

Potes, M. V., & De Marzi, F. (2026, mayo-agosto). Miedo a perderse algo (FOMO) y autoestima: un estudio correlacional en adolescentes argentinas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (78), 7-29. <https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n78a2>

Miedo a perderse algo (FOMO) y autoestima: un estudio correlacional en adolescentes argentinas

Fear of Missing Out (FOMO) and self-esteem: a correlational study of female adolescents in Argentina

Micaela Victoria Potes

Doctoranda en Psicología
Facultad de Psicología y Psicopedagogía, Pontificia Universidad Católica Argentina
Buenos Aires, Argentina
micaelapotes@uca.edu.ar
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7155-3292>

Francesca De Marzi

Licenciada en Psicología
Facultad de Psicología y Psicopedagogía, Pontificia Universidad Católica Argentina
Buenos Aires, Argentina
frandemarzi1@gmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-3095-5816>

Recibido: 8 de mayo de 2025

Evaluado: 4 de octubre de 2025

Aprobado: 21 de noviembre de 2025

Tipo de artículo: Investigación.

Resumen

Las redes sociales presentan múltiples beneficios en muchos aspectos de la vida, pero también pueden acarrear consecuencias negativas. Asociado al uso desadaptativo de las redes sociales, surge el FOMO (*fear of missing out*), entendido como el miedo a perderse algo; el temor a sentirse excluido impulsa al sujeto a estar constantemente pendiente de lo que otros comparten. Los adolescentes son el grupo etario que más utiliza las redes sociales y son muy vulnerables a sus riesgos y peligros. Siendo que los adolescentes evalúan su propio valor basándose en la retroalimentación que reciben en sus interacciones sociales, la comparación social, acompañada

del sentimiento de exclusión, podría afectar su autoestima. Se planteó analizar la relación entre el síndrome FOMO y la autoestima en adolescentes argentinas de entre 18 y 21 años. Se llevó a cabo una investigación cuantitativa, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Los resultados indicaron que la muestra presenta un alto nivel de FOMO, un nivel moderado de autoestima, y no se encontró una correlación significativa entre ambas variables. Se concluye que tanto el FOMO como la autoestima son constructos complejos y multifactoriales.

Palabras clave: Adolescencia; Autoestima; Fear of Missing Out (FOMO); Medios Sociales.

Abstract

Social media presents multiple benefits, but can also have negative consequences. FOMO, the fear of missing out, is associated with a wrong social media use. This fear of feeling excluded drives individuals to constantly monitor what others share. Adolescents are the age group that uses social media the most and are highly vulnerable to its risks and dangers. Given that adolescents evaluate their self-worth based on the feedback they receive in their social interactions, social comparison accompanied by feelings of exclusion could affect their self-esteem. This study aimed to analyze the relationship between FOMO syndrome and self-esteem in Argentine adolescents aged 18 to 21. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, descriptive, and correlational research was conducted. The results indicate that the sample presents a high level of FOMO and a moderate level of self-esteem, and no significant correlation was found between both variables. It is concluded that both FOMO and self-esteem are complex and multifactorial constructs.

Keywords: Adolescence; Self-esteem; Fear of Missing out (FOMO); Social Media.

Introducción

Las redes sociales se han vuelto parte integral de la vida cotidiana de muchos jóvenes, influyendo en sus rutinas, hábitos y en su manera de interactuar con el entorno. Las investigaciones muestran que los adolescentes son el grupo etario que más utiliza las redes sociales. El deseo de

crear y mantener relaciones, tanto en el mundo físico como en el digital, es uno de los factores que motiva su utilización.

Aunque ofrecen múltiples beneficios -la posibilidad de comunicarse, ampliar sus amistades, obtener información sobre el mundo y expresarse libremente- también presentan varios riesgos que no siempre son evidentes (Lardies & Potes, 2022; Rojas Jara et al., 2018). El uso erróneo de las redes sociales se ha asociado a una variedad de problemas tales como: dificultad para concentrarse, trastornos del sueño, ansiedad, aislamiento, depresión, y comparaciones sociales, afectando su bienestar y su desempeño personal y/o académico (Arab & Díaz, 2015; Robles Luján et al., 2023).

Es evidente que la proliferación de las redes sociales favorece el acceso a información sobre la vida y las experiencias de los demás. En este contexto, surge un fenómeno conocido como FOMO (*Fear of Missing Out*), caracterizado por el temor a ser excluido o marginado socialmente, lo que conduce al sujeto a estar constantemente conectado y al corriente de las actividades que otros realizan (Gil et al., 2015; Przybylski et al., 2013).

Esta tendencia adquiere especial relevancia durante la adolescencia, etapa en que la vulnerabilidad se incrementa debido a que constituye un momento clave en la construcción de la identidad, y el grupo de pares ocupa un lugar central en este proceso. Por un lado, la exposición permanente a vidas ajenas idealizadas y la búsqueda de validación a través de los *likes* y/o comentarios, podría afectar la autoestima de los adolescentes, generando sentimientos de inseguridad e insatisfacción. Por el otro, el miedo a perderse experiencias grupales relevantes o ser excluido de ellas, podría afectar el estatus social dentro del grupo al que pertenece y conducir a una disminución de la autoestima.

En este marco surge la necesidad de estudiar la relación entre el FOMO y la autoestima en adolescentes mujeres, quienes resultan ser más sensibles a la comparación social y a los efectos emocionales del entorno virtual (Díaz Falcón et al., 2018; Lardies & Potes, 2022; Potes, 2024b; Tacca Huamán et al., 2020). A su vez, resulta crucial comprender cómo se manifiesta este fenómeno en el contexto argentino, dado el crecimiento sostenido del uso de redes sociales en el país y su impacto en la salud mental de las nuevas generaciones. Analizar esta relación aporta evidencias que contribuyan a la prevención y promoción del bienestar psicológico en adolescentes mujeres.

