



Recibido: 17 de marzo de 2024
Aceptado: 11 de octubre de 2024

Dirección de los autores:

Departamento de Psicología
Evolutiva y de la Educación.
Facultad de Formación del
Profesorado y Educación.
Universidad Autónoma de Madrid.
Campus Cantoblanco. C/ Francisco
Tomás y Valiente, 3 – 28049, Madrid
(Spain)

E-mail / ORCID

miguel.albala@uam.es

 <https://orcid.org/0000-0003-2622-4451>

edgardo.etchezahar@uam.es

 <https://orcid.org/0000-0002-3289-194X>

talia.gomezy@uam.es

 <https://orcid.org/0000-0001-6555-1186>

joaquinjesus.ungaretti@professor.universidadvui.com

 <https://orcid.org/0000-0003-1185-9139>

ARTÍCULO / ARTICLE

El phubbing como norma social: Efectos en el 'miedo a perderse algo' (FoMO) y la exclusión percibida

Phubbing as a Social Norm: Effects on Fear of Missing Out (FoMO) and Perceived Exclusion

Miguel Ángel Albalá-Genol, Edgardo Etchezahar, Talía Gómez-Yepes y Joaquín Ungaretti

Resumen: La tecnología y las redes sociales han transformado nuestra forma de comunicarnos, interactuar y mantenernos informados. *Phubbing*, en español «Ningufoneo», es un término que proviene de dos palabras «phone» (teléfono) y «snubbing» (desairar) y representa el acto de ignorar a una persona en un entorno de la vida real prestando más atención a su teléfono móvil. Este comportamiento puede estar normalizado o causar dificultades sociales en determinadas situaciones. El objetivo de este estudio fue analizar los niveles de comportamiento normativo y sus relaciones con el FoMO, los sentimientos de exclusión social y la escala de phubbing percibido. Se realizó un estudio transversal, y los participantes fueron 1506 personas en Argentina (50,79% identificadas como mujeres y 49,21% como hombres), con un rango de edad entre 18 y 65 años que completaron una encuesta online. Los resultados confirmaron que el phubbing es percibido como un comportamiento normativo en la mayoría de los participantes, representando un predictor del phubbing en sus interacciones sociales. También se encontraron relaciones entre el phubbing normativo percibido y los niveles de FoMO y sentimientos de exclusión social. Se discuten las implicaciones de las variables estudiadas como posibles predictores del phubbing y que deben tenerse en cuenta en su abordaje. El estudio examina el phubbing como conducta normativa en Argentina. No se han realizado estudios previos que consideren el Miedo a Perderse Algo, los Sentimientos de Exclusión Social y el Phubbing Percibido como variables predictoras.

Palabras clave: Ningufoneo, Miedo a perderse algo (FoMO), Aislamiento social, Normas sociales, Teléfono móvil (celular).

Abstract: Technology and social media have transformed the way we communicate, interact, and stay informed. *Phubbing* is a term that comes from two words «phone» and «snubbing» and represents the act of ignoring a person in a real life setting by paying attention to their cell phone. This behavior may be normalized or cause social difficulties in certain situations. The aim of this study was to analyze the levels of normative behavior and their relations with FoMO, feelings of social exclusion and the phubbing perceived scale. A cross-sectional study was conducted, and the participants were 1506 people in Argentina (50.79% identified as women and 49.21% as men), with an age range between 18 and 65 years old who completed an online survey. The results confirmed that phubbing is perceived as normative behavior in most of the participants, representing a predictor of phubbing in their social interactions. Relations were also found between the perceived normative phubbing and levels of Fear of Missing Out (FoMO) and feelings of social exclusion. Implications of the variables studied are discussed as possible predictors of phubbing and are to be considered in its approach. The study examines phubbing as a normative behavior in Argentina. No previous studies have been carried out in our country that consider Fear of Missing Out (FoMO), Feelings of Social Exclusion and Perceived Phubbing as predictor variables.

Keywords: Phubbing, Fear of Missing Out (FoMO), Social Isolation, Behavior Standards, Smartphone.

1. Introducción

La gran proliferación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha cambiado la forma en que las personas se relacionan entre sí, así como los patrones sociales y de comunicación (Tandon et al., 2022). Los efectos negativos de este cambio han sido estudiados como el lado negativo de la digitalización (Turel et al., 2019), entre los que encontramos fenómenos asociados al lado negativo de las redes sociales, como el miedo a perderse algo (FoMO; Budnick et al., 2020; Tandon et al., 2021) y al uso excesivo de teléfonos inteligentes, como el phubbing, entre otros usos disfuncionales (Al-Saggaf y Macculloch, 2019; Roberts y David, 2020).

