

Marisa Béjar Souto

**Relació entre l'ús problemàtic de les xarxes socials, el FoMO i el
benestar subjectiu**

TREBALL DE FI DE GRAU

Dirigit per la Sra. Joana Roigé

Grau de psicologia



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona

ÍNDEX

Resum.....	3
Abstract.....	3
1. INTRODUCCIÓ TEÒRICA.....	4
1.1 Les xarxes socials	4
1.1.1 Avantatges i inconvenients de les xarxes socials.....	5
1.1.2 Conceptualització de l'ús problemàtic de les xarxes socials.....	6
1.1.3 L'ús de les xarxes socials segons edat, gènere i context cultural.....	7
1.1.4 Possibles usos de les xarxes socials	8
1.1.5 Algoritmes a les xarxes socials	9
1.1.6. Fear of Missing Out (FoMO).....	10
1.1.7 Avaluació del FOMO	12
1.1.8 FoMO i xarxes socials.....	12
1.1.9. Benestar Subjectiu	13
1.1.10 Mesura del Benestar Subjectiu	14
1.1.11 Benestar Subjectiu i Xarxes Socials	15
2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS.....	16
2.1. Objectius.....	16
2.2. Hipòtesis	16
3. METODOLOGIA.....	16
3.1 Disseny experimental	16
3.2 Participants.....	16
3.3 Instruments	18
3.4 Procediment.....	19
3.5 Anàlisi de dades	20
4. RESULTATS.....	21
4.1 Estadístics descriptius.....	21
4.2 Correlacions entre les variables	21
4.3 Prova de U Mann-Whitney	22
4.4. Càlcul de freqüències.....	23
5 DISCUSSIÓ	24
5.1 Discussió	24
5.2 Limitacions i punts de millora.....	26
5.3. Futures línies d'investigació	27

6. CONCLUSIONS.....	28
7. BIBLIOGRAFIA:	29

Resum

L'ús intensiu de les xarxes socials és un fenomen creixent entre la població jove, amb implicacions importants en la salut mental. El present treball té com a objectiu analitzar la relació entre l'ús problemàtic de les xarxes socials, el fenomen del *Fear of Missing Out* (FoMO) i el benestar subjectiu en una mostra de 64 joves d'entre 18 i 30 anys. Per fer-ho, s'han administrat tres escales psicomètriques: el Test d'Addicció a les Xarxes Socials (TARS), l'escala FoMO i l'escala EBS-8 de benestar subjectiu. Els resultats han mostrat correlacions significatives entre les tres variables: una relació positiva entre FoMO i l'ús problemàtic de les xarxes socials, i una relació negativa entre FoMO i benestar, així com entre l'ús problemàtic de les xarxes socials i benestar. No s'han trobat diferències significatives segons el gènere.

Paraules clau:

Ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO, benestar subjectiu, joves, salut mental

Abstract

The intensive use of social networks is a growing phenomenon among young people, with important implications for mental health. The present study aims to analyze the relationship between social media addiction, the *Fear of Missing Out* (FoMO), and subjective well-being in a sample of 64 young individuals aged between 18 and 30. To this end, three validated scales were used: the Social Media Addiction Test (TARS), the FoMO Scale, and the EBS-8 Subjective Well-Being Scale. The results showed significant correlations between the three variables: a positive relationship between FoMO and addiction, and negative relationships between FoMO and well-being, as well as between addiction and well-being. No significant gender differences were found, and no clear pattern emerged regarding age and addiction levels.

Keywords:

Social media addiction, FoMO, subjective well-being, young people, mental health

1. INTRODUCCIÓ TEÒRICA

1.1 Les xarxes socials

Les xarxes socials han transformat la manera en què ens comuniquem, obtenim informació i mantenim les nostres relacions. Avui dia, més del 58% de la població mundial les utilitza diàriament (We Are Social, 2022). Aquestes plataformes no només faciliten la connexió immediata entre persones, sinó que també són fonamentals en àmbits com l'entreteniment, la informació, l'educació i el treball (Kaplan & Haenlein, 2010; Kietzmann et al., 2011).

Van tenir els seus inicis amb SixDegrees en 1997 com la primera xarxa moderna on els usuaris podien crear perfils i connectar-se amb altres persones (Boyd & Ellison 2007). Després van arribar Friendster (2002), MySpace (2003), que van popularitzar el concepte de comunitats en línia; però va ser Facebook (2004), el qual va establir el model actual de xarxa social. Amb el pas del temps han aparegut altres plataformes com Twitter (2006), Instagram (2010) i TikTok (fet el 2016).

Les xarxes socials es poden classificar segons la seva funció i estructura. Hi ha xarxes d'oci, com Facebook, Instagram i TikTok, orientades a l'entreteniment i la interacció a nivell personal (Inteco, 2009), i xarxes socials professionals, com LinkedIn, enfocades en l'àmbit laboral (Kaplan & Haenlein, 2010). També es diferencien per la seva dinàmica de funcionament: les xarxes basades en perfils, com Facebook i LinkedIn, permeten crear comptes personals o professionals per interactuar (Boyd & Ellison, 2007), mentre que les xarxes de microblogging, com Twitter (X), es centren en compartir missatges curts en temps real (Kaplan & Haenlein, 2010). A més, segons el seu grau d'accés, poden ser públiques, com YouTube o Twitter, o privades, com les intranets empresarials (Inteco, 2009; Kietzmann et al., 2011).

Actualment, les xarxes socials més populars són Facebook (2.96 mil milions d'usuaris), YouTube (2.5 mil milions), WhatsApp i Instagram (2.0 mil milions cadascuna) i TikTok (1.7 mil milions) (We Are Social & Hootsuite, 2023).

1.1.1 Avantatges i inconvenients de les xarxes socials

Les xarxes socials han esdevingut molts beneficis en àmbits com la comunicació, l'educació i la mobilització social. Una de les seves principals funcions és la capacitat de connectar persones i facilitar la creació de comunitats virtuals. Aquestes comunitats poden oferir suport emocional i social, especialment en situacions d'aïllament físic. Durant la pandèmia de COVID-19, moltes persones van utilitzar plataformes digitals per mantenir el contacte amb familiars, amics i companys de feina, fet que va ajudar a reduir la sensació de soledat i a preservar els vincles socials (Veletsianos & Kimmons, 2013). A més, la comunicació digital ha facilitat el teletreball i l'educació en línia, convertint les xarxes socials en eines imprescindibles (Manca & Ranieri, 2016).

Un altre avantatge de les xarxes socials és el seu paper en l'educació. Plataformes com YouTube, LinkedIn i Instagram permeten accedir fàcilment a tutorials, conferències i cursos, fent que l'aprenentatge sigui més accessible per a tothom (Veletsianos & Kimmons, 2013). Molts professors han incorporat aquestes eines a les seves classes, fomentant un ensenyament més dinàmic i col·laboratiu, especialment en l'educació superior (Manca & Ranieri, 2016).

Les xarxes socials també s'han utilitzat com una eina de mobilització social. Moviments com #BlackLivesMatter han utilitzat aquestes plataformes per denunciar injustícies i promoure la igualtat racial, aconseguint el suport de persones de tot el món (Freelon et al., 2018). De la mateixa manera, el moviment #MeToo ha ajudat a visibilitzar problemes relacionats amb la violència de gènere i la discriminació, creant espais de suport i denúncia per a les víctimes (Mendes et al., 2019).

Tot i aquests beneficis, les xarxes socials també poden tenir efectes negatius, especialment sobre la salut mental. Un dels problemes més destacats és l'impacte psicològic derivat d'un ús excessiu. Estudis han demostrat que els adolescents que passen més temps a les xarxes socials tenen un major risc de desenvolupar símptomes depressius i ansietat (Morey Ramón, 2019). A més, les xarxes socials estan dissenyades per mantenir els usuaris connectats el màxim temps possible mitjançant notificacions, contingut personalitzat i mecanismes com el *desplaçament infinit*, que dificulten la desconnexió. Aquestes característiques poden reduir la qualitat de les relacions personals,

ja que moltes persones substitueixen les trobades cara a cara per converses digitals, fet que pot afectar el desenvolupament d'habilitats socials i provocar una desconexió emocional amb el seu entorn. Això és especialment preocupant en adolescents i joves, pel fet que l'ús excessiu de les xarxes pot afectar la seva capacitat per gestionar relacions en el món real (Barba Roig, 2021).

