.63 % y 62.49 %; asimismo, arrojan cargas factoriales que fluctúan de .61 a .84 (Cassaretto y Martinez, 2017; Martinez, 2004; Mikkelsen, 2009; Reynoso, 2019; Rosales,

2015). Con respecto a las evidencias de validez convergente, Mañas et al. (2007) encuentran una correlación significativa, positiva y fuerte entre el bienestar psicológico y la satisfacción con la vida ($r = .539, p < .001$). En la presente investigación, el alfa de Cronbach para esta escala fue de .895, lo cual indica una confiabilidad excelente (ver Anexo D).

Procedimiento

Este estudio forma parte de una investigación internacional de mayor magnitud desarrollada por Romero et al. (2022) en tres idiomas distintos (español, inglés y francés), con muestras de jóvenes procedentes de distintos países (Perú, Reino Unido, Bélgica, Francia, Australia, Estados Unidos y España). En este proyecto, se convocó a los participantes a través de publicaciones en redes sociales (Facebook e Instagram). El enlace al estudio llevaba al participante a la plataforma Qualtrics, donde contestaron al consentimiento informado. Finalmente, se presentaron diversos instrumentos, y entre estos se encontraban los previamente mencionados.

Análisis de datos

Los datos obtenidos se almacenaron en un lugar seguro con el fin de salvaguardar la confidencialidad. En un inicio, mediante el programa SPSS versión 25, se analizaron las frecuencias y datos descriptivos de las variables sociodemográficas, tales como sexo, edad, grado de instrucción, entre otros.

Seguidamente, se verificó la confiabilidad de las escalas utilizadas o de las subescalas donde correspondiera (FoMO, SWLS, IUPQ), y se consideró qué coeficientes de consistencia interna mayores a .70 serían adecuados para garantizar la precisión de los resultados (Kaplan y Saccuzzo, 2013; Murphy y Davidshofer, 2014), como se detalla en el Anexo C. Después, se analizó la normalidad de las distribuciones mediante la prueba de Kolmogorov Smirnov (KS), obteniéndose una tendencia no normal en la mayoría de las variables de estudio (ver Anexo E). Posteriormente, se realizaron correlaciones bivariadas entre el FoMO, la satisfacción con la vida y cada uno de los factores del IUPQ, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, dada la distribución no paramétrica de las variables. Con esto, se buscó encontrar el sentido de las relaciones entre estas variables, así como la fuerza de estas.

En este sentido, se realizaron las correlaciones a fin de responder al objetivo general que era identificar las relaciones entre FoMO, cada uno de los factores del IUPQ y la

satisfacción con la vida. Con respecto al objetivo específico, se realizó tres U de Mann-Whitney, debido a la no normalidad, con el fin de identificar las posibles diferencias en las variables del estudio en función del género (femenino o masculino), grupos etarios (Grupo 1 = 18 a 21 años; Grupo 2= 22 a 25 años) y tipo de cuentas (cuentas privadas o públicas).



Resultados

En el presente apartado, se reportan los resultados obtenidos que responden a los objetivos generales y específicos de la presente investigación. Con respecto al objetivo general, se realizó una correlación con todas las variables del estudio (ver Tabla 1): satisfacción con la vida (SWL), miedo a perderse experiencias gratificantes (FoMO) y patrones de uso de Instagram (IUPQ): (1) pérdida de control (loss control [LC]), (2) ansiedad social (social anxiety [SAN]), (3) uso pasivo (passive use [PU]), (4) aprobación social (social approval [SAP]), (5) sentimientos de malestar (feelings of discomfort [FD]) y (6) comparación autodespreciativa (self deprecating comparison [SDC]).

Respecto a las relaciones de FoMO, SWL y factores de IUPQ, primero, el FoMO se asoció de forma pequeña con el patrón de uso de Instagram uso pasivo [PU] ($r = .073$) y con la satisfacción con la vida [SWL] ($r = -.221$; $p < .05$), según los criterios de Cohen (1988). Por un lado, con el uso pasivo hubo una relación directa; lo cual implica que, a mayor interacción como espectador, mayor FoMO, y viceversa. Por otro lado, entre el FoMO y la satisfacción con la vida hubo una relación inversa; es decir, de forma bidireccional, a mayor FoMO, menor satisfacción con la vida. Segundo, el FoMO se asoció significativamente, de forma mediana y directa, con la pérdida de control. Es decir, a mayor FoMO, mayor sensación de no poder controlar el tiempo que se utiliza la plataforma. Tercero, el resto de los patrones de uso de Instagram se asoció de forma significativa y grande (Cohen, 1988).

Por otra parte, respecto a las relaciones de SWL y los 6 factores, en primer lugar, no se encontraron relaciones relevantes entre la satisfacción con la vida y los patrones de pérdida de control ($r = .040$) o aprobación social ($r = .040$). En segundo lugar, se hallaron 2 relaciones pequeñas e inversas entre la satisfacción con la vida y los patrones de ansiedad social ($r = -.260$; $p < .001$) o sentimientos de malestar ($r = -.156$). En tercer lugar, se encontraron 2 relaciones medianas e inversas entre la satisfacción con la vida y los patrones de uso pasivo ($r = -.302$; $p < .001$) o comparación autodespreciativa ($r = -.402$; $p < .001$).

Tabla 1*Correlaciones entre variables de estudio*

		1	2	3	4	5	6	7	8
1	LC	-							
2	SAN	.409**	-						
3	PU	.095	.218*	-					
4	SAP	.403**	.570**	-0.129	-				
5	FD	.483**	.589**	0.021	.552**	-			
6	SDC	.411**	.716**	.243*	.452**	.582**	-		
7	FoMO	.429**	.640**	0.073	.558**	.681**	.553**	-	
8	SWLS	.040	-.260**	-.302**	.040	-.156	-.402**	-.221*	-

Nota. * $p < .05$; ** $p < .001$; LC = Loss of Control; SAN = Social Anxiety; PU = Passive Use; SAP = Social Approval; FD = Feelings of Discomfort; SDC = Self Deprecating Comparison; FoMO = Fear of missing out; SWL = Satisfaction with Life.

Con respecto a los objetivos específicos, se esperó encontrar diferencias en función del género (femenino o masculino), grupo etario deliberado arbitrariamente (Grupo 1 = 18-21 años; Grupo 2= 22-25 años) y el tipo de cuenta (cuentas privadas o públicas). En este sentido, en primer lugar, se halló que existen diferencias estadísticamente significativas, en donde las mujeres obtienen un mayor puntaje en los factores de pérdida de control ($U=590.5$; $p < .05$) y comparación autodespreciativa ($U=590.5$; $p < .05$), a diferencia de los hombres (ver Tabla 2).

Tabla 2*Diferencias en las variables de estudio según género*

	Género		<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	<i>r de Rosenthal</i>
	Femenino	Masculino				
	<i>n</i> = 86	<i>n</i> = 21				
	<i>Mdn</i>	<i>Mdn</i>				
LC	36	33	590.5	-2.454	0.014	-0.295
SAN	12	12	857.5	-0.357	0.720	-0.073
PU	12.5	13	845.5	-0.453	0.650	-0.089
SAP	18	17	805	-0.770	0.440	-0.130
FD	9	8	829.5	-0.579	0.562	-0.140
SDC	17	13	607.5	-2.322	0.020	-0.424
FoM	22	23	889	-0.109	0.912	-0.016
O						
SWL	24	23	843	-0.471	0.637	-0.068

Nota. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

En segundo lugar, se realizó una comparación entre grupos etarios (ver Tabla 3) de la muestra de participantes de 18 a 25 años (Grupo 1 = 18 - 21 años; Grupo 2 = 22 - 25 años). En esta se encontró diferencias significativas solo con la satisfacción con la vida ($U=0.033$; $p < .05$), lo que da cuenta de que los más jóvenes (Grupo 1) tuvieron menor satisfacción con la vida que los de mayor edad (Grupo 2).