A partir de lo expuesto, la presente investigación se propuso como objetivo analizar la relación entre el síndrome FOMO y la autoestima en adolescentes mujeres de entre 18 y 21 años del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Argentina. Este trabajo es de relevancia ya que, si bien el síndrome de FOMO ha sido investigado en varios países y se lo ha relacionado con diferentes variables -incluso la autoestima- (Martin & Simkin, 2023; Ortuño-Saavedra, 2023; Pastorini et al., 2023; Torres Serrano, 2020), no se registran antecedentes empíricos en Argentina que aborden ambas dimensiones en esta franja etaria.

Marco teórico

Adolescencia y redes sociales

Existe cierto desacuerdo sobre el inicio y fin de la adolescencia: mientras su comienzo suele vincularse a cambios biológicos -como la pubertad-, su finalización se relaciona con hitos psicosociales. Transformaciones en las estructuras familiares, educativas y laborales redefinen las etapas de la adolescencia y modifican la manera en que los sujetos atraviesan esta fase del desarrollo (Artavia-Fallas & Carranza-Morales, 2019).

Si bien esta etapa se ha extendido en los últimos años por el adelanto de la pubertad y el retraso en alcanzar la madurez social (Artavia-Fallas & Carranza-Morales, 2019), la Sociedad Americana de Salud y Medicina de la Adolescencia (SAHM, 2013) sostiene que la adolescencia abarca de los 10 a los 21 años. Se distinguen tres etapas superpuestas: temprana (10-14 años), media (15-17 años) y tardía (18-21 años).

Este período del ciclo vital se caracteriza por profundas transformaciones que posibilitan la adquisición de la madurez biológica, psicológica y social necesaria para alcanzar la autonomía y asumir las responsabilidades de la vida adulta. La identidad se reconfigura, las relaciones con pares y adultos se reajustan ante la necesidad de explorar el sentido de sí mismos y su lugar en el mundo, y alcanzar cierta autonomía (Gaete, 2015).

En este contexto, las redes sociales juegan un papel crucial en la configuración de la identidad. A través de la interacción con sus pares, los adolescentes se ven influenciados por dinámicas como la popularidad y la visibilidad en línea, lo que repercute significativamente en su

sentido de aceptación y pertenencia dentro del grupo. Estas experiencias, a menudo mediadas por la validación social que obtienen en las redes, contribuyen a dar forma a la percepción de sí mismos y a su lugar en el entorno social (Lardies & Potes, 2022).

Los datos muestran que su uso ha aumentado de manera creciente en los últimos años, especialmente entre la población joven (Rojas-Jara et al., 2018; Lardies & Potes, 2022). Particularmente en Argentina, el 25,8 % de los usuarios de redes sociales son jóvenes de entre 18 y 24 años (Statista Research Department, 2024). A su vez, estudios internacionales muestran que las mujeres tienden a utilizar más las redes sociales que los varones, tienden a experimentar mayores síntomas de adicción vinculados a su uso (Varchetta et al., 2020) y más efectos emocionales negativos (Álvarez-Menéndez & De la Villa Moral Jiménez, 2020). En consonancia, en contexto argentino, Luque et al. (2020) observaron que las mujeres presentan niveles significativamente más altos de FOMO que los varones.

Como consecuencia de la transformación subjetiva que atraviesan en esta etapa del ciclo vital, los adolescentes constituyen el grupo etario más vulnerable frente al uso de las redes sociales (Lardies & Potes, 2022). Son particularmente propensos a un uso desadaptativo, lo que puede derivar en la denominada “vulnerabilidad en línea”; es decir, la tendencia a sufrir daños que afectan su bienestar físico y mental por la exposición digital (Braña-Sánchez & De la Villa Moral Jiménez, 2023).

FOMO

El *fear of missing out* (FOMO) se refiere al miedo de perderse experiencias que otros están viviendo, intensificado por la posibilidad de acceder en tiempo real a abundante información a través de las redes sociales (Potes, 2024b; Przybylski et al., 2013). Esta experiencia subjetiva surge cuando los sujetos perciben una discrepancia entre sus propias experiencias y las de su entorno social, generando la necesidad constante de conectarse y mantenerse al tanto de lo que hacen los demás (Pastorini et al., 2023).

Según la teoría de la autodeterminación de Deci & Ryan (1985), la satisfacción de tres necesidades psicológicas básicas -competencia, autonomía y conexión interpersonal- es fundamental para la autorregulación y el bienestar emocional. Cuando estas necesidades no se

satisfacen de manera adecuada, puede desarrollarse FOMO, actuando como un “limbo autorregulador” que lleva a los sujetos a buscar validación y pertenencia a través de las redes sociales. Este ciclo puede intensificar la preocupación por perderse experiencias, afectando la autoestima y generando un uso intensivo o desadaptativo de estas plataformas (Gil et al., 2015; Varchetta et al., 2020). Al respecto, Fuster et al. (2017) señalan que el FOMO actúa como un mediador clave: no es solo una consecuencia del uso de redes, sino un mecanismo que intenta compensar la falta de satisfacción de necesidades psicológicas, lo que puede derivar en un uso problemático del móvil.

El FOMO se manifiesta en conductas como revisar compulsivamente notificaciones, enviar mensajes para saber qué hacen otros, o sentir ansiedad ante la desconexión temporal. Estas conductas no solo reflejan temor a perderse eventos sociales, sino también una dependencia creciente de la conectividad digital como medio de validación y pertenencia (Correa-Rojas et al., 2020). A largo plazo, esta dinámica puede afectar el bienestar psicológico, impactar negativamente en las relaciones interpersonales y contribuir a síntomas de ansiedad, depresión y estrés emocional (Gil et al., 2015; Oberst et al., 2017; Reer et al., 2019). Por su parte, Luque et al. (2020) destacan que el FOMO se vincula de manera estrecha con el uso problemático de las redes sociales, actuando como un factor que impulsa la necesidad de estar permanentemente conectado.