Un altre problema greu és el ciberassetjament. L'anonimat que permeten algunes xarxes socials ha facilitat l'augment de comentaris ofensius i conductes d'odi. Les víctimes d'aquest tipus d'assetjament poden patir ansietat, depressió i, en casos extrems, tenir pensaments suïcides (Morey Ramón, 2019).

1.1.2 Conceptualització de l'ús problemàtic de les xarxes socials

L'ús problemàtic de les xarxes socials es pot definir com un ús excessiu i descontrolat d'aquestes plataformes, que interfereix amb les activitats quotidianes, provoca malestar psicològic i està associat amb símptomes de tolerància, abstinència i deteriorament funcional, de manera similar a altres formes d'addicció comportamental (Andreassen et al., 2017; Kuss & Griffiths, 2015).

Segons diversos estudis en neurociència, l'ús de les xarxes socials activa el sistema de recompensa del cervell, provocant l'alliberament de dopamina, un mecanisme similar al que es dona en altres conductes addictives, com el consum de substàncies o el joc patològic (Montag et al., 2017). Aquesta resposta neurobiològica genera una sensació de plaer que reforça la conducta de connexió contínua, afavorint un cercle d'ús repetitiu i dificultant-ne el control voluntari (Andreassen et al., 2012). Això explicaria per què moltes persones desenvolupen una dependència psicològica a les xarxes socials, fent-les servir com a font de gratificació immediata i d'escapament emocional.

A més, l'ús problemàtic de les xarxes socials s'ha associat amb patrons de comportament nocius, com la privació de son per romandre connectat, la necessitat de revisar constantment les notificacions i una interferència en les relacions personals. Estudis recents indiquen que l'ús excessiu de les xarxes socials pot reduir la qualitat del son, augmentar la somnolència diürna i

afectar negativament les relacions interpersonals (Koban et al., 2025; Sleep Foundation, 2023).

D'aquesta manera, l'ús problemàtic de les xarxes socials no només té una base neurobiològica, sinó que també està relacionada amb factors emocionals i psicològics. Diferents estudis han suggerit que les persones amb una autoestima baixa o nivells baixos d'intel·ligència emocional són més propenses a desenvolupar aquesta dependència, ja que utilitzen les xarxes socials com un mecanisme d'autovalidació externa i regulació emocional (Andreassen et al., 2012). Així mateix, s'ha observat que moltes persones recorren a les xarxes socials per evitar situacions desagradables o gestionar emocions negatives, fet que contribueix a un ús excessiu i problemàtic (Reed & Haas, 2023).

A causa de l'interès creixent en la identificació i avaluació de l'addicció a les xarxes socials, diversos autors han desenvolupat instruments per mesurar aquesta dependència. Un test bastant utilitzat és el Test d'Addicció a les Xarxes Socials (TARS), elaborat per Basteiro Monje et al. (2013), el qual permet avaluar el nivell d'ús problemàtic d'aquestes plataformes i la seva influència en el benestar emocional i la vida quotidiana dels individus. Aquest test analitza diferents criteris, com la dificultat per desconnectar, l'impacte negatiu en la salut mental i les afectacions en l'àmbit acadèmic, social i laboral.

1.1.3 L'ús de les xarxes socials segons edat, gènere i context cultural

L'edat és un dels factors més determinants en l'ús de les xarxes socials. Els adolescents i joves són els usuaris més actius i prefereixen plataformes com TikTok i Snapchat, que ofereixen contingut visual i immediat (Anderson & Jiang, 2018). Aquest grup tendeix a compartir experiències personals, seguir influenciadors i participar en reptes virals, fet que reforça la seva vinculació amb aquestes aplicacions (Pew Research Center, 2021).

En canvi, els adults de més edat fan servir majoritàriament Facebook per mantenir el contacte amb familiars i amics, llegir notícies i formar part de comunitats d'interès (Perrin & Duggan, 2015). Aquestes diferències es deuen al fet que les generacions més joves han crescut en un entorn digital on la

immediatesa i la interacció multimèdia són essencials, mentre que els adults prioritzen la comunicació i la informació (Hunsaker & Hargittai, 2018).

També hi ha diferències significatives en l'ús de les xarxes socials segons el gènere. Les dones utilitzen més aquestes plataformes per mantenir relacions personals, compartir experiències i buscar informació (Duggan & Brenner, 2013; Su et al., 2020). En general, donen més importància a la interacció social i al suport emocional (Noguti et al., 2019). D'altra banda, els homes fan servir les xarxes socials principalment per consumir entreteniment, seguir temes d'interès com esports i videojocs i accedir a informació especialitzada (Su et al., 2020). A més, les dones solen estar més exposades a la pressió social i la comparació amb imatges idealitzades, especialment a Instagram, fet que pot influir negativament en l'autoestima i la percepció del propi cos (Fardouly et al., 2015).

El context cultural també influeix en la manera com es fan servir les xarxes socials. Als països occidentals, aquestes plataformes s'utilitzen principalment per a la comunicació i l'entreteniment, mentre que en altres regions poden tenir funcions més específiques, com l'ús professional o educatiu (Choi et al., 2020). Per exemple, a la Xina, WeChat no només serveix per comunicar-se, sinó que també permet fer pagaments, compres en línia i accedir a serveis públics (Wang et al., 2021). En canvi, a Europa i Amèrica del Nord, les xarxes estan més especialitzades, amb una clara separació entre plataformes d'entreteniment com TikTok i Instagram, i xarxes professionals com LinkedIn (Pew Research Center, 2021).

A més, també hi ha diferències en la percepció de la privacitat. En països com Alemanya, on les lleis de protecció de dades són més estrictes, els usuaris són més reticents a compartir informació personal. En canvi, en regions amb regulacions més laxes, les persones tendeixen a compartir més dades sense preocupar-se tant per la privacitat (Choi et al., 2020).

1.1.4 Possibles usos de les xarxes socials

L'ús de les xarxes socials es pot classificar en dues grans categories: actiu i passiu. L'ús actiu implica una participació directa mitjançant la creació de contingut, comentaris, missatges i interaccions amb altres usuaris. Aquesta dinàmica s'ha associat amb beneficis emocionals, ja que afavoreix les

relacions socials, ofereix suport emocional i fomenta un sentiment de comunitat (Oh, Ozkaya, & LaRose, 2014). En concret, la interacció en línia pot augmentar la percepció de suport social i la sensació de pertinença, aspectes essencials per al benestar psicològic (Tifferet, 2020).

A més, l'ús actiu de les xarxes socials permet desenvolupar habilitats comunicatives i professionals. Plataformes com LinkedIn faciliten la creació de xarxes laborals i la participació en discussions professionals, reforçant la percepció d'eficàcia personal i millorant les oportunitats laborals (Roberts & David, 2020). De fet, aquells que utilitzen les xarxes de manera activa solen experimentar una major satisfacció vital, especialment quan participen en comunitats en línia que comparteixen interessos comuns i proporcionen suport social (Verduyn, Ybarra, Résibois, Jonides, & Kross, 2017). Espais com els grups privats de Facebook i els fòrums de Reddit permeten l'intercanvi d'experiències i consells, millorant el benestar emocional dels usuaris i generant vincles socials significatius (Oh et al., 2014).

Per contra, l'ús passiu de les xarxes socials es caracteritza pel consum de contingut sense interacció, com desplaçar-se per publicacions, veure vídeos o llegir comentaris sense participar-hi (Frison & Eggermont, 2020). Aquesta pràctica s'ha relacionat amb conseqüències negatives per al benestar emocional, ja que potencia la comparació social i pot generar sentiments d'inferioritat i insatisfacció personal (Chua & Chang, 2016). Els usuaris que consumeixen contingut de manera passiva són més propensos a comparar-se amb els altres, especialment en xarxes visuals com Instagram i TikTok, on sovint es presenten imatges idealitzades de la realitat (Huang, 2017).