La palabra «phubbing» apareció por primera vez en 2007 cuando una actualización del diccionario Macquarie incluyó la combinación de las palabras «teléfono» y «snubbing», un problema que se considera que está en el corazón de muchas adicciones conductuales (Aljasir, 2022). El phubbing se describe como el acto de desairar a otros en las interacciones sociales al optar por prestar más atención a un teléfono móvil en lugar de prestarles atención a ellos (Chotpitayasonondh y Douglas, 2018). Hay autores que consideran que el phubbing no siempre es un comportamiento intencional aunque pueda molestar a los demás (Ranie y Zickuhr, 2015).

Hoy en día, cada vez hay más actividades diarias que las personas realizan desde sus teléfonos. Los dispositivos móviles y las redes sociales comprenden una serie de utilidades que hacen que sea cada vez más difícil desviar nuestra atención de mirar la pantalla incluso de noche (Boniel-Nissim et al., 2023). Así, parece existir un patrón de comportamiento socialmente común en el que las personas están constantemente conectadas a Internet con la expectativa de recibir y responder mensajes y correos electrónicos, y están listas para entablar una conversación con otra persona en cualquier momento, lo que genera estrés y agobio, entre otros síntomas (Derks et al., 2021; Yousaf et al., 2019; 2022).

1.1. Phubbing, normas sociales percibidas, FoMO y sentimientos de exclusión social

El uso de la tecnología implica nuevas formas de interacción, y el phubbing, aunque se percibe como un comportamiento generalizado, no es socialmente aceptable en todos los entornos (Leuppert y Geber, 2020). Además, el phubbing ha cambiado la dinámica de la comunicación interpersonal, especialmente en la última década (Kadylak, 2019), generando en la mayoría de las dinámicas humanas conflictos que pueden incluir problemas de pareja, laborales e intergeneracionales, entre otros (Vanden Abeele, 2018; Rendón Vélez, 2022).

El phubbing y su percepción en diversas situaciones cotidianas juegan un papel fundamental en la sensación de bienestar de un individuo (David y Roberts, 2020). Por ejemplo, ser phubbing conduce a sentimientos de exclusión social, una mayor necesidad de atención y un uso más intensivo de los medios digitales. Según David y Roberts (2017), dada la importancia de sentirnos conectados con nuestros iguales, los sentimientos de exclusión desencadenados por ser phubbing aumentan la necesidad de reclamar la inclusión, lo que conduce a un malestar que dificulta el control de nuestros pensamientos, emociones y conductas. Desde esta perspectiva, para recuperar la sensación de inclusión amenazada por la falta de interacción cara a cara,

las personas pueden recurrir a sus teléfonos inteligentes y redes sociales para interactuar con otros y aliviar el dolor asociado a ser ignorados.

En este sentido, una de las vulnerabilidades que puede hacer que una persona preste atención constantemente a su teléfono podría ser el miedo a quedarse fuera (FoMO: Fear of Missing Out; Blanca y Bendayan, 2018). Este término se refiere a la angustia generada por la sensación de que otros pueden estar experimentando experiencias particularmente gratificantes en las que el individuo no está participando (Przybylski et al., 2013). El constructo FoMO consta de dos dimensiones (Li et al., 2023), la primera es el miedo a perderse información novedosa (FoM-NI), que se refiere a la búsqueda continua de nueva información en las redes sociales. Por otro lado, el Miedo a Perder Oportunidades Sociales (FoM-SO) está vinculado a la sensación de perderse interacciones sociales que otros puedan estar teniendo (Duraó et al., 2023; Zhang et al., 2020). Según Tandon et al. (2022) el FoMO conduce al phubbing, ya que las personas intentan mitigar la ansiedad que puede surgir al perder información actualizada sobre sus amigos virtuales.

Las víctimas de phubbing a menudo se sienten rechazadas e infravaloradas (Vanden-Abeelee y Postma-Nilsenova, 2018) y perciben este comportamiento como agresivo e irrespetuoso, lo que genera sentimientos de exclusión social (Aagaard, 2020). Prestar atención constante a su teléfono móvil dificulta hablar e interactuar con las personas que les rodean. Así, estos comportamientos (phubbing y FoMO) están estrechamente vinculados a sentimientos de exclusión social y soledad (Ivanova et al., 2020). El sentimiento de exclusión social afecta la capacidad de regular nuestras emociones, pensamientos, Por otra parte, el sentimiento de conexión social implica que la persona percibe cercanía en sus vínculos sociales y un sentido de pertenencia que redundan en bienestar emocional y físico (Koebner et al., 2018). Esta última se diferencia de la desconexión social que provoca distancia socioemocional con el entorno (Pancani et al., 2021).