Este fenómeno es particularmente relevante durante la adolescencia y juventud, etapas en las que la percepción de exclusión social tiene un impacto más intenso, y donde el deseo de pertenencia y validación se vuelve central en la construcción de la identidad personal (Fabris et al., 2020; Milyavskaya et al., 2018).

En síntesis, el FOMO constituye una experiencia negativa en línea vinculada al uso desadaptativo de las redes sociales, que interactúa con la autoestima y el bienestar emocional. Los adolescentes y jóvenes con alto FOMO muestran mayor vulnerabilidad a dificultades emocionales y sociales, reforzando la necesidad de abordar este fenómeno tanto desde la investigación como desde la intervención educativa y psicológica (Potes, 2024b; Quintero Núñez et al., 2022).

Autoestima en la adolescencia

La autoestima es la percepción que el sujeto tiene de sí mismo, que incluye sentimientos, pensamientos y conductas. No es innata, se construye en interacción con el entorno familiar, cultural y social (Díaz Falcón et al., 2018; Ferrel Ortega et al., 2014; Hañari et al., 2020; Panesso Giraldo & Arango Holguín, 2017; Potes, 2024a), articulándose en tres dimensiones interrelacionadas que permiten comprender su funcionamiento: el componente cognitivo, que refiere al autoconcepto y las ideas que el sujeto tiene sobre sí mismo; el componente afectivo, que engloba la valoración emocional de esas percepciones; y el componente conductual, que refleja cómo estas percepciones y emociones guían la acción y la interacción con los demás (Zenteno Durán, 2017). Es entendida como una evaluación favorable o desfavorable que refleja el grado de valoración, respeto o rechazo que el sujeto experimenta hacia sí mismo (Rosenberg, 1965).

Durante la adolescencia, la autoestima adquiere un papel central debido a que es una etapa marcada por la búsqueda de identidad y la necesidad de definir el yo. En este período, los adolescentes elaboran una autodefinición más específica y compleja de sí mismos, influenciada tanto por la retroalimentación de su entorno social-familia, pares y escuela, como por los valores y creencias internalizados (Díaz Falcón et al., 2018; Rojas, 2013). La evaluación de sí mismo se vuelve más cognitiva y reflexiva, organizándose en torno a los vínculos y las relaciones más significativas (Panesso Giraldo & Arango Holguín, 2017). En este proceso, los otros actúan como espejos de la identidad, devolviendo imágenes y juicios que fortalecen o debilitan la autoimagen (Parra Jiménez et al., 2004).

Diversos estudios destacan que una autoestima alta se asocia con mayor bienestar psicológico, estabilidad emocional y mejores recursos de afrontamiento (Romero Farías & Giniebra Urra, 2022; Núñez Vázquez & Pérez, 2016). Por el contrario, la baja autoestima tiende a vincularse con sentimientos de inferioridad, inseguridad, aislamiento y mayor vulnerabilidad ante cuadros depresivos o ansiosos, así como con dificultades en las relaciones interpersonales (Díaz Falcón et al., 2018; Panesso Giraldo & Arango Holguín, 2017). Se ha observado, a su vez, que la autoestima presenta variaciones según el género: las adolescentes mujeres suelen mostrar una percepción más crítica de sí mismas, influida por factores físicos y socioculturales (Díaz Falcón et al., 2018; Tacca Huamán et al., 2020).

FOMO y autoestima en la adolescencia

El FOMO ha despertado un creciente interés en la última década debido a su relación con variables psicológicas como la ansiedad, la depresión, los trastornos del sueño y, especialmente, la autoestima. Diversos estudios han explorado esta relación en distintos contextos y rangos etarios.

En España, Torres Serrano (2020) encontró una asociación negativa entre FOMO y autoestima en 301 participantes de 18 a 30 años. De manera similar, Ortuño-Saavedra (2023) reportó que quienes presentaban menores niveles de FOMO tendían a tener una autoestima más elevada, subrayando el papel de las redes sociales, especialmente Instagram, como factor de riesgo para una autopercepción negativa.

En Argentina, Martín & Simkin (2023) observaron una correlación baja pero significativa entre FOMO y autoestima en 416 participantes de 18 a 66 años. Estudios más recientes, como los de Pastorini et al. (2023), en jóvenes de 18 a 25 años, confirmaron esta relación negativa, lo cual se complementa con lo hallado por Luque et al. (2020), quienes subrayan que el FOMO actúa como un predictor del uso compulsivo de plataformas virtuales en jóvenes argentinos. No obstante, en otros contextos de la región, como en Panamá, Santos-Figueroa et al. (2025) reportaron que la relación, aunque presente, no alcanzó significación estadística.

Estos hallazgos dan cuenta de que el FOMO está relacionado con la autoestima y que no se limita a un grupo etario o contexto específico, sino que puede afectar de manera similar a distintos segmentos de la población. A su vez, quienes presentan altos niveles de FOMO tienden a experimentar más insatisfacción con su vida y emociones negativas, mientras que un menor FOMO se asocia con mayor autovaloración y bienestar psicológico.

Metodología

A partir de lo expuesto, el presente estudio se planteó como objetivo general analizar la relación entre el síndrome de FOMO y la autoestima en mujeres de entre 18 y 21 años residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Para alcanzar este propósito, se propuso

identificar las redes sociales de mayor uso en dicha población, además de examinar los niveles de FOMO y autoestima para determinar el vínculo entre ambos constructos. En consonancia con estos objetivos, se planteó como hipótesis que las participantes que presentan un mayor grado de FOMO exhiben niveles significativamente menores de autoestima.

Se llevó a cabo una investigación empírica, de tipo cuantitativo, de diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional (Hernández-Sampieri, 2018).

Debido a la naturaleza exploratoria y descriptiva de este estudio, se optó por un muestreo no probabilístico (Hernández-Sampieri, 2018). Este tipo de muestreo resulta ser metodológicamente pertinente y coherente con los objetivos planteados en esta investigación. Las primeras participantes fueron identificadas de manera intencional, atendiendo a los criterios de inclusión definidos para el estudio. Posteriormente, se utilizó la técnica de bola de nieve (Hernández-Sampieri, 2018) para ampliar la muestra, solicitando a las participantes iniciales que refirieran a otras adolescentes con características similares.