Aquest fenomen pot desencadenar en desmotivació i malestar, ja que l'usuari continua exposant-se a contingut que, en lloc de generar benestar, contribueix a una disminució progressiva de la seva autoestima (Verduyn et al., 2017).

1.1.5 Algoritmes a les xarxes socials

Els algoritmes són fonamentals en el funcionament de les xarxes socials, ja que analitzen el comportament dels usuaris per adaptar el contingut i maximitzar la interacció i el temps de permanència a la plataforma (Arroyo, 2025). Mitjançant tècniques d'intel·ligència artificial, les plataformes

seleccionen publicacions basant-se en les preferències de l'usuari, la seva activitat prèvia i els tipus de contingut amb què interactua més (Casanovas, 2023).

Aquests algorismes no només determinen quines publicacions apareixen al *feed* (és a dir, el conjunt de continguts que apareixen de manera ordenada i personalitzada a la pantalla principal d'una xarxa social), sinó també la seva exposició a certs temes o idees. Per exemple, les plataformes prioritzen el contingut que genera més reaccions emocionals, sigui positivament o negativament, perquè això augmenta la participació i el temps de connexió (Fisher, 2024). Això pot tenir un impacte en la manera com es consumeix la informació i en la percepció de la realitat, ja que els usuaris tendeixen a veure només el tipus de contingut amb què més interactuen.

A més, els algorismes juguen un paper important en la viralitat del contingut. Quan una publicació rep moltes interaccions en poc temps, té més probabilitats de ser difosa a un públic més ampli. Aquest mecanisme pot ser beneficiós per a creadors de contingut i empreses, però també pot contribuir a la propagació de desinformació o discursos polaritzats (Pierri et al., 2019). A les xarxes socials, les notícies falses sovint es comparteixen més ràpidament que les verificades, ja que solen despertar emocions fortes com la sorpresa, la por o la indignació (Falciani, 2018).

Això pot generar un efecte de cambra d'eco, on les persones només estan exposades a idees que reforcen les seves pròpies creences i es redueix la diversitat d'informació a la qual tenen accés (Perra & Rocha, 2018).

Aquest model de negoci ha generat preocupacions sobre la privacitat i la protecció de dades, ja que moltes persones desconeixen fins a quin punt les seves interaccions a les xarxes socials són utilitzades per segmentar anuncis i recomanacions de contingut (Arroyo, 2025).

1.1.6. Fear of Missing Out (FoMO)

El *Fear of Missing Out* (FoMO) és un fenomen psicològic caracteritzat per la por persistent de perdre experiències rellevants que altres persones poden viure (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013). Aquest fenomen es relaciona amb la necessitat humana de connexió social i al desig

d'autorealització (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016). En aquest sentit, el FoMO es manifesta a través de pensaments recurrents sobre oportunitats socials desaprofitades i es relaciona amb patrons emocionals negatius, com l'ansietat i l'estrès (Elhai, Yang, Montag, & Levine, 2021).

L'experiència del FoMO pot desencadenar comportaments de supervisió compulsiva de les xarxes socials, ja que aquestes proporcionen una finestra constant a les vides dels altres i accentuen la sensació de pèrdua d'oportunitats (Przybylski et al., 2013). Aquesta necessitat de mantenir-se informat i connectat pot tenir efectes adversos en el benestar, perquè s'ha observat una correlació entre el FoMO i una menor satisfacció amb la pròpia vida, una disminució de l'autoestima i una major vulnerabilitat a trastorns emocionals (Fabris, Marengo, Longobardi, & Settanni, 2020).

A més, el FoMO s'ha associat amb alteracions en la qualitat del son. L'ús excessiu de les xarxes socials abans d'anar a dormir pot retardar l'hora d'adormir-se i reduir el temps total de descans (Alfonsi et al., 2020). Aquesta afectació es deu a diversos factors: en primer lloc, l'exposició a la llum blava de les pantalles interfereix en la producció de melatonina, l'hormona responsable de regular el son (Cajochen, 2017). En segon lloc, l'ansietat generada per la por de perdre's esdeveniments pot provocar un estat d'alerta mental que dificulta la conciliació del son (Scott & Woods, 2018).

Diversos models teòrics han intentat explicar els mecanismes subjacents al FoMO. Un dels més influents és el Model del Dèficit Psicològic proposat per Przybylski et al. (2013). Segons aquest model, el FoMO sorgeix com una resposta a la insatisfacció tres necessitats psicològiques bàsiques: l'autonomia, la competència i la relació social (Deci & Ryan, 2000). Quan una persona sent que aquestes necessitats no estan cobertes, pot augmentar la seva dependència de les xarxes socials per compensar la falta de connexions significatives, incrementant així l'ansietat per no estar involucrat en experiències rellevants.

Un altre model destacat és el Model del Processament Cognitiu-Emocional del FoMO (Elhai et al., 2021), que suggereix que el FoMO és resultat d'un biaix cognitiu que prioritza la informació social i genera pensaments intrusius sobre experiències perdudes. Aquest model posa èmfasi en el paper dels processos

atencional i emocional, argumentant que les persones amb major tendència a la preocupació i a l'ansietat tenen més probabilitats de desenvolupar FoMO, especialment en entorns digitals on la comparació social és constant.

1.1.7 Avaluació del FOMO

Per mesurar el FoMO, s'han desenvolupat diferents escales psicomètriques validades. Entre les més utilitzades es troben:

- Fear of Missing Out Scale (FoMOs; Przybylski et al., 2013)

Aquesta escala és la més utilitzada en investigació i consta de 10 ítems que avaluen la preocupació de la persona per perdre esdeveniments socials i la necessitat de connectar-se constantment a les xarxes.

Ha estat validada en múltiples poblacions i s'ha relacionat amb nivells més elevats d'ansietat, ús problemàtic d'Internet i menor benestar psicològic.

- Fear of Missing Out Questionnaire (FoMO-Q; Wegmann et al., 2017)

Aquesta escala proporciona una mesura multidimensional del FoMO, avaluant tant la preocupació per perdre experiències com les seves conseqüències emocionals i conductuals.

Ha estat validada en contextos clínics i no clínics, i permet entendre millor com el FoMO influeix en l'ús compulsiu de xarxes socials i l'addicció a Internet.

Davant d'aquesta dinàmica, alguns autors han proposat la importància d'aprendre a renunciar a la sobreestimulació constant com a mitjà per millorar el benestar psicològic. Brinkmann (2022), en el seu llibre *La alegría de perderse cosas*, defensa que la necessitat de viure-ho tot i estar constantment actualitzat pot generar una ansietat artificial que ens impedeix gaudir plenament de la nostra pròpia vida. Segons aquest autor, aprendre a acceptar la pèrdua d'experiències no només redueix l'estrès associat al FoMO, sinó que també permet reconnectar amb allò que realment importa i afavorir una sensació de satisfacció.

1.1.8 FoMO i xarxes socials

El FoMO està estretament relacionat amb les xarxes socials, perquè aquestes amplifiquen la percepció de pèrdua d'experiències mitjançant un flux constant de contingut digital (Przybylski et al., 2013). Plataformes com Instagram,

TikTok i Snapchat accentuen aquest fenomen promovent imatges i vídeos d'estils de vida ideals, que fomenten la comparació social i la percepció que la vida dels altres és més interessant o satisfactòria (Beyens et al., 2016).

A més, funcionalitats com les *stories* i les transmissions en directe intensifiquen la pressió psicològica del FoMO, ja que el contingut efímer fomenta la urgència de consumir-lo immediatament per no perdre's res (Scott & Woods, 2018). Aquest mecanisme pot provocar un ús més compulsiu de les xarxes, dificultant la capacitat de desconnexió digital i incrementant el temps d'exposició a les pantalles (Fabris et al., 2020).

També pot afectar altres àrees de la vida quotidiana. En l'àmbit acadèmic i laboral, la necessitat constant de supervisar les xarxes pot reduir la concentració i afectar la gestió del temps, disminuint la productivitat i generant fatiga digital (Roberts & David, 2020).