Tabla 3*Diferencias en las variables de estudio según grupo etario*

	Grupo Etario		<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	<i>r de Rosenthal</i>
	Grupo 1	Grupo 2				
	<i>n</i> = 49	<i>n</i> = 58				
	<i>Mdn</i>	<i>Mdn</i>				
LC	36	34.5	1336.500	-0.529	0.597	-0.063012916
SAN	11	12	1396.000	-0.157	0.875	-0.032674829
PU	13	12	1238.500	-1.148	0.251	-0.229614053
SAP	16	18	1174.000	-1.549	0.121	-0.265589069
FD	9	9	1364.000	-0.358	0.720	-0.084433341
SDC	17	16	1258.500	-1.018	0.309	-0.177251278
FoMO	22	23	1414.000	-0.044	0.965	-0.00653277
SWL	23	25	1081.000	-2.130	0.033*	-0.307407595

Nota. Grupo 1: 18 - 21 años; Grupo 2: 22 a 25 años. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

En tercer lugar, se realizó una comparación de la muestra entre los usuarios que reportaron poseer una cuenta pública o privada (ver Tabla 4). A partir de este análisis, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las siguientes variables. Primero, se observó que el uso pasivo ($p = .021$) cuenta con un efecto moderado ($r = -.460$), lo cual podría implicar que los usuarios de cuentas privadas tienen una mayor tendencia al uso pasivo, en contraste con los participantes de cuentas públicas. Segundo, respecto a la aprobación social ($p = .015$), también contó con un efecto moderado ($r = -.412$). Esto evidencia que los usuarios de cuentas públicas tienden a buscar mayor aprobación social que los que poseen cuentas privadas.

Tabla 4*Diferencia según tipo de cuenta en las variables de estudio*

	Tipo de cuenta		<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	<i>r de Rosenthal</i>
	Cuenta Pública	Cuenta Privada				
	n = 43	n = 64				
	<i>Mdn</i>	<i>Mdn</i>				
LC	33	36	1138.000	-1.514	0.130	-0.182308812
SAN	12	12	1364.500	-0.073	0.942	-0.014952619
PU	12	13	1015.500	-2.305	0.021	-0.460923325
SAP	18	17	995.500	-2.424	0.015	-0.412748628
FD	9	9	1375.000	-0.006	0.995	-0.001505313
SDC	17	16	1249.000	-0.809	0.419	-0.140775654
FoMO	22	23	1331.000	-0.286	0.775	-0.042916659
SWL	22	25	1069.000	-1.954	0.051	-0.285058216

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Discusión

En el presente apartado se discuten los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, los cuales se derivan del análisis de las variables de estudio: patrones de uso de Instagram, miedo a perderse experiencias gratificantes en Instagram y satisfacción con la vida. Para medir dichas variables, se aplicaron tres instrumentos al público objetivo previamente mencionado: (1) el Cuestionario de patrones de uso de Instagram (IUPQ), se utilizó para evaluar los seis patrones de uso de Instagram; (2) la escala del miedo a perderse de algo, utilizada para medir el nivel de miedo a perderse experiencias gratificantes en dicha red social; y (3) la escala de satisfacción con la vida, que permitió obtener puntuaciones generales sobre el nivel de satisfacción con la vida en jóvenes universitarios.

Respecto al objetivo general, se buscó identificar relaciones entre las tres variables del presente estudio: los patrones de uso de Instagram, FoMO y SWL. En línea con lo anterior, la primera variable en mención cuenta con 6 factores: (1) pérdida de control (LC), ansiedad social (SAN), (3) uso pasivo (PU), (4) aprobación social (SAP), (5) sentimientos de malestar (FD) y (6) comparación autodespreciativa (SDC). En relación con el uso de Instagram y FoMO, se encontró lo siguiente:

En primer lugar, con el FoMO se relacionaron cinco de los seis factores. Esto es esperable dado que los patrones de uso podrían provocar síntomas de ansiedad en el individuo y el FoMO se considera un estado de ansiedad (Mao y Wang, 2023; Röttinger et al., 2021; Wegmann et al., 2017). Lo anterior se puede explicar por el hecho de que la forma desadaptativa de interactuar con la plataforma, por ejemplo, comparándose de forma autodespreciativa con los pares en cuanto al físico, logros, entre otros aspectos, puede provocar sentimientos de malestar. Esto, a su vez, se suele realizar de forma pasiva; es decir, observando las historias o publicaciones de las redes sociales.

En segundo lugar, no se encontró relación entre el FoMO y el uso pasivo de Instagram, lo cual no era esperable, dado que la literatura sostiene que interactuar de forma pasiva como, por ejemplo, revisar las notificaciones de manera desregulada, es una acción propia del miedo a perderse de experiencias que los pares estén disfrutando mientras que el individuo se encuentra ausente (Öztürk et al., 2020; Zhang et al., 2021). Se hipotetiza que este resultado podría deberse a que, en ocasiones, la navegación en Instagram se realiza sin

un propósito en particular, sino solo como un medio para ocupar el tiempo en situaciones de espera como, por ejemplo, durante el tráfico o las filas en entidades bancarias.

Respecto a la relación de la satisfacción con la vida y los seis patrones de uso de Instagram, se encontró que es inversa y va de pequeña a mediana, a excepción de los sentimientos de malestar (FD), pérdida de control (LC) y aprobación social (SAP) donde no se halló una relación significativa o relevante.

En primer lugar, las relaciones encontradas entre la satisfacción con la vida y algunos patrones eran esperables como se sostiene en la evidencia. Por ejemplo, un estudio encontró que la comparación autodespreciativa (SDC), comprendida como el malestar psicológico al ver los logros o rendimiento de otras personas, se asocia con una menor satisfacción con la vida (Burnell et al., 2019; Kim et al., 2021; Padmanabhanunni et al., 2023; Reer et al., 2019; Servidio et al., 2024; Vogel et al., 2014). Esto podría explicarse por el hecho de que los adultos emergentes, que constituyen la mayor parte de la muestra, tienden a compararse de forma autodespreciativa frente a sus pares a medida que pasan más tiempo en las redes sociales. Esto, a su vez, podría disminuir su satisfacción con la vida, dado que infravaloran sus capacidades o competencias (De Vries y Kühne, 2015; Dumas et al., 2017; Lee y Park, 2021; Szcześniak et al., 2021; Valkenburg; 2006).

En segundo lugar, la relación entre los sentimientos de malestar (FD) y satisfacción con la vida (SWL) resultó ser no significativa y directa en contra de lo esperado. Esto da cuenta de una inconsistencia con la literatura, en tanto la satisfacción con la vida se asocia negativamente con los sentimientos de decepción o incomodidad como resultado de interactuar con la plataforma (Samra et al., 2022; Steinberger y Kim, 2023). Esto podría deberse a que los sentimientos de malestar fueron enfocados en torno al uso de redes sociales, particularmente Instagram (Faelens et al., 2021), por lo cual es plausible que los participantes no consideren que la red social sea la que los provoque, sino más bien que sientan que síntomas de estrés o ansiedad son propios de la vida universitaria y, por ende, no perciban que afecte su satisfacción con la vida.

En tercer lugar, los resultados no esperados entre la satisfacción con la vida y la pérdida de control (LC) o aprobación social (SAP) (Dumas et al., 2017) pueden explicarse en tanto la pérdida de control en la delimitación del tiempo de uso de Instagram sea percibida

como una forma normalizada de afrontar el aburrimiento entre los adultos emergentes universitarios. De la misma forma, es común que las personas de esta etapa estén en constante búsqueda de “me gusta” frente al desarrollo de su identidad en esta fase del desarrollo. En línea con lo anterior, la búsqueda de aprobación social se podría dar en el esfuerzo por solo mostrar aspectos positivos de su vida, editar sus fotos y ser activos dando “me gusta” a publicaciones o historias de pares a fin de aumentar la probabilidad de reciprocidad, lo cual puede ser percibido como que no necesariamente afecta la satisfacción con la vida (Cary et al., 2024).

Por otra parte, la relación entre FoMO y la satisfacción con la vida resultó ser pequeña e inversa. Esto es coherente con la teoría, ya que diversos estudios encontraron que el miedo a perderse de algo disminuye la satisfacción que tenemos con la vida, pues nos genera un malestar psicológico constante (Burke et al., 2010; Can y Satici, 2019; Deniz, 2021; Giagkou et al., 2018; Kuss y Griffiths, 2017; Sette et al., 2020). Cabe precisar que se entiende la relación como pequeña, puesto que otro estudio reciente encontró que no hay asociación entre el FoMO y la satisfacción con la vida (Li et al., 2024). En este sentido, esta relación podría deberse a que el FoMO contempla un comportamiento más específico del usuario respecto al uso de redes sociales (Przybylski et al., 2013), mientras que la satisfacción con la vida no se limita únicamente a la experiencia en estas plataformas digitales, sino que abarca múltiples dimensiones como, por ejemplo, la calidad de las relaciones interpersonales en la vida real, el éxito académico o laboral, la estabilidad emocional, la percepción de logro y poseer un propósito en la vida (Diener, 1984).