La muestra estuvo conformada por un total de 90 participantes. En cuanto a las características, se trató de mujeres de entre 18 y 21 años, que declararon ser usuarias activas de al menos una red social y que, al momento de la administración, refirieron residir en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Argentina. La media de edad del total de la muestra fue de 19,42 (DE = 1,03 Mínimo = 18; Máximo = 21). Se descartaron los protocolos en los que las participantes indicaron estar bajo tratamiento psiquiátrico.

Instrumentos

En primer lugar, se confeccionó un cuestionario ad-hoc para obtener datos sociodemográficos tales como sexo, edad y lugar de residencia. Asimismo, se indagó si utilizaban redes sociales y se solicitó que especificaran cuáles. Finalmente, se consultó a los participantes si se encontraban bajo tratamiento psiquiátrico al momento de la administración.

En segundo lugar, se utilizó la Escala *Fear of Missing Out* (FOMOs) desarrollada por Przybylski et al. (2013), adaptada y validada en España por Gil et al. (2015). El instrumento consta de 10 ítems cuyo fin es medir el miedo a perderse algo (FOMO). El cuestionario presenta un formato de respuesta tipo Likert con afirmaciones que se responden desde 1=Nada a 5= Mucho,

de manera que el puntaje más alto es equivalente al nivel más alto de FOMO. Los resultados se dividieron en 4 categorías: de 0 a 14 puntos, sin FOMO; de 15 a 22 puntos riesgo de FOMO; de 23 a 29 puntos, FOMO medio; y a partir de 30 puntos FOMO grave.

En tercer lugar, se empleó la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), validada en Argentina por Góngora y Casullo (2009), la cual evalúa la autoestima a partir de sus aspectos positivos y negativos. Esta escala consta de 10 ítems con cuatro opciones de respuesta, que van desde (1) muy de acuerdo, hasta (4) muy en desacuerdo. La escala ha demostrado una adecuada consistencia interna, con un coeficiente de $\alpha = 0,817$. Si el participante obtiene: entre 30 y 40 puntos, se interpreta que su autoestima es alta, considerada como autoestima normal; entre 26 y 29 puntos, refleja una autoestima media, lo que indica que no hay problemas de autoestima graves, pero podría ser beneficioso mejorarla; menos de 25 puntos, computa como autoestima baja, lo cual sugiere la presencia de problemas significativos de autoestima.

En lo que respecta al procedimiento, *para la recolección de datos*, se elaboró un formulario de Google que incluía los tres instrumentos antes mencionados, precedido por su correspondiente consentimiento informado. El proceso de contacto comenzó a través de WhatsApp, donde se envió una invitación inicial a las participantes potenciales y se empleó la técnica de bola de nieve (Hernández Sampieri, 2018) para su distribución.

Para el análisis de los datos, se volcaron los resultados obtenidos a una planilla Excel y luego se trasladaron al software IBM SPSS Statistics 28.0.1. Se llevó a cabo un análisis estadístico que incluyó el cálculo de porcentajes y frecuencias para evaluar el nivel de FOMO y autoestima. Además, se utilizó la prueba del Coeficiente r de Pearson para determinar el grado de relación entre estas dos variables y la prueba de ANOVA para realizar la comparación entre grupos.

Conforme a los lineamientos éticos, las participantes ofrecieron su consentimiento. Se les explicó el propósito y marco de la investigación. Su participación fue voluntaria, se garantizó la confidencialidad y el anonimato, y se preservó su identidad conforme a la Ley de Protección de Datos Personales de Argentina 25.326.

Resultados

Redes sociales más utilizadas por las adolescentes

Se realizó un análisis descriptivo de las redes sociales más utilizadas por las adolescentes de la muestra, lo cual permitió identificar patrones de uso. Los resultados revelaron que WhatsApp es la red social predominante, utilizada por el 98,9 % de las participantes ($n = 89$), posicionándose como la principal plataforma de comunicación de la muestra. En segundo lugar, con una cifra muy cercana, se encuentra Instagram, utilizada por el 97,8 % ($n = 88$). En la Tabla 1 se presenta el porcentaje de uso de cada red social reportado por los participantes.

Tabla 1

Redes sociales más utilizadas

Red social	Cantidad de sujetos	Porcentaje
WhatsApp	89	98,9 %
Instagram	88	97,8 %
TikTok	71	78,9 %
Twitter	46	51,1 %
Otro	8	8,9 %

Nota. Elaboración propia.

Grado de FOMO en las adolescentes

Se llevó a cabo un análisis descriptivo en el que se calcularon medias y desvíos estándar para evaluar la distribución de esta variable en la muestra. Los resultados indicaron un nivel grave de FOMO con una media de 27,10 ($DE = 7,05$; Mínimo = 13; Máximo = 45), lo que evidencia una tendencia elevada hacia este fenómeno entre las adolescentes. En cuanto a la clasificación de los niveles de FOMO, se observó que el 37,78 % ($n = 34$) exhibía un nivel grave, un 35,56 % ($n = 32$) presentó un nivel medio de FOMO, mientras que el 25,56 % ($n = 23$) mostró riesgo de desarrollarlo. Cabe destacar que solo el 1,11 % ($n = 1$) mostró ausencia total de FOMO, lo que indica que casi toda la muestra estudiada experimentaba algún grado de este síndrome.

En la Tabla 2 se puede ver el análisis de cada ítem, mostrando un alto puntaje de FOMO cuando los sujetos no pueden participar de actividades y entender bromas de sus amigos, mientras que el menor puntaje de FOMO se relaciona con controlar a los amigos y mostrar su vida por redes sociales.