1.1.9. Benestar Subjectiu

El benestar subjectiu és un concepte clau dins la psicologia positiva que fa referència a com les persones valoren la seva pròpia vida, tant des d'una perspectiva cognitiva (satisfacció vital) com afectiva (emocions positives i negatives) (OECD, 2013; Luhmann et al., 2012). Es tracta d'una experiència subjectiva i global que no depèn únicament de factors objectius com l'estatus econòmic o la salut física, sinó també de com les persones interpreten i donen sentit a les seves circumstàncies (Diener, Oishi, & Tay, 2018).

Aquest constructe es compon de tres dimensions fonamentals:

- La satisfacció vital, que fa referència a l'avaluació racional que l'individu fa de la seva vida en conjunt, en base a les seves expectatives, valors i metes (Pavot & Diener, 2013).
- Les emocions positives, com l'alegria, la calma o la gratitud, que contribueixen a una percepció més optimista i enriquidora del dia a dia.
- Les emocions negatives, com la tristesa, l'estrès o la ràbia, que poden interferir en la percepció de benestar si no es regulen adequadament (Kuppens et al., 2017).

Diversos estudis recents han destacat la influència dels trets de personalitat sobre el benestar subjectiu. Per exemple, les persones amb alts nivells

d'extraversió acostumen a mostrar una experiència emocional més positiva, mentre que el neuroticisme s'associa amb una major presència d'afecte negatiu i menys satisfacció vital (Anglim et al., 2020). A més, la capacitat de regulació emocional s'ha vinculat estretament amb una millor adaptació emocional, menor vulnerabilitat a l'estrès i nivells més alts de benestar (Gross, 2015).

En paral·lel, les relacions socials continuen sent un dels principals predictors del benestar. Comptar amb una xarxa de suport emocional estable afavoreix una millor gestió dels conflictes, redueix l'estrès percebut i augmenta la satisfacció vital (Holt-Lunstad, 2018). Així mateix, les variables contextuals com el clima cultural, les condicions socioeconòmiques o les normes socials influeixen en com es defineix i es viu la felicitat en diferents parts del món (OECD, 2021).

Per acabar, la sensació d'autonomia personal i el sentiment de control sobre la pròpia vida són factors clau per a la promoció del benestar. Segons les investigacions de Deci i Ryan (2017), les persones que poden prendre decisions de manera autònoma i senten que tenen capacitat d'agència en el seu entorn tendeixen a mostrar una millor salut psicològica i més sentit vital.

1.1.10 Mesura del Benestar Subjectiu

Un dels instruments més àmpliament emprats és la Satisfaction with Life Scale (SWLS), dissenyada per Diener i col·laboradors, que malgrat la seva antiguitat continua sent avalada per metaanàlisis recents com una eina robusta per mesurar la satisfacció vital global (Atroszko et al., 2021). Consta de cinc ítems breus i mostra una elevada consistència interna i validesa convergent en diverses poblacions i contextos culturals.

Per mesurar la dimensió emocional del benestar, destaca la Scale of Positive and Negative Experience (SPANE), que ha estat revisada i utilitzada en estudis recents per capturar la freqüència d'experiències afectives positives i negatives al llarg del temps (Silva & Caetano, 2022).

Un altre instrument de referència és la Psychological Well-Being Scale (PWB) de Ryff, que ha estat actualitzada i revisada per mesurar aspectes més profunds del benestar com l'autonomia, el propòsit vital, el creixement personal o les relacions positives. Aquesta escala ha demostrat una estructura

factorial sòlida i una alta rellevància en l'estudi del benestar psicològic en poblacions adultes (Abbott et al., 2019).

Finalment, l'Escala de Benestar Subjectiu (EBS-8) desenvolupada per Calleja i Mason (2020), que ofereix una avaluació sintètica i adaptada del benestar subjectiu en població general. Aquesta eina ha estat validada recentment en contextos espanyols, demostrant bones propietats psicomètriques i una excel·lent aplicabilitat en entorns de recerca i intervenció social.

1.1.11 Benestar Subjectiu i Xarxes Socials

L'impacte de les xarxes socials en el benestar subjectiu és complex i depèn de diversos factors que influeixen en l'experiència digital de l'usuari. Aspectes com la freqüència d'ús, la intensitat de la interacció i la manera en què es gestionen les xarxes socials poden tenir efectes significatius sobre la salut emocional (Orben et al., 2019; Keles et al., 2020).

Un dels efectes més notables és la sobrecàrrega d'informació. Les xarxes socials proporcionen un flux constant de notícies, opinions i continguts que poden provocar fatiga digital i dificultar la regulació emocional (Bawden & Robinson, 2009). L'exposició contínua a informació, especialment quan es tracta de notícies negatives o alarmistes, pot generar estrès i ansietat, reduint la capacitat de concentració i afectant el processament cognitiu (Shu et al., 2020).

Un altre factor rellevant és la dependència del feedback social. La interacció dins les xarxes està fortament mediatitzada pel nombre de "m'agrada" i comentaris, la qual cosa pot influir en la percepció del valor personal i generar una major vulnerabilitat emocional. La recerca constant de validació ha estat associada amb una disminució de l'autoestima i un augment de l'ansietat, especialment en adolescents i joves adults, per als quals l'acceptació social és un component fonamental en el seu desenvolupament identitari (Beyens et al., 2020; Nesi & Prinstein, 2015).

A més, l'ús prolongat de les xarxes socials pot provocar una distorsió en la percepció del temps subjectiu. Diversos estudis han demostrat que la connexió constant a les xarxes pot alterar la manera com es percep el pas del temps, reduint la dedicació a activitats fonamentals per al benestar, com

l'exercici físic, la interacció social directa o el descans (Fischer-Grote et al., 2019).

2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS

2.1. Objectius

L'objectiu general d'aquest estudi és explorar la relació l'ús problemàtic de les xarxes socials, el *Fear of Missing Out* (FoMO) i el benestar subjectiu en joves d'entre 18 i 30 anys.

Per assolir aquest objectiu general, s'estableixen els següents objectius específics:

- Identificar relació de l'ús problemàtic de les xarxes socials entre els joves d'entre 18 i 30 anys.
- Analitzar la correlació entre l'ús problemàtic de les xarxes socials i la presència de FoMO.
- Investigar si l'ús problemàtic de les xarxes socials afecta al nivell de benestar subjectiu.

2.2. Hipòtesis

A) Existeix una correlació positiva entre l'ús problemàtic de les xarxes socials i el *Fear of Missing Out* (FoMO).

B) Existeix una correlació negativa entre el temps total dedicat a les xarxes socials i el benestar subjectiu.

C) No existeixen diferències significatives en el nivell d'ús problemàtic de les xarxes socials entre homes i dones.

D) A major edat, menor ús problemàtic de les xarxes socials.