Respecto al primer objetivo específico, se halló que, según el género, las mujeres perciben mayor pérdida de control (LC) y comparación autodespreciativa (SDC) al momento de utilizar Instagram. Esto es coherente con la literatura, dado que un estudio ha encontrado que las mujeres presentan mayor uso problemático de Instagram que los hombres, lo cual refleja una desregulación en el tiempo que se usa la plataforma (Balta et al., 2020). Esto podría explicarse en tanto se ha encontrado que las mujeres suelen compararse más en redes sociales, debido probablemente a que usan activamente más tiempo la plataforma que los hombres, sobre todo, se observa que se comparan en relación con su imagen en Instagram (Haferkamp y Krämer, 2011; Nesi y Prinstein, 2015; McComb et al., 2023).

Respecto al segundo objetivo específico, solo se encontraron diferencias significativas en la satisfacción con la vida. De ello se desprende que el primer corte de edad (de 18 a 21 años) de los participantes más jóvenes presenta menor satisfacción con la vida en comparación con el segundo corte de edad (de 22 a 25 años). Esto es contrario a la literatura en donde un estudio ha encontrado que, a medida que se es más joven, se tiende a tener mayor satisfacción con la vida (Marquez et al., 2024). Esto podría explicarse debido a que probablemente a las personas más jóvenes se les dificulte más adaptarse a la vida universitaria, precisamente por la falta de experiencia inherente a su edad en comparación con los participantes mayores. Por lo anterior, es posible hipotetizar que perciban menor satisfacción con la vida que el grupo de mayor edad.

Respecto al tercer objetivo específico, se encontraron diferencias significativas en el uso pasivo y la aprobación social en un contraste de los participantes según el tipo de cuenta (pública o privada). En este sentido, por un lado, se halló que los que tienen una cuenta privada presentan una tendencia al uso pasivo. Se podría hipotetizar que, dadas las características de una cuenta privada, se espera el uso de perfiles más introvertidos. Esto es congruente con la literatura y podría explicarse por variables de personalidad, pues aquellas personas que tienden a ser más introvertidos suelen poseer cuentas privadas, que implica restringir el acceso, evitar comentar publicaciones o postearlas; por ende, realizar una menor interacción con la plataforma. Por otro lado, aquellos perfiles con rasgos de extraversión tenderán al uso de cuentas públicas y a realizar un uso activo en el que se mantienen en contacto con sus pares mediante mensajes o publicaciones, lo cual incrementa su bienestar y satisfacción con la vida en última instancia (Sciara et al., 2023; West et al., 2009).

En esta misma línea, el rasgo de personalidad de responsabilidad (*conscientiousness*) presenta una asociación negativa con el uso problemático de Instagram. Esto podría explicarse por el hecho de que los usuarios delimitan y cumplen con el tiempo de uso de la plataforma para atender sus responsabilidades académicas o laborales (Bernal-Ruiz y Rosa-Alcázar, 2022; Kircaburun & Griffiths, 2018).

Adicionalmente, se encontró que aquellos participantes con cuentas públicas tienden a buscar la aprobación social de otros. Esto es coherente con la teoría, ya que otro estudio encontró que las personas con cuenta pública en Instagram tienden a mostrar los aspectos

más positivos de su vida en el contenido que suben a la plataforma, con el fin de ser aceptadas por los demás (Sciara et al., 2023; Wijayanti. M. y Adhiatma, 2018).

Respecto a las limitaciones del presente estudio, en primer lugar, se ha identificado que el autorreporte puede provocar cierta deseabilidad social en los participantes, lo cual conlleva a que no hayan respondido al cuestionario con total objetividad; además, el recuerdo evocado puede resultar ser no tan fidedigno a como realmente sucedió (Valle y Zamora, 2022). Asimismo, la presente investigación ha sido de corte transversal; es decir, se ha analizado la experiencia del participante usando las redes sociales en un solo momento del tiempo, lo cual dificulta observar el patrón de uso de las redes sociales en determinado lapso (Lian et al., 2017). Esto fue previo a los exámenes en agosto de 2021, por lo cual se espera que los estudiantes hayan podido usar con mayor frecuencia Instagram y tiendan a asociarlo a experiencias positivas, por el momento, cercano a las vacaciones de mitad de año. En segundo lugar, la muestra ha sido no probabilística y, por ende, no representativa. Esto es debido a que se escogió una muestra por conveniencia con cierto rango de edad, entre otras características; por lo que los resultados no son generalizables (Romero et al., 2023). En tercer lugar, es probable que las variables utilizadas en el presente estudio no terminan de explicar el objetivo general, puesto que podría haber otras variables que influyen en el uso de Instagram y afecten la satisfacción con la vida como, por ejemplo, la autoestima (Szcześniak et al., 2021), la soledad (Deutrom et al., 2021; Uram & Skalski, 2022), la depresión (Cheng y Lau, 2022; Sommantico et al., 2023), entre otras.

Respecto a las recomendaciones para futuras investigaciones, en primer lugar, se sugiere realizar estudios longitudinales en los que se recoja la experiencia de los participantes en varios momentos, a través de videos o sensores en la vista y tacto, de tal forma que se pueda registrar con la mayor precisión posible su comportamiento en el uso de Instagram. En segundo lugar, con referencia a la intervención psicológica, se recomienda disminuir un uso pasivo brindando talleres que refuercen las habilidades sociales en los jóvenes universitarios, que permita crear una red de soporte social y emocional como factor protector del bienestar psicológico y la satisfacción con la vida. En tercer lugar, se recomienda analizar otras variables relacionadas con la satisfacción con la vida y el uso de Instagram, como son la personalidad, la autoestima, los motivos de uso de Instagram, entre otras. Asimismo,

resultaría relevante realizar otros análisis estadísticos, como modelos de ecuaciones estructurales, para identificar el rol mediador del FoMO.

Respecto a los alcances del presente estudio, se sostiene que este ayuda a reforzar la escasa literatura en español referida al uso problemático de Instagram debido a que gran parte de las investigaciones tiene como plataforma a Facebook; sin embargo, como se sostuvo en líneas anteriores, los mecanismos de Instagram podrían provocar un mayor uso desregulado por parte de los jóvenes en la actualidad, dado su atractivo visual y características únicas, que permiten mostrar solo aspectos positivos de nuestra vida, lo cual tiende a distar de la realidad. Se concluye que pasar tiempo en redes sociales monitoreando el contenido de otros o preocupándonos por lo que publican en estas plataformas podría conllevar a una disminución de la satisfacción con la vida. Por ello, se exhorta a los futuros investigadores y psicólogos a brindar ponencias en las que se busque sensibilizar sobre los posibles riesgos de utilizar de forma desregulada las redes sociales, particularmente Instagram, en los jóvenes universitarios.



Referencias

- 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. Advance online publication. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00083>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links between Adolescents' Deep and Surface Learning Approaches, Problematic Internet Use, and Fear of Missing Out (FoMO). *Internet Interventions*, *13*, 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>
- Álvarez, J. (2023). Si no estás en RRSS, estás en na. <https://www.ipsos.com/es-pe/si-no-estas-en-rrss-estas-en-na>
- Amat, M.A.C., Tugiman, N. & Asri, A.S. (2024). The Relationship between Life Satisfaction, Self-esteem, Fear of Missing out (FOMO) and Social Media Addiction among University Students in Malaysia, *Journal of Institutional Research South East Asia*, *22*(1), 22-46
- American Psychiatric Association. (2022). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales: DSM-5-TR* (5ª ed., texto revisado). American Psychiatric Publishing.
- Anderson, E. L., Steen, E., y Stavropoulos, V. (2017). Internet use and Problematic Internet Use: a systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International journal of adolescence and youth*, *22*(4), 430-454. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>
- Andrews, F. M., y Withey, S. B. (1976). *Social indicators of well-being: America's perception of life quality* (1st ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4684-2253-5>
- Atienza, F., Pons, D., Balaguer, I., y García-Merita, M (2000). Propiedades psicométricas de la escala de satisfacción con la vida en adolescentes. *Psychotema*, *12*, 314-319. <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/7597>