Tabla 2

Grado de FOMO

	M	DE
Es importante para mí entender las bromas que se hacen entre mis amigos.	3,51	1,10
Cuando me pierdo una reunión entre amigos, me molesta.	3,27	1,06
A veces me pregunto si dedico demasiado tiempo a estar pendiente de lo que está pasando.	3,21	1,27
Me molesta cuando pierdo una oportunidad de quedar con amigos.	3,12	1,06
Cuando voy de vacaciones, sigo pendiente de lo que mis amigos están haciendo.	2,84	1,18
Me preocupo cuando me entero de que mis amigos se lo están pasando bien sin mí.	2,76	1,23
Me da miedo que mis amigos tengan experiencias más gratificantes que yo.	2,27	1,29
Me da miedo que otras personas tengan experiencias más gratificantes que yo.	2,23	1,24
Cuando me la paso bien, es importante para mí compartir los detalles en línea (p.ej. actualizando el estatus).	2,14	1,23
Me pongo nerviosa cuando no sé qué están haciendo mis amigos.	1,74	0,97

Nota. Todos los ítems tienen un valor mínimo de 1 y un valor máximo de 5.

Nivel de autoestima de las adolescentes

Se realizó un estudio descriptivo en el que se calcularon medias y desvíos. Se encontró un nivel de autoestima media con una media de 27,23 (DE = 2,99; Mínimo = 18; Máximo = 36). De esta manera, el 60 % (n = 54) de la muestra exhibió un nivel de autoestima media, el 21,11 % (n = 19) mostró una autoestima baja, y el 18,89 % (n = 17) demostró una autoestima elevada.

Relación entre FOMO y autoestima en las adolescentes

Se optó por un análisis de correlación r de Pearson. Se encontró que no hay relación entre los niveles de FOMO y el puntaje total de autoestima de los sujetos ($r = ,058$; $p = ,584$; $n = 90$).

Asimismo, no se observaron diferencias significativas en los niveles de FOMO en relación con el nivel de autoestima ($F(2; 87) = 1,351; p = ,264$; Post-hoc: T3 de Dunnet).

Tabla 3

Relación entre FOMO y Autoestima

	n	ME	DE	r	p
Grado de FOMO	90	27,10	7,05	,058	,584
Nivel de autoestima	90	27,23	2,99	,058	,584

Nota. Elaboración propia.

Este resultado sugiere que la relación entre el FOMO y la autoestima podría no ser lineal ni directa, sino moderada por variables contextuales o incluso emocionales no consideradas en este estudio. Cabe señalar que la ausencia de correlación no implica independencia absoluta, sino la posible intervención de otros factores mediadores.

Discusión

La literatura indica que los adolescentes son el grupo etario que más interactúa con las redes sociales (Lardies & Potes, 2022), y así lo confirman datos estadísticos nacionales e internacionales (Statista Research Department, 2024).

Ante la creciente facilidad para acceder a información sobre la vida de otros, surge un fenómeno conocido como FOMO, caracterizado por el temor persistente a perderse experiencias que están viviendo otros, que parecen ser más emocionantes y gratificantes que las propias. El no participar en eventos o actividades que se perciben como más atractivos, se traduce en ansiedad, sensación de insatisfacción y preocupación sobre la propia vida (Potes, 2024b; Przybylski et al., 2013; Varchetta et al., 2020).

Una de las variables que se ha vinculado con el síndrome de FOMO es la autoestima. Esta se define como la percepción que un sujeto tiene de sí mismo, que incluye los sentimientos, pensamientos, experiencias y comportamientos que acumula a lo largo de su vida, y muestra el juicio de aceptación o rechazo que tiene sobre sí mismo (Hañari et al., 2020). Esta juega un papel

crucial durante la adolescencia, una etapa de transición significativa que abarca el paso de la niñez a la adultez y se caracteriza por intensos cambios físicos, psicológicos y sociales.

La presente investigación se propuso analizar la relación entre el FOMO y la autoestima en adolescentes mujeres de entre 18 y 21 años residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires, Argentina. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. Se confeccionó un cuestionario ad-hoc para relevar datos sociodemográficos y se utilizaron la Escala *Fear of Missing Out Scale* (Gil et al., 2015) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (Góngora & Casullo, 2009).

En relación con el primer objetivo específico del estudio, cuyo propósito era explorar cuáles son las redes sociales más utilizadas por la población investigada, los resultados revelaron que la plataforma más popular entre las adolescentes es WhatsApp, con un 98,9 % de usuarias, seguida muy de cerca por Instagram, que alcanza un 97,8 % de uso. TikTok también muestra una alta popularidad, con un 78,9 % de participación entre las encuestadas, consolidándose como una de las plataformas más atractivas para este grupo etario. Por otro lado, las redes sociales menos empleadas por esta población incluyen Twitter, con un uso moderado del 51,1 %, y otras redes sociales que alcanzaron apenas un 8,9 % de usuarios. Estos resultados están en consonancia con datos estadísticos relevados por Statista Research Department (2024) y coinciden con lo reportado por Luque et al. (2020) y con lo observado por Santos-Figueroa et al. (2025). La frecuencia de uso, las motivaciones y la elección de cada plataforma varían conforme a la época y son disímiles de acuerdo con la población que las utiliza, siendo la edad un factor influyente en la elección (Lardies & Potes, 2022)

Respecto del segundo objetivo específico, que consistía en examinar el grado de FOMO en la población estudiada, los resultados revelaron un nivel grave de FOMO entre las participantes. Estos resultados son consistentes con las conclusiones a las que arribaron Adams et al. (2017) y Milyavskaya et al. (2018) en estudiantes universitarios, y coinciden parcialmente con los resultados obtenidos por Pastorini et al. (2023) y Santos-Figueroa et al. (2025) donde los jóvenes exhibieron un nivel moderado de FOMO. Así mismo, se hallan en consonancia con otros estudios que, si bien no cuantificaron directamente la variable FOMO, han subrayado la importancia y relevancia de este fenómeno (Gil et al., 2015; Oberst et al., 2017; Torres Serrano, 2020).