3. METODOLOGIA

3.1 Disseny experimental

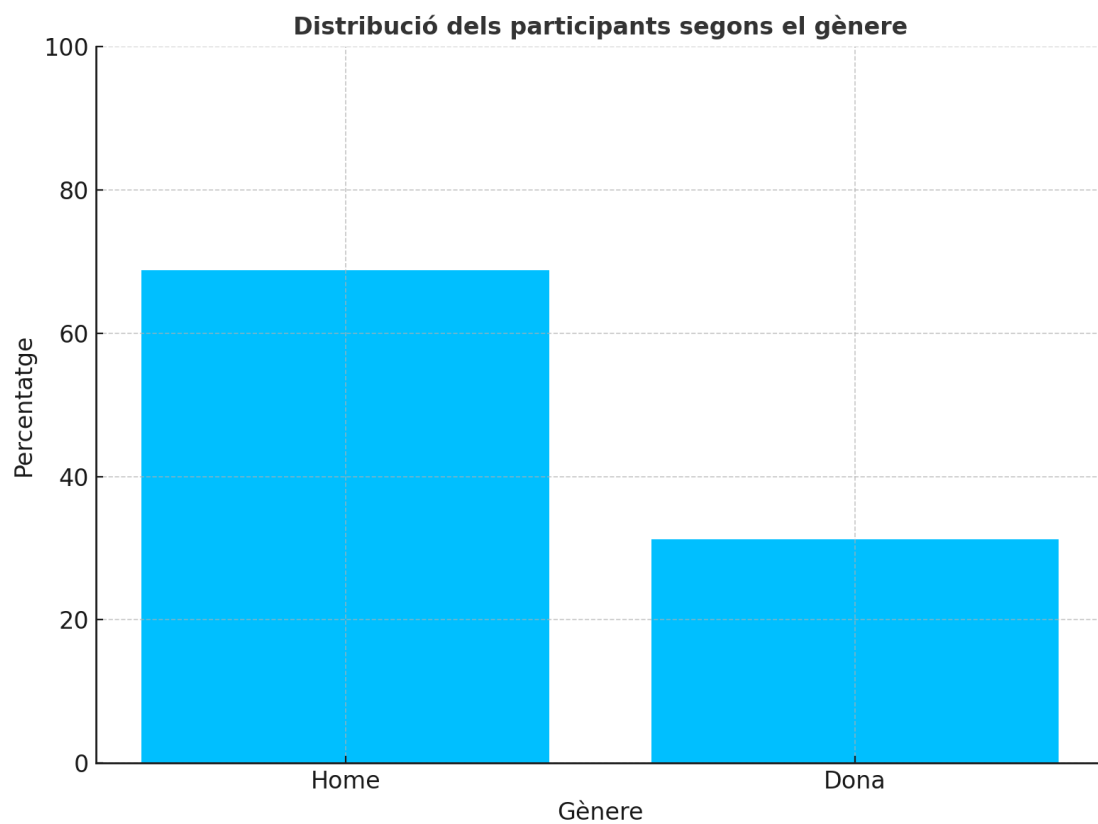
El present estudi és de tipus analític i transversal que emprava una metodologia quantitativa per analitzar les diferents variables mesurades amb diversos instruments.

3.2 Participants

En aquest estudi s'ha emprat una mostra d'un total de 64 participants (n = 64), conformada per 44 homes (68,8%) i 20 dones (31,2%) (Figura 1).

Figura 1

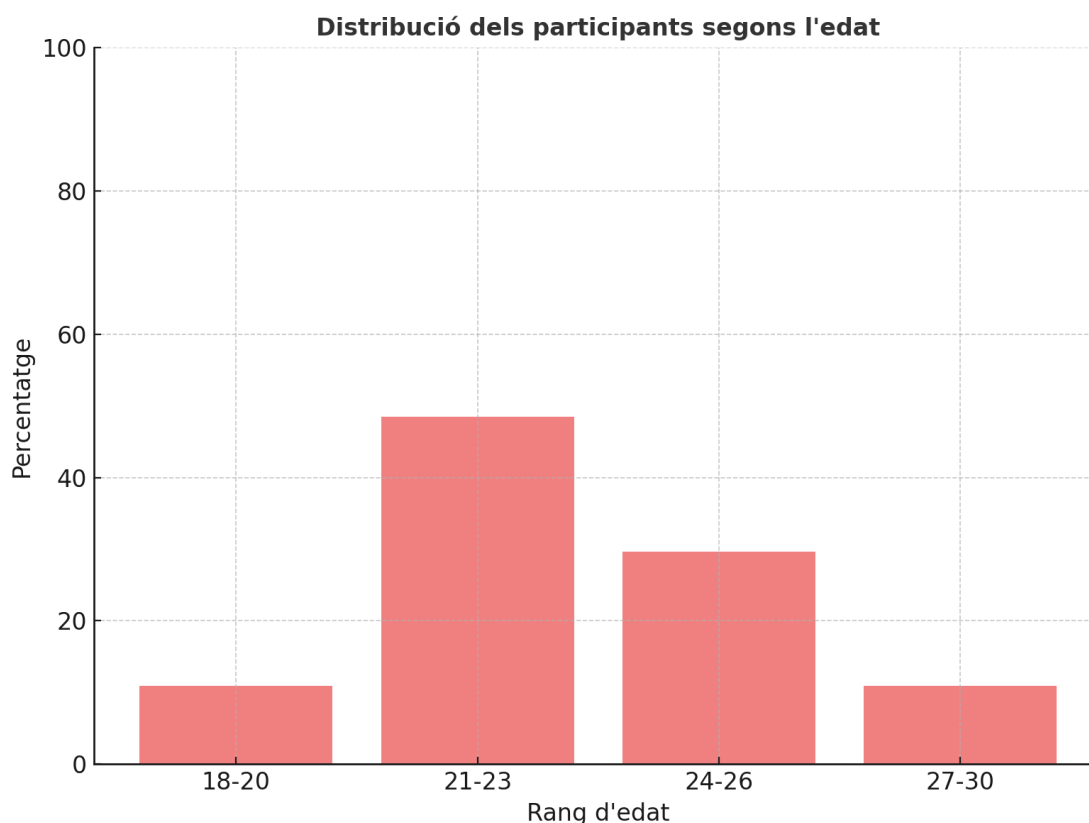
Distribució dels participants segons el gènere



En relació amb les edats dels participants, aquestes oscil·len entre els 18 i 30 anys ($M = 23,27$, $DE = 2,60$) (Figura 2).

Figura 2

Distribució dels participants segons l'edat



Els criteris d'inclusió per poder participar en l'estudi han sigut: tindre una edat compresa entre els 18 i els 30 anys (independentment del gènere) i utilitzar actualment les xarxes socials.

3.3 Instruments

Per a la recollida de dades d'aquesta investigació, s'han administrat tres qüestionaris validats, cadascun d'ells seleccionat per la seva rellevància en la mesura dels constructes principals de l'estudi: l'addicció a les xarxes socials, el FoMO (Fear of Missing Out) i el benestar subjectiu.

- **Test d'Addicció a les Xarxes Socials, TARS (Basteiro Monje et al., 2013)**

El Test d'Addicció a les Xarxes Socials (TARS) avalua el grau d'addicció a les xarxes socials i es compon de 36 ítems, resposts en format dicotòmic (Verdader/Fals). Els ítems han estat desenvolupats segons els vuit criteris establerts per Young (1998) per identificar comportaments addictius a Internet, avaluant aspectes com la pèrdua de control, la interferència en la vida diària i les repercussions emocionals.

Les puntuacions més altes en aquest test indiquen un ús problemàtic de les xarxes socials. Presenta una consistència interna de $\alpha=0,90$, la qual cosa garanteix la seva fiabilitat per mesurar l'addicció a les xarxes socials.

- **Escala de Fear of Missing Out (FoMO) (Przybylski et al., 2013, adaptada per Gil, Chamarro i Oberst, 2015)**

L'Escala de Fear of Missing Out (FoMO) mesura el nivell de preocupació i malestar que una persona experimenta en no poder participar en activitats socials que realitzen altres persones. Està composta per 10 ítems, amb respostes en format Likert de 5 punts (1 = res, 5 = molt), on puntuacions més altes reflecteixen un major grau de FoMO.

Aquesta escala avalua aspectes com la necessitat de mantenir-se informat sobre les activitats dels altres, la inquietud per no estar present en esdeveniments socials i la insatisfacció generada per la comparació social. Quant a la seva fiabilitat, presenta una consistència interna de $\alpha=0,85$, fet que indica que proporciona mesures fiables d'aquest constructe.

- **Escala de Benestar Subjectiu, EBS-8 (Calleja & Mason, 2020)**

Per a mesurar el benestar subjectiu, s'ha utilitzat la versió curta de l'Escala de Benestar Subjectiu (EBS-8). Aquesta escala avalua dos components principals: la satisfacció amb la vida i l'afecte positiu. Consta de 8 ítems, amb respostes en escala Likert de 6 punts (1 = en desacord, 6 = totalment d'acord). En relació amb la seva fiabilitat, presenta una consistència interna de $\alpha=0,97$, fet que la converteix en una eina precisa per avaluar aquest constructe.

3.4 Procediment

Per tal de dur a terme el present estudi, en primer lloc es va realitzar una revisió bibliogràfica exhaustiva de les tres variables principals: l'ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO i benestar subjectiu. Aquesta recerca va permetre fonamentar teòricament l'estudi i seleccionar els instruments més adients per mesurar cadascun dels constructes.

Un cop establert el marc teòric, es va elaborar un formulari digital mitjançant Microsoft Forms que incloïa el full d'informació i consentiment informat, preguntes sociodemogràfiques (edat i gènere), així com els tres qüestionaris

validats: el Test d'Addicció a les Xarxes Socials (TARS), l'escala de FoMO i l'escala de benestar subjectiu EBS-8.