- Aznar Díaz, I., Kopecký, K., Romero Rodríguez, J. M., Cáceres Reche, M. P., & Trujillo Torres, J. M. (2020). Patologías asociadas al uso problemático de internet. Una revisión sistemática y metaanálisis en WOS y Scopus. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 34(82), 229. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2020.82.58118>
- Bakioğlu, F., Deniz, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2022). Adaptation and validation of the Online-Fear of Missing Out Inventory into Turkish and the association with social media addiction, smartphone addiction, and life satisfaction. *BMC Psychology*, 10(1), 154. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00856-y>
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., y Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628–639. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>
- Bernal-Ruiz, C., & Rosa-Alcázar, A. I. (2022). The Relationship Between Problematic Internet Use, WhatsApp and Personality. *Europe's journal of psychology*, 18(1), 6–18. <https://doi.org/10.5964/ejop.2051>
- Bhattacharjee, A., & Ghosh, T. (2022). COVID-19 Pandemic and Stress: Coping with the New Normal. *Journal of Prevention and Health Promotion*, 3(1), 30–52. <https://doi.org/10.1177/26320770211050058>
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez, O., Kuss, D. J., y Griffiths, M. D. (2015). Can Disordered Mobile Phone Use Be Considered a Behavioral Addiction? An Update on Current Evidence and a Comprehensive Model for Future Research. *Current Addiction Reports*, 2(2). <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>
- Błachnio, A., Przepiorka, A., & Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701–705. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.026>
- Błachnio, A., y Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.11.012>

- Black, D. W., Belsare, G., y Schlosser, S. (1999). Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting compulsive computer use behavior. *The Journal of clinical psychiatry*, 60(12), 839–844. <https://doi.org/10.4088/jcp.v60n1206>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., y Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Boustead, R., y Flack, M. (2021). Moderated-mediation analysis of problematic social networking use: The role of anxious attachment orientation, fear of missing out and satisfaction with life. *Addictive Behaviors*, 119. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106938>
- Burke, M., Marlow, C., y Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1909–1912. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>
- Burnell, K., George, M. J., Vollet, J. W., Ehrenreich, S. E., y Underwood, M. K. (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(3). <https://doi.org/10.5817/CP2019-3-5>
- Buzzai, C., Filippello, P., Costa, S., Amato, V., & Sorrenti, L. (2021). Problematic internet use and academic achievement: a focus on interpersonal behaviours and academic engagement. *Social Psychology Of Education*, 24(1), 95-118. <https://doi.org/10.1007/s11218-020-09601-y>
- Cabañero Martínez, M. J., Martínez, M. R., Cabrero García, J., Orts Cortés, M. I. (2004). Fiabilidad y validez de la Escala de Satisfacción con la Vida de Diener en una muestra de mujeres embarazadas y puérperas. *Psicothema* (16) nº3, pp. 448-455 <https://www.redalyc.org/pdf/727/72716318.pdf>
- Cabrera G. A., Andal, A., Delariarte, C., Kallarackal M. V., y Tanganco, G. J. (2019). Fear of Missing Out and Social Networking Site Usage: Predictors of Problematic Internet

- Use among College Students. *Asia Pacific Journal of Academic Research in Social Sciences*, Vol. 4, pp. 56-61. <https://asiapjournals.org/download/fear-of-missing-out-and-social-networking-site-usage-predictors-of-problematic-internet-use-among-college-students/>
- Can, G., y Satici, S. A. (2019). Adaptation of fear of missing out scale (FoMOs): Turkish version validity and reliability study. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 32(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s41155-019-0117-4>
- Cary, K. M., Maas, M. K., Greer, K. M., & Meshi, D. (2024). Observed Instagram use and satisfaction with life: Associations with received communications and exploration of others' content after posting a selfie. *PLOS ONE*, 19(3), e0297392. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297392>
- Cassaretto, M., y Martínez, P. (2017). Validación de las escalas de bienestar, de florecimiento y afectividad. *Pensamiento Psicológico*, 15(1), 19–31. <https://doi.org/10.11144/Javerianacali.PPSI15-1.VEFA>
- Çelik, S., & Köse, G. G. (2021). Mediating effect of intolerance of uncertainty in the relationship between coping styles with stress during pandemic (COVID-19) process and compulsive buying behavior. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110, 110321. <https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110321>
- Chen, I.-H., Chen, C.-Y., Pakpour, A. H., Griffiths, M. D., Lin, C.-Y., Li, X.-D., & Tsang, H. W. H. (2021). Problematic internet-related behaviors mediate the associations between levels of internet engagement and distress among schoolchildren during COVID-19 lockdown: A longitudinal structural equation modeling study. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(1), 135–148. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00006>
- Cheng, C., & Lau, Y.-C. (2022). Social Media Addiction during COVID-19-Mandated Physical Distancing: Relatedness Needs as Motives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8), 4621. <https://doi.org/10.3390/ijerph19084621>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2da edición). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

- Coronación L., y Quispe, J. (2020). *Satisfacción con la vida y adicción a las redes sociales en adolescentes preuniversitarios de Lima metropolitana* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10132>
- Correa-Rojas, J., Grimaldo-Muchotrigo, M., y del Rosario-Gontaruk, S. (2021). Propiedades psicométricas de la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) en universitarios peruanos. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(2), 113–120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7709470>
- Daniela, L., & Visvizi, A. (Eds.). (2021). *Remote Learning in Times of Pandemic: Issues, Implications and Best Practice* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003167594>
- Datum. (2020). *Comportamiento online ante coyuntura covid-19*. https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/2020%20Comportamiento%20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19.pdf
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00041-8)
- De Vries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217–221. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.05.029>
- Deep Pattanayak, R. & Lal, R. (2013).. Substance use disorders: Concept and overview. In *Substance Use Disorders Handbook for Physicians*. https://www.lgbrimh.gov.in/resources/Addiction_Medicine/elibrary/sunstance_use_disorders_physician.pdf
- Deniz, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) mediate relations between social self-efficacy and life satisfaction. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34(1), 28. <https://doi.org/10.1186/s41155-021-00193-w>

- Derevensky, J. L. (2020). The Prevention and Treatment of Gambling Disorders: Some Art, Some Science. En *The Cambridge Handbook of Substance and Behavioral Addictions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108632591>
- Deutrom, J., Katos, V., & Ali, R. (2021). Loneliness, life satisfaction, problematic internet use and security behaviours: re-examining the relationships when working from home during COVID-19. *Behaviour & Information Technology*, 41(14), 3161–3175. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1973107>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., y Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, E., Lucas, R. E., y Oishi, S. (2002). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. En C. R. Snyder y S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 63–73). Oxford University Press.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., y Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Diener, E., y Emmons, R. A. (1984). The independence of positive and negative affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(5), 1105–1117. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.5.1105>
- Douglas, A. C., Mills, J. E., Niang, M., Stepchenkova, S., Byun, S., Ruffini, C., Lee, S. K., Loutfi, J., Lee, J.-K., Atallah, M., & Blanton, M. (2008). Internet addiction: Meta-synthesis of qualitative research for the decade 1996–2006. *Computers in Human Behavior*, 24(6), 3027–3044. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.05.009>

- DSM V (2014). <https://www.federaciocatalanadah.org/wp-content/uploads/2018/12/dsm5-manualdiagnosticoyestadisticodelostrastornosmentales-161006005112.pdf>
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Eisma, M. C., & Tamminga, A. (2020). Grief Before and During the COVID-19 Pandemic: Multiple Group Comparisons. *Journal of Pain and Symptom Management*, 60(6), e1–e4. <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2020.10.004>
- Elhai, J. D., Yang, H., y Montag, C. (2021). Fear of missing out (FoMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2). <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., y Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., van Put, J., van de Putte, E., de Raedt, R., & Koster, E. H. W. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100121. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>
- Fernandes, B., Maia, B. R., y Pontes, H. M. (2019). Internet addiction or problematic internet use? Which term should be used? *Psicologia USP*, 30. <https://doi.org/10.1590/0103-6564e190020>
- Fernandes, B., Nanda Biswas, U., Tan-Mansukhani, R., Vallejo, A., y Essau, C. A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on internet use and escapism in adolescents. *Revista de Psicología Clínica Con Niños y Adolescentes*, 7, 2020–2059. <https://doi.org/10.21134/rpcna.2020.mon.2056>