En lo que concierne al tercer objetivo específico, que buscaba examinar el nivel de autoestima en la población investigada, los resultados indicaron que el nivel de autoestima de las participantes se encuentra en un rango medio. Esto sugiere que, en general, las adolescentes evaluadas presentan una percepción equilibrada de sí mismas, sin extremos significativos hacia alta o baja autoestima. Este hallazgo es coincidente con lo observado por Santos-Figueroa et al. (2025).

Por último, en cuanto al cuarto objetivo específico, que tenía como propósito identificar la conexión entre el síndrome de FOMO y la autoestima en la población analizada, se halló que no existe una relación entre los niveles de FOMO y el puntaje total de autoestima de los participantes, por lo que se rechaza la hipótesis planteada. Estos resultados contradicen las conclusiones a las que arribaron estudios previos, los cuales habían sugerido una correlación inversa significativa entre las variables (Martin & Simkin, 2023; Ortuño-Saavedra, 2023; Pastorini et al., 2023; Torres Serrano, 2020). Sin embargo, se hallan parcialmente en consonancia con los resultados obtenidos por Santos-Figueroa et al. (2025). Al respecto, resulta relevante contrastar que, si bien Luque et al. (2020) sostienen que el FOMO es un predictor del uso compulsivo y problemático de las redes sociales en Argentina, en la presente muestra dicho nivel de FOMO no se tradujo en una disminución de la autoestima. Esto sugiere que, aunque el temor a quedar excluido puede derivar en una alta intensidad de conexión -tal como proponen Luque et al. (2020)-, este comportamiento no necesariamente afecta la autovaloración de las adolescentes, reforzando la idea de que se trata de constructos que operan de manera independiente en esta población.

Siendo que la evidencia empírica sobre la relación entre el FOMO y la autoestima es aún limitada, los hallazgos de esta investigación aportan nuevas perspectivas, particularmente en adolescentes mujeres en contexto argentino. Un alto grado de FOMO en la población estudiada, podría estar vinculado al miedo a la exclusión social y a la necesidad de pertenencia, los cuales son característicos de la adolescencia como etapa de la vida. Esto se observa especialmente en las frases que mayor puntuación obtuvieron en la escala de FOMO: “Es importante para mí entender las bromas que se hacen entre mis amigos” y “Cuando me pierdo una reunión entre amigos, me molesta”. En contrapartida, frases como “Me da miedo que mis amigos tengan experiencias más gratificantes que yo”, “Me da miedo que otras personas tengan experiencias más gratificantes que yo” o “Me pongo nerviosa cuando no sé qué están haciendo mis amigos”, obtuvieron puntuaciones

más bajas. Esto pone de manifiesto que la comparación social no resulta ser relevante en la población estudiada. A su vez, un nivel medio de autoestima podría explicar el hecho de que no sientan la necesidad de compararse con lo que otros hacen.

Los resultados evidencian que no existe una relación lineal entre ambas variables. Sin embargo, un análisis minucioso de los datos permite vislumbrar que las participantes puntuaron menos en ítems vinculados a la comparación social en la escala de FOMO, lo cual es consistente con un nivel equilibrado de autoestima, mientras que, en los ítems vinculados a la necesidad de pertenencia, obtuvieron puntuaciones más altas, lo que explica el alto nivel de FOMO en la población estudiada. Esta discrepancia podría esclarecer la ausencia de relación directa entre las variables. De acuerdo con Fuster et al. (2017), el FOMO actúa como un mediador de necesidades básicas de vinculación social, por lo que, para estas adolescentes, el fenómeno podría ser una manifestación de sociabilidad normativa más que un factor que socava su autoestima, confirmando la independencia de ambos constructos en este grupo.

Conclusión

Los resultados de esta investigación revelaron que la muestra exhibía un alto nivel de FOMO junto con un nivel medio de autoestima. Sin embargo, no se observó una correlación significativa entre ambas variables. Este hallazgo resulta sorprendente dado que rechaza la hipótesis planteada, que sugería que las adolescentes con un mayor grado de FOMO tendrían una autoestima más baja. Los resultados estadísticos no respaldaron esta hipótesis, indicando que no existe una relación directa entre el FOMO y la autoestima, al menos en la población estudiada.

En cuanto a las limitaciones de este estudio, por un lado, respecto a lo metodológico, resulta menester señalar que la recolección de datos se llevó a cabo a través de un muestreo no probabilístico, siguiendo criterios de inclusión y exclusión muy específicos, lo que resultó en una muestra altamente focalizada. Esta precisión en la selección de las participantes pudo haber influido en los resultados obtenidos y, por ende, afectar las conclusiones derivadas del estudio. Debido a las características del muestreo, los hallazgos no pueden generalizarse a toda la población adolescente argentina, sino que se limitan a la muestra analizada.

A su vez, la utilización de la técnica de bola de nieve pudo haber sesgado los resultados en tanto que los sujetos suelen referir a otros con similares características. Por otro lado, en relación con el instrumento, cabe destacar que se utilizó la técnica de autorreporte, lo cual también podría afectar los resultados en tanto que no hay manera de evaluar un posible sesgo de deseabilidad social, dificultades en la interpretación de los ítems o incluso otros factores como el estado de ánimo de las participantes al momento de responder, entre otros.

Cabe considerar también factores culturales y contextuales que podrían haber influido en este hallazgo inesperado. Por ejemplo, la residencia de las participantes en un centro urbano podría asociarse con la normalización del uso intensivo de redes sociales entre las adolescentes estudiadas. Esta familiaridad con las dinámicas digitales podría explicar el alto nivel de FOMO observado, atenuando así la relación esperada con la autoestima. Asimismo, podrían haber influido factores como el nivel educativo y/o socioeconómico, aunque estas variables no fueron relevadas.