La difusió del formulari es va realitzar a través de xarxes socials, principalment Instagram i WhatsApp, amb l'objectiu d'aconseguir una mostra de joves d'entre 18 i 30 anys. La participació va ser voluntària i anònima.

Un cop recollides les dades, aquestes van ser traslladades a un full de càlcul d'Excel per a la seva codificació i neteja, i posteriorment importades al programa IBM SPSS Statistics (versió 29) per dur a terme les anàlisis estadístiques pertinents, com càlculs de fiabilitat, estadístiques descriptives i correlacions entre les variables.

3.5 Anàlisi de dades

Per a l'anàlisi de les dades obtingudes es van utilitzar dos programes informàtics: Microsoft Excel (2016), per a la codificació i organització inicial dels registres, i el programa estadístic IBM SPSS Statistics versió 29, amb el qual es van dur a terme totes les anàlisis posteriors.

En primer lloc, es van calcular les puntuacions totals per a cadascuna de les escales administrades. L'escala d'addicció a les xarxes socials (TARS) permet mesurar el grau d'ús problemàtic de les xarxes socials; l'escala de FoMO (Fear of Missing Out) avalua el malestar associat a la possibilitat de perdre's activitats socials; i l'escala EBS-8 de benestar subjectiu mesura la satisfacció amb la vida i l'afecte positiu. En tots tres casos, puntuacions altes indiquen nivells elevats del constructe corresponent (és a dir, major addicció, FoMO o benestar subjectiu), mentre que puntuacions baixes suggereixen nivells més reduïts.

Tot seguit, es van aplicar estadístiques descriptives per obtenir informació general sobre les variables principals (mitjanes, desviacions estàndard i dispersió dels valors).

Amb l'objectiu d'explorar la relació entre les variables principals de l'estudi, es va realitzar una correlació de Pearson, ja que totes les variables eren quantitatives i es volia examinar el grau d'associació entre elles.

Finalment, per comparar l'ús problemàtic de les xarxes socials en funció del gènere, es va aplicar la prova U de Mann-Whitney, una tècnica no paramètrica

adequada per a situacions en què les dades no presenten una distribució normal o quan la variable comparada és ordinal. Aquesta prova va permetre analitzar si existien diferències significatives entre homes i dones.

4. RESULTATS

4.1 Estadístics descriptius

Abans de realitzar les anàlisis correlacionals, s'han calculat els estadístics descriptius de les tres variables principals l'ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO i benestar subjectiu. Els resultats obtinguts es presenten a la Taula 1

Taula 1

Mitjanes, desviacions estàndard, mínims i màxims de les variables principals

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. estándar
adicciontotal	64	2,00	31,00	12,7344	6,05331
fomototal	64	11,00	47,00	21,6250	8,29898
ebstotal	64	11,00	48,00	35,5469	8,23259
N válido (por lista)	64				

Com es pot observar, els valors mitjans de cada variable es situen dins dels rangs possibles per cada escala. Les desviacions estàndard mostren una variabilitat moderada, cosa que reflecteix diferències individuals significatives en l'ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO i benestar dels participants.

4.2 Correlacions entre les variables

Amb l'objectiu d'examinar les relacions entre les tres variables centrals de l'estudi, s'ha aplicat la correlació de Pearson entre les puntuacions totals d'ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO i benestar subjectiu. Els resultats obtinguts es mostren a la Taula 2

Taula 2

Correlacions bivariades (Pearson) entre l'ús problemàtic de les xarxes socials, FoMO i benestar subjectiu

Correlaciones

		adiccionsocial	fomtotal	ebtotal
adiccionsocial	Correlación de Pearson	1	,707**	-,272*
	Sig. (bilateral)		<,001	,030
	N	64	64	64
fomtotal	Correlación de Pearson	,707**	1	-,450**
	Sig. (bilateral)	<,001		<,001
	N	64	64	64
ebtotal	Correlación de Pearson	-,272*	-,450**	1
	Sig. (bilateral)	,030	<,001	
	N	64	64	64

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

A través de la correlació de Pearson s'ha observat una correlació positiva significativa entre les variables addicció a les xarxes socials i FoMO ($r = 0,582$; $p < 0,001$). Aquest resultat indica que les persones que experimenten més por a perdre's activitats socials (FoMO) tendeixen a mostrar un major ús problemàtic de les xarxes socials.

També s'ha observat una correlació negativa i significativa entre el FoMO i el benestar subjectiu ($r = -0,482$; $p < 0,001$), cosa que suggereix que un increment del FoMO s'associa amb un menor nivell de benestar emocional.

Finalment, la correlació entre l'ús problemàtic de les xarxes socials i el benestar subjectiu també ha resultat negativa i significativa ($r = -0,303$; $p = 0,015$), fet que indica que un major nivell d'addicció a les xarxes s'associa amb un menor benestar percebut.

4.3 Prova de U Mann-Whitney

Per tal de comparar la incidència d'ús problemàtic de les xarxes socials en homes i dones, s'han calculat els percentatges de persones amb puntuacions elevades a l'escala TARS per cada gènere. S'ha considerat "alta addicció" tota puntuació igual o superior a 16 punts. Tal com s'observa a la taula 3, aquests percentatges són relativament similars entre els dos grups: 36,36% dels homes i 25,00% de les dones presenten puntuacions elevades.

Taula 3

Percentatges d'homes i dones que han obtingut un resultat positiu a l'escala TRAS

Rangos				
	Género	N	Rango promedio	Suma de rangos
adicciontotal	1	44	34,35	1511,50
	2	20	28,43	568,50
	Total	64		

Per comprovar si aquestes diferències són significatives, s'ha aplicat la prova de U de Mann-Whitney, adequada per comparar dos grups independents amb dades que no segueixen una distribució normal. Els resultats es presenten a la taula 4

Taula 4

Resultats d'heterogeneïtat entre els dos gèneres a l'escala d'addicció (Prova de U Mann-Whitney)

Estadísticos de prueba^a

	adicciontotal
U de Mann-Whitney	358,500
W de Wilcoxon	568,500
Z	-1,183
Sig. asin. (bilateral)	,237

a. Variable de agrupación:
Género

En base a aquests resultats, no es pot afirmar que existeixin diferències significatives entre els dos grups (homes i dones) pel que fa al nivell d'ús problemàtic de les xarxes socials, ja que el valor de p és superior a 0,05. Per tant, en aquesta mostra, el gènere no sembla tenir una influència rellevant en la presència d'ús problemàtic de xarxes socials.

4.4. Càlcul de freqüències

Per tal de comparar la incidència d'ús problemàtic de les xarxes socials entre les diferents edats, s'han calculat els percentatges de persones afectades per grup d'edat (Taula 5).

S'observa que les edats amb major incidència són els 24 anys (62,5%), seguits pels 23 anys (58,33%), els 27 i 30 anys (50%), i els 20 anys (40%).

També presenten valors destacables els 21 anys amb un 33,33% de presència d'ús problemàtic de les xarxes socials. Per contra, no s'han registrat casos d'ús problemàtic de les xarxes socials entre els participants de 18, 22, 25, 26, 28 i 29 anys.

Taula 5

Percentatges d'incidència de l'Addicció a les xarxes socials per edats

Edat	N	Presència	% Presència
18.0	1.0	0.0	0.0
19.0	1.0	1.0	100.0
20.0	5.0	2.0	40.0
21.0	12.0	4.0	33.33
22.0	7.0	0.0	0.0
23.0	12.0	7.0	58.33
24.0	8.0	5.0	62.5
25.0	7.0	0.0	0.0
26.0	4.0	0.0	0.0
27.0	2.0	1.0	50.0
28.0	2.0	0.0	0.0
29.0	1.0	0.0	0.0
30.0	2.0	1.0	50.0

5 DISCUSSIÓ

5.1 Discussió

L'objectiu principal d'aquest estudi era analitzar la relació entre l'ús problemàtic de les xarxes socials, el FoMO (Fear of Missing Out) i el benestar subjectiu en una mostra de joves d'entre 18 i 30 anys. A través dels resultats obtinguts, s'han pogut confirmar algunes de les hipòtesis plantejades i rebutjar-ne altres, cosa que aporta una visió sobre la influència que tenen les xarxes socials en el benestar emocional dels joves.