- Fineberg, N. A., Demetrovics, Z., Stein, D. J., Ioannidis, K., Potenza, M. N., Grünblatt, E., Brand, M., Billieux, J., Carmi, L., King, D. L., Grant, J. E., Yücel, M., Dell'Osso, B., Rumpf, H. J., Hall, N., Hollander, E., Goudriaan, A., Menchon, J., Zohar, J., ... Chamberlain, S. R. (2018). Manifesto for a European research network into Problematic Usage of the Internet. *European Neuropsychopharmacology*, 28(11), 1232–1246. <https://doi.org/10.1016/J.EURONEURO.2018.08.004>
- Foroughi, B., Griffiths, M. D., Iranmanesh, M., y Salamzadeh, Y. (2021). Associations Between Instagram Addiction, Academic Performance, Social Anxiety, Depression, and Life Satisfaction Among University Students. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00510-5>
- Frangos, C. C., Frangos, C. C., y Sotiropoulos, I. (2011). Problematic Internet Use Among Greek University Students: An Ordinal Logistic Regression with Risk Factors of Negative Psychological Beliefs, Pornographic Sites, and Online Games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 51–58. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0306>
- Frisson, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships Between Different Types of Instagram Use and Adolescents' Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603–609. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0156>
- Gaia, A., Sala, E., & Cerati, G. (2021). Social networking sites use and life satisfaction. A quantitative study on older people living in Europe. *European Societies*, 23(1), 98–118. <https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1762910>
- García, J. A., Terol, M. C., Nieto, M., Lledó, A., Sánchez, S., Martín-Aragón, M., y Sitges, E. (2008). Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. *Adicciones*, 20(2), 131–142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122057005>
- Garrido, M, Fernández, M., Villalba, E., Perez, P., y Fernández, M. F. (2010). Evidencias de validez de la adaptación al español de la escala de satisfacción con la vida (SWLS) en una muestra de estudiantes universitarios. *Metodología de encuestas*, 12(1), 45–62.

https://www.researchgate.net/publication/260086484_Evidencias_de_validez_de_la_adaptacion_al_espanol_de_la_escalade_satisfaccion_con_la_vida_en_una_muestra_de_estudiantes_universitarios

- Giagkou, S., Hussain, Z., y Pontes, H. (2018). Exploring the Interplay Between Passive Following on Facebook, Fear of Missing out, Self-esteem, Social Comparison, Age, and Life Satisfaction in a Community-based Sample. *International Journal of Psychology & Behavior Analysis*, 4(2). <https://doi.org/10.15344/2455-3867/2018/149>
- Gil, F., Chamarro A., y Oberst, U. (2015). Addiction to online social networks: A question of «Fear of Missing Out»? *Journal of Behavioral Addictions*, 4(1), 1-66. <http://dx.doi.org/10.1556/JBA.4.2015.Suppl.1>
- Gioia, F., Fioravanti, G., Casale, S., y Boursier, V. (2021). The Effects of the Fear of Missing Out on People's Social Networking Sites Use During the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Online Relational Closeness and Individuals' Online Communication Attitude. *Frontiers in Psychiatry*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.620442>
- Giraldo, S., Aldana, P. N., y Fernández, C. (2020). The struggle for human attention: Between the abuse of social media and digital wellbeing. *Healthcare*, 8(4), 1-15. <http://dx.doi.org/10.3390/healthcare8040497>
- Greenfield D. N. (1999a). Psychological characteristics of compulsive internet use: a preliminary analysis. *Cyberpsychology y behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 2(5), 403–412. <https://doi.org/10.1089/cpb.1999.2.403>
- Greenfield D. N. (1999b). *Virtual addiction - Help for netheads, Cyber freaks and those who love them* (1st ed.). New Harbinger.
- Griffiths, M. D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of substance use*, 10(4):191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>

- Grigsby, T. (2020). Substance and Behavioral Addictions Assessment Instruments. En *The Cambridge Handbook of Substance and Behavioral Addictions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108632591>
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World Journal of Clinical Cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>
- Hafni, M., y Sianturi, B. (2022). Investigating Fear of Missing Out: A comparative study of gender, employment status, and social media accounts. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 6 (1), pp.95-101, DOI: <https://doi.org/10.24036/00556za0002>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., y Black, W. (1995). *Multivariate data analysis* (4th ed.). Prentice-Hall Inc.
- Håkansson, A., Fernández-Aranda, F., Menchón, J. M., Potenza, M. N., & Jiménez-Murcia, S. (2020). Gambling During the COVID-19 Crisis – A Cause for Concern. *Journal of Addiction Medicine*, 14(4), e10–e12. <https://doi.org/10.1097/ADM.0000000000000690>
- Harris, T. (2021). How social media hacks our minds. Consultado el 10 de noviembre de 2021. <https://www.humanetech.com/brain-science>
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A., & Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122099. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122099>
- Hinojo-Lucena, F. J., Aznar-Díaz, I., Trujillo-Torres, J. M., & Romero-Rodríguez, J. M. (2021). Uso problemático de Internet y variables psicológicas o físicas en estudiantes

- universitarios. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 23, 1–17. <https://doi.org/10.24320/redie.2021.23.e13.3167>
- Hodgins, D. C., & Stevens, R. M. G. (2021). The impact of COVID-19 on gambling and gambling disorder: emerging data. *Current Opinion in Psychiatry*, 34(4), 332–343. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000709>
- ICD 11 (2024). <https://icd.who.int/browse/2024-01/mms/en#499894965>
- Instagram (2016). Introducing stories. <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-stories>
- Instagram (2020) Introducing reels. Consultado el 10 de noviembre de 2021. <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>
- Ipsos. (2024). El consumidor 2024: preocupaciones, expectativas, actitudes, nuevos comportamientos y tendencias. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-03/EI%20consumidor%20en%20el%202024_V5_21Mar24%20%28Presentaci%C3%B3n%20evento%29_0.pdf
- Jaspal, R., Lopes, B., & Lopes, P. (2020). Predicting social distancing and compulsive buying behaviours in response to COVID-19 in a United Kingdom sample. *Cogent Psychology*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1800924>
- Jiménez-Murcia, S., & Fernández-Aranda, F. (2022). COVID-19 and Behavioral Addictions: Worrying consequences? *European Neuropsychopharmacology*, 56, 77–79. <https://doi.org/10.1016/j.euroneuro.2021.12.004>
- Kalivas, P. W. & Volkow, N. D. (2005). The neural basis of addiction: a pathology of motivation and choice. *American Journal of Psychiatry*, 162, 1403–1413. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.162.8.1403>
- Kandell, J. J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.11>

- Kaplan, R. M., y Saccuzzo, D. P. (2013). *Psychological testing: principles, applications, & issues* (5th ed.). Wadsworth, Cengage Learning.
- Kardefelt-Winther, D. (2016). Conceptualizing Internet use disorders: Addiction or coping process? *Psychiatry And Clinical Neurosciences*, 71(7), 459-466. <https://doi.org/10.1111/pcn.12413>
- Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., Edman, J., Blaszczynski, A., Khazaal, Y., y Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours?. *Addiction (Abingdon, England)*, 112(10), 1709–1715. <https://doi.org/10.1111/add.13763>
- Kim, H., Schlicht, R., Schardt, M., y Florack, A. (2021). The contributions of social comparison to social network site addiction. *PLOS ONE*, 16(10), e0257795. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257795>
- King, D. L., Delfabbro, P. H., Billieux, J., & Potenza, M. N. (2020). Problematic online gaming and the COVID-19 pandemic. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(2), 184–186. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00016>
- Király, O., Potenza, M. N., Stein, D. J., King, D. L., Hodgins, D. C., Saunders, J. B., Griffiths, M. D., Gjonneska, B., Billieux, J., Brand, M., Abbott, M. W., Chamberlain, S. R., Corazza, O., Burkauskas, J., Sales, C. M. D., Montag, C., Lochner, C., Grünblatt, E., Wegmann, E., ... Demetrovics, Z. (2020). Preventing problematic internet use during the COVID-19 pandemic: Consensus guidance. *Comprehensive Psychiatry*, 100, 152180. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2020.152180>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kircaburun, K., Demetrovics, Z., y Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the Links Between Problematic Social Media Use, Dark Triad Traits, and Self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1496–1507. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9900-1>