Para futuras investigaciones sería valioso considerar otras variables psicológicas, como la ansiedad o la depresión; variables conductuales, como el tiempo y tipo de uso de las redes sociales; variables familiares, como la comunicación y/o estructura familiar o los estilos parentales; y/o variables sociales, como el nivel educativo. La inclusión de estos factores permitiría comprender en profundidad estos resultados. Además, sería beneficioso trabajar con muestras más diversificadas en términos de género, edad y tamaño. Por un lado, sería interesante incluir ambos géneros para poder analizar las posibles diferencias en la experiencia del FOMO y su impacto en la autoestima, esto permitiría una comprensión más detallada y holística de cómo estos fenómenos se manifiestan. Por el otro, relevante extender la investigación a otros grupos etarios, dado que podría proporcionar información valiosa sobre cómo el FOMO y la autoestima se desarrollan y cambian a lo largo de diferentes etapas de la vida. Comparar los resultados entre distintos grupos de edad podría revelar patrones o tendencias adicionales que no se han observado en la muestra actual. Esta diversidad permitiría obtener resultados más representativos y generalizables, lo que enriquecería la interpretación de los hallazgos y proporcionaría una base más sólida para entender la relación entre el FOMO y la autoestima en diversos contextos.

En conclusión, esta investigación da cuenta de que tanto el FOMO como la autoestima son fenómenos complejos y multifactoriales. Los resultados sugieren que un alto grado de FOMO podría estar asociado a múltiples variables y no únicamente a la autoestima. De modo que surge

la necesidad de continuar explorando en esta línea, incorporando una mirada más holística que permita comprender la naturaleza del FOMO y sus posibles efectos en la salud mental de los jóvenes.

Los hallazgos de este estudio pueden ser de utilidad para orientar intervenciones en distintos ámbitos: en el contexto educativo, se podrían desarrollar programas de prevención del FOMO, poniendo el foco no solo en el fortalecimiento de la autoestima, sino también en la regulación emocional, y los hábitos digitales saludables, fomentando un uso más consciente de las redes sociales; en el ámbito clínico, se podría considerar el FOMO como un factor relevante al momento de diseñar estrategias de prevención y acompañamiento psicológico, especialmente en adolescentes con vulnerabilidad emocional; a nivel social, los resultados evidencian la importancia de campañas que concienticen sobre los riesgos del uso erróneo de las redes sociales y que fomenten entornos virtuales más saludables.

Referencias

- Adams, S. K., Williford, D. N., Vaccaro, A., Kisler, T. S., Francis, A., & Newman, B. (2017). The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students [Los jóvenes e inquietos: la socialización triunfa sobre el sueño, el miedo a perderse algo y las distracciones tecnológicas en los estudiantes universitarios de primer año]. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(3), 337-348. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1181557>
- Álvarez-Menéndez, M., & De la Villa Moral Jiménez, M. (2020). Phubbing, uso problemático de teléfonos móviles y de redes sociales en adolescentes y déficits en autocontrol. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 20(1), 113-125. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.487>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Artavia-Fallas, C., & Carranza-Morales, M. (2019). Estilos de apego de mujeres que permanecieron expuestas a situaciones de violencia en sus relaciones de noviazgo durante

- la adolescencia tardía. *InterSedes*, 20(42), 72-103.
<https://doi.org/10.15517/isucr.v20i42.41844>
- Braña-Sánchez, A. J., & De la Villa Moral Jiménez, M. (2023). Nomofobia y FoMO en el uso del smartphone en jóvenes: El rol de la ansiedad por estar conectado. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 23(1), 117-130. <https://doi.org/10.21134/haaj.v23i1.707>
- Correa-Rojas, J., Grimaldo-Muchotrigo, M. & Del Rosario-Gontaruk, S. (2020). Propiedades psicométricas de la Fear of Missing Out Scale (FoMOs) en universitarios peruanos. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(2), 113-120. <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.2.113-120>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior* [Motivación intrínseca y autodeterminación en el comportamiento humano]. Plenum Press.
- Díaz Falcón, D., Fuentes Suárez, I., & Senra Pérez, N. (2018). Adolescencia y autoestima: su desarrollo desde las instituciones educativas. *Conrado*, 14(64), 98-103. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/793/826>
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & 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. [Investigación de los vínculos entre el miedo a perderse algo, la adicción a las redes sociales y los síntomas emocionales en la adolescencia: el papel del estrés asociado con la negligencia y las reacciones negativas en las redes sociales]. *Addictive Behaviors*, 106, Artículo 106364 <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Ferrel Ortega, F. R., Vélez Mendoza, J., & Ferrel-Ballestas, L. F. (2014). Factores psicológicos en adolescentes escolarizados con bajo rendimiento académico: Depresión y autoestima. *Revista Encuentros*, 12(2), 35-47. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655660003>
- Fuster, H., Chamarro-Lusar, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach [Miedo a perderse algo, adicción a las redes sociales y al teléfono móvil: un enfoque de perfil latente]. *Recercat Dipòsit de La Recerca de Catalunya*, 35(1), 1-7. <https://doi.org/10.51698/aloma.2017.35.1.22-30>

- Gaete, V. (2015, noviembre-diciembre). Desarrollo psicosocial del adolescente. *Revista Chilena de Pediatría*, 86(6), 436-443. <https://doi.org/10.1016/j.rchipe.2015.07.005>
- Gil, F., Oberst, U., Del Valle, G., & Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías - ¿Nuevas patologías? El Smartphone y el fear of missing out. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 33(2), 77-83. <https://doi.org/10.51698/aloma.2015.33.2.77-83>
- Góngora, V. C., & Casullo, M. M. (2009). Validación de la escala de autoestima de Rosenberg en población general y en población clínica de la Ciudad de Buenos Aires. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 1(27), 179-194. <https://aidep-aidap.org/revista/0027/R279.pdf>
- Hañari, J., Masco, M., & Esteves, A. (2020). Comunicación familiar y autoestima en adolescentes de zona urbana y rural. *Revista Innova Educación*, 2(3), 446-455. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2020.03.005>
- Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill.
- Lardies, F., & Potes, M. V. (2022) Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances en Psicología*, 30(1), 1-17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>
- Luque, L. E., Osre, V. R., Aramburu, E., Aguirre, C. C., Fernández, M., & Gómez, R. A. (2020). Uso problemático de redes sociales virtuales y miedo a quedar afuera (FoMO). *Anuario de Investigaciones de la Facultad de Psicología*, 4(4), 64-80. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/aifp/article/view/29357>
- Martin, R., & Simkin, H. (2023). Adaptación y validación al contexto argentino de la escala de Fear of Missing Out. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 41(3), 1-14. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.10853>
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO [Miedo a perderse algo: prevalencia, dinámica y consecuencias de experimentar FOMO]. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725-737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Núñez Vázquez, I., & Pérez, R. C. (2016). La ansiedad como variable predictora de la autoestima en adolescentes y su influencia en el proceso educativo y en la comunicación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 71(2), 109-128. <https://doi.org/10.35362/rie71219>

- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out [Consecuencias negativas del uso intensivo de redes sociales en adolescentes: el papel mediador del miedo a perderse algo]. *Journal of Adolescence*, 55(1), 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Ortuño-Saavedra, M. (2023). *Estudio sobre la asociación entre rasgos de personalidad y uso y adicción a Instagram en población adulta* [Trabajo final de maestría, Universidad Central de Catalunya]. Repositorio digital institucional. <https://repositori.uvic-ucc.cat/handle/10854/7651>
- Panesso Giraldo, K., & Arango Holguín, M. J. (2017). La autoestima, proceso humano. *Revista Electrónica Psyconex*, 9(14), 1-9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507>
- Parra Jiménez, A., Oliva Delgado, A. & Sanchez Queija, I. (2004). Evolución y determinantes de la autoestima durante los años adolescentes. *Anuario de Psicología*, 35(3), 331-346. <http://hdl.handle.net/11441/30520>
- Pastorini, S., Cittadini, M., Leumann, M., Pino-Ammassari, S., Racedo, C., Moralejo Aguirre, A., & Lamas, M. C. (2023). El síndrome «miedo a perderse algo» en jóvenes y adolescentes argentinos. *Enciclopedia Argentina de Salud Mental*, 11. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/17868>
- Potes, M. V. (2024a). ¿Cómo fortalecer la autoestima en la niñez? *Revista de Divulgación Crisis y Retos en la Familia y Pareja*, 6(2), 40-45. <https://www.gipps.org/revistaredes/analisis/como-fortalecer-la-autoestima-en-la-ninez/>
- Potes, M. V. (2024b). La familia como factor protector ante el FOMO en la adolescencia. *Revista Electrónica De Psicología Iztacala*, 27(3). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/repi/article/view/89739>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out [Correlatos motivacionales, emocionales y conductuales del miedo a perderse algo]. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

- Quintero Núñez, H., Cano García, M., Gaspar Cartagena, D., & Martín, R. (2022, julio-diciembre). FoMOs Scale Assessment (Fear of Missing out Scale) inside the Colombian Context [Validación de la escala FoMOs (Fear of Missing Out scale) en el contexto colombiano]. *Pensamiento Americano*, 15(30), 1-11. <https://doi.org/10.21803/penamer.15.30.490>
- Reer, F., Wai, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out [Bienestar psicosocial y participación en las redes sociales: los roles mediadores de la orientación a la comparación social y el miedo a perderse algo]. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Robles Luján, C.C., Ortiz Muggenburg, J. C., & Roldán, L. F. (2023). *Familia y redes sociales*. Lambda Press.
- Rojas, E. (2013). *Vive tu vida: la autoestima y sus etapas en la vida*. Planeta.
- Rojas-Jara, C., Henríquez-Vargas, F., Sanhueza, F., Núñez, P., Inostroza, E., Solís, A., & Contreras, D. (2018). Adicción a Internet y uso de redes sociales en adolescentes: Una revisión. *Revista española de drogodependencias*, 43(4), 39-54. <https://red.aesed.com/upload/files/v43n4-2-rrss.pdf>
- Romero Farías, Á. D., & Giniebra Urra, R. (2022). Funcionalidad familiar y autoestima en adolescentes durante la pandemia por COVID-19. *Revista PSIDIAL: Psicología y Diálogo de Saberes*, 1(1), 1-18. <https://doi.org/10.33936/psidial.v1i1.4302>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image* [La sociedad y la autoimagen del adolescente]. Princeton University Press.
- Santos-Figueroa, E. M., Córdoba, N., & Álvarez, N. (2025). Relación entre el Síndrome FOMO y autoestima en estudiantes universitarios. *Revista Contacto*, 4(2), 36-46. <https://doi.org/10.48204/contacto.v4n2.6669>
- Society for Adolescent Health and Medicine (2013). *Stages of adolescent development* [Etapas del desarrollo adolescente]. https://www.emedicinehealth.com/what_are_the_three_stages_of_adolescence/article_em.htm

- Statista Research Department. (2024). *Tasa de penetración de las redes sociales en América Latina y el Caribe en febrero de 2024, por país*. <https://es.statista.com/estadisticas/1073796/alcance-redes-sociales-america-latina/>
- Tacca Huamán, D. R., Cuarez Cordero, R., & Quispe Huaycho, R. (2020). Habilidades sociales, autoconcepto y autoestima en adolescentes peruanos de educación secundaria. *International Journal of Sociology of Education*, 9(3), 293-324. <https://doi.org/10.17583/rise.2020.5186>
- Torres Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) and Instagram use: Analysis of the relationships between narcissism and self-esteem [La sociedad y la autoimagen adolescenteEl miedo a perderse algo (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre el narcisismo y la autoestima]. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 38(1), 31-38. <https://doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Varchetta, M., Frascchetti, A., Mari, E., & 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), 1-13. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187>
- Zenteno Durán, M. E. (2017). La autoestima y cómo mejorarla. *Ventana Científica*, 8(13), 43-46. <https://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/12>