Pel que fa a la hipòtesi A, es proposava que l'ús problemàtic de les xarxes socials estaria positivament relacionat amb el FoMO. Els resultats han confirmat aquesta relació ($r = 0,582$; $p < 0,001$), la qual cosa és coherent amb les troballes de Przybylski et al. (2013), que entenen el FoMO com un impulsor de l'ús compulsiu de xarxes per evitar la sensació de pèrdua d'experiències. Aquest resultat també s'alinea amb el model de processament cognitiu-emocional proposat per Elhai et al. (2021), que assenyala que el FoMO pot generar pensaments intrusius que afavoreixen un ús desregulat. A més, funcionalitats específiques de les xarxes com les *stories* i el contingut

efímer poden intensificar aquest procés de comparació social i vigilància constant (Fabris et al., 2020; Scott & Woods, 2018).

La hipòtesi B, que plantejava una correlació negativa entre el FoMO i el benestar subjectiu, també ha estat confirmada ($r = -0,482$; $p < 0,001$). Aquest resultat reflecteix com la por a perdre's esdeveniments socials pot disminuir la satisfacció vital i fomentar emocions negatives, tal com han assenyalat Fabris et al. (2020) i Elhai et al. (2021). Altres investigacions han evidenciat que el FoMO pot promoure la comparació social i la insatisfacció personal (Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013), especialment quan es combina amb un ús passiu de les xarxes, vinculat a conseqüències emocionals adverses (Chua & Chang, 2016).

En relació amb la hipòtesi C, que preveia una correlació negativa entre l'ús problemàtic de les xarxes socials i el benestar subjectiu, els resultats també la recolzen, tot i que amb una intensitat més modesta ($r = -0,303$; $p = 0,015$). Aquest resultat confirma que un ús més problemàtic de les xarxes socials pot afectar negativament la qualitat de vida percebuda, en línia amb el que apunten Keles et al. (2020) i Orben et al. (2019). Tal com es va exposar al marc teòric, l'ús excessiu de xarxes pot derivar en dependència del *feedback* social i en una exposició constant a comparacions, factors que perjudiquen el benestar emocional (Nesi & Prinstein, 2015; Beyens et al., 2020).

Pel que fa a la hipòtesi D, que suggeria que no hi ha diferències significatives en el nivell d'ús problemàtic de les xarxes socials entre homes i dones, els resultats obtinguts mitjançant la prova de Mann-Whitney confirmen aquesta previsió ($U = 521,5$; $p = 0,240$). Tot i que percentualment els homes (36,36%) van presentar una proporció lleugerament superior que les dones (25,00%), aquesta diferència no ha estat significativa. Aquest resultat dona suport a la hipòtesi i suggereix que, en aquesta mostra, el gènere no sembla ser un factor diferencial rellevant en l'ús problemàtic de les xarxes. Aquesta dada contrasta amb estudis com els de Chae et al. (2018) i Su et al. (2020), que han assenyalat un major ús relacional de les xarxes per part de les dones. No obstant això, reforça la idea que aquestes diferències poden estar condicionades pel context o altres variables personals.

Finalment, es va explorar si existia una relació inversa entre l'edat i el nivell d'ús problemàtic de les xarxes socials. Els resultats no han mostrat cap patró clar que confirmi aquesta relació. Si bé alguns grups joves, com els de 20 (40%) o 21 anys (33,33%), presenten valors destacables, també ho fan edats més avançades, com els 24 (62,5%) o els 30 anys (50%). Aquesta distribució irregular obliga a rebutjar la hipòtesi que defensava que l'ús problemàtic disminueix amb l'edat. Aquest resultat pot estar influenciat per la mida reduïda de la mostra ($n = 64$) i la distribució desigual dels grups d'edat, que podrien limitar la capacitat d'identificar tendències evolutives clares. Tal com destaquen Morey Ramón (2019) i Montag et al. (2017), factors com les diferències individuals i el context específic d'ús poden tenir més pes que la variable edat de manera aïllada.

5.2 Limitacions i punts de millora

Durant l'elaboració d'aquest estudi s'han detectat diverses limitacions que podrien haver influït en els resultats i dificultat que les conclusions es puguin aplicar a tota la població de manera general.

Una de les principals limitacions és la mida i composició de la mostra ($n = 64$). Tot i que ha permès realitzar les anàlisis bàsiques, hi ha un desequilibri entre homes i dones, així com una distribució desigual entre les diferents edats. Això fa que algunes comparacions, com ara les diferències en l'ús problemàtic de les xarxes socials segons l'edat o el gènere, puguin estar afectades per la poca representació de certs grups, fet que limita la força de les conclusions obtingudes.

Una altra limitació és que l'estudi té un disseny transversal i correlacional, és a dir, només mostra relacions entre variables en un moment concret del temps, però no permet saber quin factor influeix sobre l'altre. Per exemple, no podem afirmar si tenir més FoMO porta a un ús més problemàtic de les xarxes, o si és aquest ús el que augmenta el FoMO. Aquesta manca de direcció clara obliga a interpretar els resultats amb precaució.

També cal considerar que les dades s'han recollit mitjançant qüestionaris d'autoinforme, un mètode que pot estar influït pel que els participants volen mostrar, per com entenen les preguntes o pel seu estat emocional en aquell

moment. Això pot afectar sobretot la mesura del benestar subjectiu i del FoMO, ja que són experiències molt personals.

Finalment, el fet que el qüestionari es compartís només a través de xarxes socials pot haver fet que hi participessin més persones que són molt actives digitalment. Això pot haver provocat un biaix en la mostra, amb una mitjana d'ús més alta del que seria habitual, i una major presència de persones amb una relació més intensa amb aquestes plataformes.

5.3. Futures línies d'investigació

A partir dels resultats obtinguts i les limitacions detectades en el present estudi, s'identifiquen diverses línies de recerca futures que podrien ajudar a aprofundir sobre l'ús problemàtic de les xarxes socials i la seva relació amb el FoMO i el benestar subjectiu.

En primer lloc, seria interessant realitzar estudis longitudinals que permetin establir la direccionalitat de les relacions observades. Aquest tipus de disseny podria aportar informació clau sobre què precedeix a què: si és el FoMO el que condueix a un ús problemàtic de les xarxes, o si és aquest ús excessiu el que genera sentiments d'ansietat i por a perdre's esdeveniments socials.

També es proposa ampliar la mostra en futures investigacions, tant en nombre de participants com en diversitat de perfils (edat, gènere, nivell educatiu o zona geogràfica), per tal de garantir una major representativitat i permetre comparacions més precises entre grups.

Una altra línia de recerca d'interès seria analitzar el tipus d'ús que es fa de les xarxes socials (ús actiu vs passiu), ja que la literatura revisada indica que aquests patrons tenen efectes diferencials sobre el benestar emocional (Tifferet, 2020; Verduyn et al., 2017). Incorporar mesures que diferenciïn aquests tipus d'interacció podria enriquir l'anàlisi i aportar una visió més completa.

A més, caldria considerar la incorporació de indicadors objectius de temps d'ús, com els que poden oferir algunes aplicacions de gestió de pantalla, per complementar les dades obtingudes mitjançant autoinforme i reduir el risc de biaixos en la resposta.

Finalment, seria enriquidor explorar variables com l'autoestima, la intel·ligència emocional, el suport social o la regulació emocional, per entendre millor com i per què l'ús de les xarxes socials pot influir positiva o negativament en el benestar psicològic de les persones.

6. CONCLUSIONS

Els resultats obtinguts en aquest estudi han confirmat que l'ús problemàtic de les xarxes socials i el FoMO estan relacionats de manera significativa amb un menor benestar subjectiu. Tanmateix, més enllà de les dades, és important reflexionar sobre quin tipus de cultura i valors afavoreixen aquestes dinàmiques d'ús i dependència digital. En aquest sentit, les idees recollides al llibre *La alegría de perderse cosas* ofereixen un marc crític molt valuós per comprendre el context sociocultural que fomenta l'ús excessiu i emocionalment costós de les xarxes.