- Kittinger, R., Correia, C. J., y Irons, J. G. (2012). Relationship Between Facebook Use and Problematic Internet Use Among College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 324–327. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0410>
- Ko, C.-H., y Yen, J.-Y. (2020). Impact of COVID-19 on gaming disorder: Monitoring and prevention. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(2), 187–189. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00040>
- Kuss, D. J., & Lopez-Fernandez, O. (2016). Internet addiction and problematic Internet use: A systematic review of clinical research. *World journal of psychiatry*, 6(1), 143–176. <https://doi.org/10.5498/wjp.v6.i1.143>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Karila, L., y Billieux, J. (2014). Internet addiction: a systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current pharmaceutical design*, 20(25), 4026–4052. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990617>
- Kuss, D. J., y Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction — A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D. J., y Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(311), 1-17. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lee, S. Y., & Park, J. H. (2021). Effect of Upward Social Comparison in SNS on Depression among Middle School Students: The Mediating Effect of Self-Deprecation and the Moderated Mediating Effect of Cognitive Flexibility. *Family and Environment Research*, 59(3), 353–367. <https://doi.org/10.6115/fer.2021.026>
- Li, Y.-Y., Koning, I. M., Finkenauer, C., Boer, M., y van den Eijnden, R. J. J. M. (2024). The bidirectional relationships between fear of missing out, problematic social media use and adolescents' well-being: A random intercept cross-lagged panel model. *Computers in Human Behavior*, 154, 108160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108160>

- Lian, S., Sun, X., Niu, G., y Zhou, Z. (2017). Upward social comparison on SNS and depression: A moderated mediation model and gender difference. *Acta Psychologica Sinica*, 49(7), 941. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2017.00941>
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V.-S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600>
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., y Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media y Society*, 21(10) 2160–2182. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Maddux, J. E. (2002). Self-efficacy: The power of believing you can. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 277–287). Oxford University Press.
- Maddux, J. E. (2018). Subjective Well-Being and Life Satisfaction: An Introduction to Conception, Theories, and Measures. En *Subjective Well-Being and Life Satisfaction*. Parte 1 Foundational Issues.
- Mahoney, K. D. (2024). <https://latin-dictionary.net/definicion/822/addictio-addictionis;> accessed August 17th, 2024. Latdict Group.
- Mañas, M. A., Salvador, C., Boada, J., González, E., y Agulló, E. (2007). La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes del compromiso organizacional. *Psicothema*, 19(3), 395-400.
- Mao, J., Fu, G., & Huang, J. (2023). The double-edged sword effects of active social media use on loneliness: The roles of interpersonal satisfaction and fear of missing out. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1108467>
- Maraz, A., & Yi, S. (2022). Compulsive buying gradually increased during the first six months of the Covid-19 outbreak. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(1), 88–101. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00002>

- Marquez, J., Taylor, L., Boyle L., Zhou, W. y De Neve, J.E. (2024). Child and Adolescent Well-being: Global Trends, Challenges and Opportunities. <http://doi.org/10.18724/whr-91b0-ek06>
- Martínez, P. (2004). Perspectiva temporal futura y satisfacción con la vida a lo largo del ciclo vital. *Revista de Psicología*, 22(2), 217–252. <https://doi.org/10.18800/psico.200402.003>
- Martínez, R., Granero, A., y Gómez, M. (2020). La satisfacción de las necesidades psicológicas básicas en las clases de Educación Física y su relación con la satisfacción con la vida en los adolescentes. *Revista Complutense de Educación*, 31(1), 45-53. <https://doi.org/10.5209/rced.61750>
- Mathew, P., y Krishnan, R. (2020). Impact of problematic internet use on the self-esteem of adolescents in the selected school, Kerala, India. *Archives of Psychiatric Nursing*, 34(3), 122–128. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2020.02.008>
- McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. J. (2023). A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Targets on Self-Evaluations and Emotions. *Media Psychology*, 26(5), 612–635. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647>
- Mestre-Bach, G., Blycker, G. R., & Potenza, M. N. (2020). Pornography use in the setting of the COVID-19 pandemic. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(2), 181–183. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00015>
- Mikkelsen, F. (2009). Satisfacción con la vida y estrategias de afrontamiento en un grupo de adolescentes universitarios de Lima. Tesis de licenciatura, PUCP, Lima.
- Monacis, L., de Palo, V., Griffiths, M. D., y Sinatra, M. (2017). Social networking addiction, attachment style, and validation of the Italian version of the Bergen Social Media Addiction Scale. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2). <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.023>
- Murphy, K. R., y Davidshofer, C. O. (2014). *Psychological testing: principles and applications* (6th ed.). Pearson.

- Nathan, P. E., Conrad, M., & Skinstad, A. H. (2016). History of the Concept of Addiction. *Annual review of clinical psychology, 12*, 29–51. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-021815-093546>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology, 43*(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., y Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence, 55*(1), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- O'Reilly M. (1996). Internet addiction: a new disorder enters the medical lexicon. *CMAJ : Canadian Medical Association journal = journal de l'Association medicale canadienne, 154*(12), 1882–1883. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/8653648/>
- Organización Mundial de la Salud. (2019). *Clasificación Internacional de Enfermedades* (11^a ed.). <https://icd.who.int/es/>
- Öztürk, H., Gençoğlu, İ. & Kırkgöz., F. (2020). The Relationship between Type of Social Media Usage and Depression with Fear of Missing Out. Koç University. https://www.researchgate.net/publication/349027960_The_Relationship_between_Type_of_Social_Media_Usage_and_Depression_with_Fear_of_Missing_Out
- Padmanabhanunni, A., Pretorius, T. B., y Isaacs, S. A. (2023). Satisfied with Life? The Protective Function of Life Satisfaction in the Relationship between Perceived Stress and Negative Mental Health Outcomes. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 20*(18), 6777. <https://doi.org/10.3390/ijerph20186777>
- Padrós, F. F., Gutiérrez, C. Y., C. Y., y Medina, M. A., M. A. (2015). Propiedades Psicométricas de la escala de satisfacción con la vida (SWLS) de Diener en población de Michoacán (México). *Avances en Psicología Latinoamericana, 33*(2), 223–232. <https://doi.org/10.12804/apl33.02.2015.04>

- Pavot, W., & Diener, E. (2008). The Satisfaction With Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137–152. <https://doi.org/10.1080/17439760701756946>
- Pavot, W., y Diener, E. (1993). Review of the Satisfaction with Life Scale. *Psychological Assessment*, 5 (2), 164-172. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/1040-3590.5.2.164>
- Pontes, H., Kuss, D., y Griffiths M. (2015). Clinical psychology of Internet addiction: a review of its conceptualization, prevalence, neuronal processes, and implications for treatment. *Neuroscience and Neuroeconomics*, 4,11-23. Clinical psychology of Internet addiction: a review of its conceptuali | NAN
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., y Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Puente, F., Méndez, A., Martínez de Ojeda, D., y Liarte, J. P. (2018). El modelo de Educación Deportiva y la orientación. Efectos en la satisfacción con la vida, las inteligencias múltiples, las necesidades psicológicas básicas y las percepciones sobre el modelo de los adolescentes. *SPORT TK-Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 7(2), 115-128. <https://doi.org/10.6018/sportk.343021>
- Reer, F., Tang, W. Y., y Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Reynoso, N. (2019). Cansancio emocional y Autocompasión: implicancias en la satisfacción con la vida en estudiantes de derecho de una universidad privada de Lima Metropolitana. Tesis de licenciatura, PUCP, Lima.
- Rial, A., Gómez, P., Izorna, M., Araujo, M., y Varela, J. (2015). EUPI-a: Escala de Uso Problemático de Internet en adolescentes. Desarrollo y validación psicométrica. *Adicciones*, 27(1), 47-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5052517>
- Roberts, J. A., y David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO),

- Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Rogowska, A., & Libera, P. (2022). Life Satisfaction and Instagram Addiction among University Students during the COVID-19 Pandemic: The Bidirectional Mediating Role of Loneliness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8414. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148414>
- Romero Saletti, S. M., van den Broucke, S., & van Beggelaer, W. (2022). Understanding Motives, Usage Patterns and Effects of Instagram Use in Youths: A Qualitative Study. *Emerging Adulthood*, 10(6), 1376–1394. <https://doi.org/10.1177/21676968221114251>
- Romero Saletti, S. M., van den Broucke, S., Billieux, J., Karila, L., Kuss, D. J., Rivera Espejo, J. M., Sheldon, P., Lang, C. P., Zimmer-Gembeck, M. J., Zollo, P., Courboin, C., Diez, D., Madison, T. P., Ramos-Diaz, J., Eguia Elias, C. A., & Otiniano, F. (2023). Development, psychometric validation, and cross-cultural comparison of the “Instagram Motives Questionnaire” (IMQ) and the “Instagram Uses and Patterns Questionnaire” (IUPQ). *Journal of Behavioral Addictions*, 12(1), 105–127. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00088>
- Romero, S., Van den Broucke, S., Zollo, P., y Curboin, C. (2021). Development and Validation of the “Instagram Motives Questionnaire” and the “Instagram Uses and Patterns Questionnaire” in youths. Manuscrito no publicado.
- Rosales, R. (2015). Satisfacción laboral y satisfacción con la vida en trabajadores de Lima Metropolitana. Tesis de licenciatura, PUCP, Lima. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6555>
- Röttinger, D., Bischof, G., Brandt, D., Bischof, A., Orlowski, S., Besser, B., Wegmann, E., Brand, M., & Rumpf, H.-J. (2021). Dispositional and online-specific Fear of Missing Out are associated with the development of IUD symptoms in different internet applications. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(3), 747–758. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00042>

- Rozgonjuk, D., Elhai, J. D., Ryan, T., y Scott, G. G. (2019). Fear of missing out is associated with disrupted activities from receiving smartphone notifications and surface learning in college students. *Computers y Education*, 140. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.05.016>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., y Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*, 110, 106487. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., y Montag, C. (2021). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110546>
- Samra, A., Warburton, W. A., y Collins, A. M. (2022). Social comparisons: A potential mechanism linking problematic social media use with depression. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(2), 607–614. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00023>
- Sattler, S., Escande, A., Racine, E., & Göritz, A. S. (2017). Public Stigma Toward People With Drug Addiction: A Factorial Survey. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 78(3), 415–425. <https://doi.org/10.15288/jsad.2017.78.415>
- Schwalb, A., & Seas, C. (2021). The COVID-19 Pandemic in Peru: What Went Wrong? *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 104(4), 1176–1178. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-1323>
- Sciara, S., Contu, F., Bianchini, M., Chiochi, M., y Sonnewald, G. G. (2023). Going public on social media: The effects of thousands of Instagram followers on users with a high need for social approval. *Current Psychology*, 42(10), 8206–8220. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02172-x>
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., y Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison

- and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The Online Fear of Missing Out Inventory (ON-FoMO): Development and Validation of a New Tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29. <https://doi.org/10.1007/s41347-019-00110-0>
- Shapira, N. A., Goldsmith, T. D., Keck, P. E., Jr, Khosla, U. M., y McElroy, S. L. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic internet use. *Journal of affective disorders*, 57(1-3), 267–272. [https://doi.org/10.1016/s0165-0327\(99\)00107-x](https://doi.org/10.1016/s0165-0327(99)00107-x)
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(1–4), 475–492. <https://doi.org/10.1007/BF00352944>
- Sirvent Ruiz, C.M.(2023). Adicciones comportamentales en General: Aspectos Nucleares. En Guía de Adicciones Comportamentales (Manual para Profesionales). Edición: Departamento de Publicaciones Fundación Instituto Spiral. <https://fispiral.com.es/guia-adicciones-comportamentales/>
- Sommantico, M., Ramaglia, F., & Lacatena, M. (2023). Relationships between Depression, Fear of Missing Out and Social Media Addiction: The Mediating Role of Self-Esteem. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 11(12), 1667. <https://doi.org/10.3390/healthcare11121667>
- Starcevic, V., y Billieux, J. (2017). Does the construct of internet addiction reflect a single entity or a spectrum of disorders? *Clinical Neuropsychiatry: Journal of Treatment Evaluation*, 14(1), 5-10. <https://psycnet.apa.org/record/2017-10293-002>
- Statista. (2024a). Redes sociales con mayor número de usuarios activos mensuales a nivel mundial en julio de 2024 (en millones). <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Statista. (2024b). Distribution of Instagram users worldwide as of April 2024, by age group.

<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>

Statista. (2024c). Distribution of Facebook users worldwide as of April 2024, by age and gender. <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>

Stead, H., y Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>

Stead, H., y Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>

Steinberger, P., y Kim, H. (2023). Social comparison of ability and fear of missing out mediate the relationship between subjective well-being and social network site addiction. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1157489>

Sussman, S. (2017). *Substance and behavioral addictions: Concepts, causes, and cures*. Cambridge University Press. <https://psycnet.apa.org/record/2016-47034-000>

Sussman, S. y Bolsshakova M. (2020). Treatment of Alcohol, Tobacco, and Other Drug (ATOD) Misuse. En *The Cambridge Handbook of Substance and Behavioral Addictions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108632591>

Sussman, S. y Pakdaman S. (2020). Appetitive Needs and Addiction. En *The Cambridge Handbook of Substance and Behavioral Addictions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108632591>

Sussman, S., y Sussman, A. N. (2011). Considering the definition of addiction. *International journal of environmental research and public health*, 8(10), 4025–4038. <https://doi.org/10.3390/ijerph8104025>

Szcześniak, M., Mazur, P., Rodzeń, W., & Szpunar, K. (2021). Influence of Life Satisfaction on Self-Esteem Among Young Adults: The Mediating Role of Self-Presentation. *Psychology research and behavior management*, 14, 1473–1482. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S322788>

- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121149. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121149>
- Torres Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) and Instagram use: Analysis of the relationships between narcissism and self-esteem. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(1), 31–38. <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Trifiro, B. M., y Gerson, J. (2019). Social Media Usage Patterns: Research Note Regarding the Lack of Universal Validated Measures for Active and Passive Use. *Social Media + Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2056305119848743>
- Turel, O., y Serenko, A. (2012) The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528, <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.1>
- Uram, P., y Skalski, S. (2022). Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users. *Psychological Reports*, 125(1), 218–231. <https://doi.org/10.1177/0033294120980970>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584–590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Valle, M. V., y Zamora, E. V. (2022). El uso de las medidas de auto-informe: ventajas y limitaciones en la investigación en Psicología. *Alternativas en Psicología*, 47, 22-35. https://www.researchgate.net/publication/354127080_El_uso_de_las_medidas_de_auto-informeventajas_y_limitaciones_en_la_investigacion_en_Psicologia
- Varchetta, M., Frascetti, A., Mari, E., y Giannini, A. M. (2020). Adicción a redes sociales, Miedo a perderse experiencias (FOMO) y Vulnerabilidad en línea en estudiantes universitarios. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 14(1), e1187. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>

- Veliz, E. (2021). *Adicción a las redes sociales, dependencia al móvil y conflictos a causa del celular como predictores de la comunicación conyugal durante la pandemia COVID-19 en adultos peruanos* [Tesis magistral, Universidad Peruana Unión]. repositorio de tesis Universidad Peruana Unión. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4510>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, *11*(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vilà Baños, R., Torrado-Fonseca, M., & Reguant Alvarez, M. (2019). Anàlisi de regressió lineal múltiple amb SPSS: un exemple pràctic. *REIRE Revista d'Innovació I Recerca En Educació*, *12*(2), 1–10. <https://doi.org/10.1344/reire2019.12.222704>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., y Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wang, B., Liu, Y., Qian, J., & Parker, S. K. (2021). Achieving Effective Remote Working During the COVID-19 Pandemic: A Work Design Perspective. *Applied Psychology*, *70*(1), 16–59. <https://doi.org/10.1111/apps.12290>
- Wardle, J., Steptoe, A., Guliš, G., Sartory, G., Sêk, H., Todorova, I., Vögele, C., y Ziarko, M. (2004). Depression, perceived control, and life satisfaction in university students from Central-Eastern and Western Europe. *International Journal of Behavioral Medicine*, *11*(1), 27–36. https://doi.org/10.1207/s15327558ijbm1101_4
- 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>
- Weinstein A. M. (2023). Problematic Social Networking Site use-effects on mental health and the brain. *Frontiers in psychiatry*, *13*, 1106004. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.1106004>