Vivim en una societat on se'ns convida constantment a fer, pensar, experimentar, comprar o consumir. Ens trobem immersos en una "cinta de córrer hedonista" que ens empeny a buscar estímuls nous de manera constant, amb l'objectiu d'obtenir una felicitat immediata però efímera. Aquesta recerca incessant d'inputs —especialment a través de les xarxes socials— no ens dona temps per aturar-nos, per avorrir-nos, ni per processar emocionalment allò que vivim. Tal com planteja el llibre, la felicitat vinculada a les experiències positives és temporal, i la nostra cultura ens impulsa a seguir "corrents en la cinta" per mantenir aquesta sensació.

Aquest model d'hiperestimulació ens condueix a una dificultat per tolerar el buit, la pausa i fins i tot la desconexió. El FoMO és, en part, una expressió d'aquesta incapacitat d'estar desconnectats de l'activitat constant dels altres. L'autor del llibre proposa el valor d'"aprendre a perdre's coses" com a acte de resistència davant l'excés. Aquesta proposta no només és una alternativa individual, sinó també una crítica cultural: hem passat de satisfer necessitats a crear-ne de noves, especialment a través del màrqueting digital i el disseny d'aplicacions que apelen als nostres mecanismes emocionals més vulnerables.

Davant d'aquesta realitat, el llibre defensa l'autocontrol, no com a repressió, sinó com a forma de llibertat. Aprendre a dir "no", a no participar, a no

consumir i a no respondre immediatament pot ser una forma de cuidar la pròpia salut mental i emocional. Aquesta mirada connecta amb una lectura profunda del benestar subjectiu que va més enllà de les mitjanes en escales: el benestar també implica sostenibilitat emocional, sentit vital i relacions autèntiques. La recerca constant d'experiències noves i la sobrecàrrega d'alternatives poden acabar, paradoxalment, empobrint la nostra capacitat de gaudir.

Finalment, *La alegría de perderse cosas* planteja que el benestar també pot venir de la repetició, del límit, del ritme lent i de les arrels, idees sovint invisibilitzades en la cultura de l'eficiència i l'optimització personal. Per tant, una contribució clau d'aquest TFG és la necessitat de repensar el concepte de benestar subjectiu dins el context digital: no només cal estudiar els efectes del mal ús de les xarxes, sinó també preguntar-nos quin tipus de vida volem cultivar. En aquest camí, potser aprendre a perdre's coses sigui, com diu el llibre, una forma profunda i silenciosa de retrobar el benestar.

7. BIBLIOGRAFIA:

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119.

Ammar, A., Trabelsi, K., Müller, P., Chtourou, H., Boukhris, O., Masmoudi, L., ... & Hoekelmann, A. (2020). Psychological consequences of COVID-19 home confinement: The ECLB-COVID19 multicenter study. *PLOS ONE*, 15(11), e0240204.

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*.

Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517.

Arroyo, L. (2025). *Redes sociales y algoritmos: Cómo influyen en nuestras decisiones diarias*. Madrid: Ediciones Digitales.

Barba Roig, M. (2021). *La soledad digital: Com les xarxes socials estan canviant les nostres relacions*. Barcelona: Editorial UOC.

Basteiro Monje, J., Robles-Fernández, M. D., Juarros-Basterretxea, J., & Pedrosa, I. (2013). Test de Adicción a Redes Sociales (TARS). *Adicciones*, 25(2), 123–130.

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2020). Navigating the pressure to stay connected: Adolescents' compulsive social media use and academic adjustment. *Computers in Human Behavior*, 107, 106290.

Brinkmann, S. (2022). *La alegría de perderse cosas*. Barcelona: Paidós.

Cajochen, C. (2017). Effects of light on human circadian rhythms, sleep and mood. *Somnologie*, 21(2), 74–80.

Calleja, J., & Mason, S. (2020). Development and validation of the Subjective Well-Being Scale (EBS-8). *Journal of Psychological Assessment*, 38(4), 233–245.

Casanovas, D. (2023). Inteligencia artificial y algoritmos en redes sociales. *Revista Digital de Tecnología y Sociedad*, 9(2), 45–59.

Choi, H., Kim, J., & Lee, S. (2020). Cultural differences in social media usage and their implications for e-commerce. *Journal of Global Marketing*, 33(1), 50–70.

Elhai, J. D., Yang, H., Montag, C., & Levine, J. C. (2021). Fear of missing out (FoMO): Investigating its relationship to problematic smartphone use and social media engagement. *Psychiatry Research*, 296, 113656.

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 adolescents. *Computers in Human Behavior*, 110, 106403.

Falciani, H. (2018). *Fake news y manipulación digital: Cómo influyen las redes en nuestra percepción de la realidad*. Barcelona: Editorial Ariel.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image, 13*, 38–45.

Fischer-Grote, L., Kothgassner, O. D., & Felnhofer, A. (2019). The impact of problematic smartphone use on children's and adolescents' quality of life: A systematic review. *Children and Youth Services Review, 97*, 223–231. Fisher, R. (2024). Social media engagement and emotional responses: A study on algorithmic influence. *Journal of Digital Behavior, 12*(1), 55–73.

Frison, E., & Eggermont, S. (2020). Toward an integrated and differential approach to the relationships between loneliness, different types of Facebook use, and adolescents' depressed mood. *Communication Research, 47*(5), 701–728.

Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. D. (2018). Beyond the hashtags: #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice. *New Media & Society, 20*(11), 4013–4032.

Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*(6), 346–354

Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of internet use among older adults. *New Media & Society, 20*(10), 3937–3954.

Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). The impact of social media on children's and adolescents' mental health. *International Journal of Adolescence and Youth, 25*(1), 79–93.

Koban, K., Ling, R., & Ziegler, F. (2025). Too much social media to sleep: The chained mediation effect of social media overload on insomnia. *BMC Public Health, 25*, 22698

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 12*(3), 1286–1306.

Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2019). *Digital feminist activism: Girls and women fighting back against rape culture*. Oxford University Press.

Montag, C., Blaszkiewicz, K., Lachmann, B., Sariyska, R., Andone, I., Trendafilov, B., ... & Markowitz, A. (2017). Smartphone usage in the 21st century: Who is active on WhatsApp?. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 394–402

Morey Ramón, S. (2019). *Redes sociales y salud mental: Impacto psicológico en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Ediciones Morata.

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>

Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69–78.

Orben, A., Dienlin, T., & Przybylski, A. K. (2019). Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(21), 10226–10228.

Perra, N., & Rocha, L. E. C. (2018). Modeling opinion dynamics on social media networks. *The European Physical Journal Data Science*, 7(1), 1–16.

Perrin, A., & Duggan, M. (2015). Americans' internet access: 2000–2015. *Pew Research Center*.

Pierri, F., Artoni, A., & Ceri, S. (2019). Investigating Italian disinformation spreading on Twitter in the context of the 2019 European Parliament election. *Journal of Online Trust and Safety*, 1(2), 34–52.

Reed, L., & Haas, B. (2023). Digital escapism: The emotional function of social media in young adults. *Journal of Media Psychology*, 17(2), 112–127.

Roberts, J. A., & 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.

Scott, H., & Woods, H. C. (2018). Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents' nighttime social media use. *Journal of Adolescence, 68*, 61–65.

Su, C. H., Chiang, T. H. C., & Lee, C. H. (2020). Understanding social media addiction: The role of perceived enjoyment and social influence. *Computers in Human Behavior, 107*, 106276.

Tifferet, S. (2020). Gender differences in privacy tendencies on social network sites: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior, 104*, 106191.

Twenge, J. M., Spitzberg, B. H., & Campbell, W. K. (2019). Less in-person social interaction with peers among U.S. adolescents in the 21st century and links to loneliness. *Journal of Social and Personal Relationships, 36*(6), 1892–

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.

Wang, Y., Liang, X., & Zhang, D. (2021). The role of WeChat in everyday life in China. *Journal of Communication, 71*(3), 455–478.

Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). The role of cognitive emotion regulation strategies in FoMO: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior, 66*, 103–108.

We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*.