- West, A., Lewis, J., y Currie, P. (2009). Students' Facebook 'friends': public and private spheres. *Journal of Youth Studies*, 12(6), 615–627. <https://doi.org/10.1080/13676260902960752>
- Wheatley, D., & Buglass, S. L. (2019). Social network engagement and subjective well-being: a life-course perspective. *The British Journal of Sociology*, 70(5), 1971–1995. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12644>
- Wijayanti, M. y Adhiatma, W. (2018). The Dynamics Of Self-Concept Of Dual Instagram Account User (Public And Private Account). Vol 7 N°1 June. <https://bit.ly/4eTbvn1>
- Williams, B., Onsman, A., y Brown, T. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *Australasian Journal of Paramedicine*, 8(3). <https://doi.org/10.33151/ajp.8.3.93>
- Wilson, K., Fornasier, S., y White, K. M. (2010). Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173–177. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>
- Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3). <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Zattoni, F., Gül, M., Soligo, M., Morlacco, A., Motterle, G., Collavino, J., Barneschi, A. C., Moschini, M., & Moro, F. D. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on pornography habits: a global analysis of Google Trends. *International Journal of Impotence Research*, 33(8), 824–831. <https://doi.org/10.1038/s41443-020-00380-w>
- Zhang, Y., Li, S., & Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273–290. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>
- Zou, Z., Wang, H., d'Oleire Uquillas, F., Wang, X., Ding, J., y Chen, H. (2017). Definition of Substance and Non-substance Addiction. *Advances in experimental medicine and biology*, 1010, 21–41. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5562-1_2

Anexos

Anexo A: Datos sociodemográficos

Datos sociodemográficos de la muestra

		<i>F</i>	<i>%</i>
Sexo	Mujer	86	80.37383
	Hombre	21	19.62617
Tipo de cuenta de Instagram	Privada	64	59.81308
	Pública	43	40.18692
Redes sociales que utilizan	Instagram	107	100.00000
	WhatsApp	107	100.00000
	Youtube	97	90.65421
	Facebook	93	86.91589
	Tik Tok	70	65.42056
	Twitter	54	50.46729
	Messenger	43	40.18692
	Min-Max	<i>Me</i>	<i>De</i>
Edad	18-25	21.85981308	1.656596865
Tiempo de uso diario (en minutos)	5-420	92.73333333	74.40394772

F=Frecuencia. N=107

Anexo B: Consentimiento informado

Consentimiento Informado

Muchas gracias por interesarte en esta investigación y por ofrecerte a participar. Este proyecto está liderado por el profesor Stephan Van den Broucke, Silvana Romero, Palmyra Zollo y Clara Courboin de la Université Catholique de Louvain y Carolina Flórez-Araóz y Eduardo Ravichagua de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Este estudio busca comprender los motivos y patrones de uso de Instagram en los jóvenes, y por ello, te haremos algunas preguntas sobre ti y sobre el uso que le das a esta red social. Terminar los cuestionarios debería tomarte aproximadamente 15 minutos y puedes tomarte una pausa si es necesario, **pero es muy importante que completes todos los cuestionarios.**

Puedes participar si cumples con las siguientes condiciones:

- Tienes entre 18 y 34 años
- Tienes una cuenta activa en Instagram y la usas con frecuencia

Tienes derecho a terminar tu participación en cualquier momento sin perjuicio alguno. Ninguna información que permita identificarte será recolectada, así que ten la tranquilidad de que tu anonimato y confidencialidad serán resguardados. Solo utilizaremos los resultados de este estudio con fines académicos y científicos. Estos serán reportados de manera colectiva, no individual.

Este estudio ha sido revisado y aprobado por el Comité de Ética del Instituto de Investigación en Ciencias Psicológicas (IPSY) de la universidad. Si tienes alguna pregunta, puedes contactar al profesor Stephan Van den Broucke al correo: stephan.vandenbroucke@uclouvain.be

¡Si llegas hasta el final y nos dejas tu email, podrás participar de un sorteo de 10 vales de S/ 50 (o el equivalente en tu moneda) para que los uses donde quieras!

Al marcar “Acepto” doy mi consentimiento libre e informado para participar en este estudio.

Acepto

No acepto



Anexo C: Ficha de datos sociodemográficos

Ficha de datos sociodemográficos

¿Qué edad tienes?

¿Cómo te describirías a ti mismo?

- Hombre
- Mujer
- Género no binario
- Prefiero no decirlo
- Prefiero usar mis propias palabras:

¿Qué nivel educativo te encuentras cursando actualmente? Si no estás estudiando, ¿qué nivel educativo has alcanzado?

- Estudios secundarios
- Estudios técnicos/profesionales
- Estudios de pregrado/ Universitario/ Bachiller
- Estudios de posgrado/ Maestría/ Doctorado

¿En qué país vives actualmente?

Por favor, indica qué redes sociales utilizas (elige todas las que apliquen a tu caso)

- Facebook
- Messenger
- Instagram
- Snapchat
- TikTok
- WhatsApp
- Twitter
- YouTube

Otras. Por favor, escríbelas aquí:

¿Tienes una cuenta en Instagram?

Anexo D: Estadísticos de confiabilidad

Estadísticos de confiabilidad

Estadísticos ítem-test LC

	Loss Control $\alpha = .900$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ1		.533	.896
IUPQ5		.665	.889
IUPQ8		.599	.893
IUPQ12		.693	.887
IUPQ15		.624	.891
IUPQ18		.510	.898
IUPQ22		.746	.884
IUPQ25		.604	.892
IUPQ29		.720	.886
IUPQ32		.637	.891
IUPQ35		.641	.890

Estadísticos ítem-test SAN

	Social Anxiety $\alpha = .908$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ2		.811	.879
IUPQ9		.829	.874
IUPQ16		.842	.872
IUPQ23		.778	.887
IUPQ33		.594	.922

Estadísticos ítem-test PU

	Passive Use $\alpha = .578$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ10		.493	.386
IUPQ17		.413	.461
IUPQ24		.181	.626
IUPQ34		.360	.505

Estadísticos ítem-test SAP

	Social Approval $\alpha = .790$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ3		.696	.719
IUPQ7		.698	.720
IUPQ14		.452	.781
IUPQ19		.298	.807
IUPQ26		.504	.767
IUPQ30		.621	.738

Estadísticos ítem-test FD

	Feelings of discomfort $\alpha = .782$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ4		.369	.793
IUPQ11		.625	.717
IUPQ20		.678	.699
IUPQ27		.492	.766
IUPQ37		.633	.715

Estadísticos ítem-test SDC

	Self Deprecating Comparison $\alpha = .892$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IUPQ6		.759	.866
IUPQ13		.783	.861
IUPQ21		.755	.866
IUPQ28		.718	.872
IUPQ31		.581	.892
IUPQ36		.686	.879



Estadísticos ítem-test FoMO

	Fear of Missing Out $\alpha = .894$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
FoMO1		.666	.882
FoMO2		.674	.881
FoMO3		.583	.887
FoMO4		.621	.885
FoMO5		.675	.881
FoMO6		.519	.891
FoMO7		.549	.889
FoMO8		.778	.874
FoMO9		.622	.885
FoMO10		.678	.881

Estadísticos ítem-test SWL

	Satisfacción con la vida $\alpha = .895$	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
SWLS1	18.38	.762	.870
SWLS2	17.75	.643	.894
SWLS3	18.03	.844	.849
SWLS4	18.06	.778	.864
SWLS5	18.63	.718	.882

Anexo E: Pruebas de normalidad

Pruebas de normalidad

	<i>KS</i> (<i>n</i> = 107)	<i>P</i>	<i>Asm</i>	<i>EE</i>	<i>IC (95%)</i>	<i>k</i>	<i>EE</i>	<i>IC (95%)</i>
Loss of control	0.097	0.014	-0.230	0.234	[-0.68;0.22]	0.329	0.463	[-0.57;1.23]
Social Anxiety	0.077	0.130	0.347	0.234	[-0.11;0.80]	-0.556	0.463	[-1.46;0.35]
Passive Use	0.103	0.007	0.255	0.234	[-0.20;0.71]	-0.264	0.463	[-1.17;0.64]
Social Approval	0.078	0.105	-0.070	0.234	[-0.52;0.38]	0.227	0.463	[-0.68;1.13]
Feelings of Discomfort	0.121	0.001	0.753	0.234	[0.29;1.21]	0.283	0.463	[-0.62;1.19]
Self Deprecating Comparison	0.069	.200*	0.173	0.234	[-0.28;0.63]	-0.216	0.463	[-1.12;0.69]
FoMO	0.105	0.005	0.636	0.234	[0.17;1.09]	0.359	0.463	[-0.54;1.26]
Life Satisfaction	0.121	0.001	-0.689	0.234	[-1.14;-0.23]	0.104	0.463	[-0.80;1.01]

Nota. *Asm* = Asimetría, *EE*= Error Estándar, *IC* = Intervalo de confianza, *k*= Curtosis