1.2. El phubbing normativo y sus implicaciones

En función de la extensión del phubbing y de las diferentes variables implicadas, resulta imprescindible estudiar esta cuestión, centrándose en los phubbees y en el impacto que esta conducta tiene en su percepción y convivencia con sus entornos sociales. Actualmente, en cualquier sociedad moderna, la gran mayoría de las personas están expuestas a interacciones e intercambios sociales más o menos cercanos, en los que sufren o sufrirán phubbing (Haigh, 2015). Así, el phubbing ya no es solo una conducta aislada o asociada a situaciones o contextos concretos; por el contrario, se ha convertido en algo normal o aceptable. Por tanto, supone un reto estudiar y analizar la relación entre el sufrimiento del phubbing, en qué medida esto puede llevar a una mejor aceptación del phubbing al asumirlo como una práctica normal, y la posibilidad de que esto pueda llevar a que se practique phubbing hacia otras personas del mismo grupo. Esto podría estar vinculado a la noción de reciprocidad, que en el ámbito de la psicología social juega un papel clave en el estudio de las interacciones sociales (Falk y Fischbacher, 2006). Dicha reciprocidad haría que quienes son frecuentemente phubbingados en sus entornos sociales y asumen dicha conducta como normativa, sean más proclives a devolver dicha conducta aunque tenga consecuencias negativas para los demás (Keysar et al., 2008).

Por tanto, desatender o ignorar a los demás en el propio entorno social mediante el uso del teléfono puede hacer que dichas conductas se vuelvan normativas (e incluso aceptables) y por tanto recíprocas, aunque sea de forma no intencionada (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016). Es importante destacar que no siempre se necesitan años o décadas para que una norma social se establezca, sino que por el contrario, puede instaurarse en las sociedades de manera rápida y abrupta (Sunstein, 1996), transformándose fácilmente en conductas observables (Miller y Prentice, 1996) como en este caso. Por ello, el objetivo de este estudio fue analizar los niveles de phubbing percibido como conducta normativa, sus relaciones con FoMO y con sentimientos de exclusión social y entre los cinco indicadores de phubbing percibido como normativo y la escala de phubbing percibido en sus entornos sociales.

2. Método

2.1. Participantes

Se realizó un estudio transversal con una muestra intencional basada en las áreas geográficas de Argentina. Participaron en el estudio un total de 1506 personas (con un error de muestreo del 2,5% y un nivel de confianza del 95%), el 50,79% (n = 765) de los participantes se identificaron como mujeres y el 49,21% (n = 741) como hombres. Las edades de los participantes oscilaban entre los 18 y los 65 años (M = 43,21; DT = 11,71). El 4,9% de la muestra había completado solo la educación primaria, el 31,8% había completado la escuela secundaria, el 31,4% había terminado la educación terciaria y el 31,9% había terminado sus estudios universitarios.

2.2. Medidas

Se utilizaron diversas herramientas de evaluación, incluida una batería de medidas de autoinforme:

- Normas sociales percibidas del phubbing: los participantes completaron la «Escala de normas sociales percibidas del phubbing» (PSNP; Chotpitayasunondh y Douglas, 2016), que constaba de dos ítems que medían normas instructivas (la inferencia de la aprobación de los demás hacia el phubbing) y tres ítems que medían normas descriptivas basadas en sus observaciones del comportamiento de los demás.
- Escala de phubbing. Utilizamos la escala desarrollada por David y Roberts (2017), que se compone de nueve ítems que miden la frecuencia con la que las personas usan sus teléfonos inteligentes mientras pasan tiempo con sus contactos (es decir, amigos, vecinos, familiares, etc.) (p. ej., «Las personas con las que paso tiempo a menudo miran su teléfono celular cuando hablan conmigo», «Cuando su teléfono celular suena o emite un pitido, lo sacan incluso si estamos en medio de una conversación», «Cuando paso tiempo con personas, mantienen su teléfono celular donde pueden verlo»). El formato de respuesta varía de 1 = Nunca a 5 = Todo el tiempo.
- Escala FoMO. Utilizamos la adaptación y validación de la versión original de la escala (Przybylski et al., 2013), que consta de 10 ítems que determinan la dimensión 1, FoM NI (por ejemplo, «Temo que mis amigos tengan experiencias

más gratificantes que yo»), y la dimensión 2, FoM SO (por ejemplo, «Me molesta cuando pierdo una oportunidad de encontrarme con amigos»). El formato de respuesta fue de tipo Likert, donde 1 denota «totalmente en desacuerdo» y 5 denota «totalmente de acuerdo».

- Escala de sentimientos de exclusión social. La escala desarrollada originalmente por Williams, Cheung y Choi (2000) y reformulada por David y Roberts (2017), está compuesta por seis ítems que exploran los sentimientos de exclusión social (e.g., «¿En qué medida, al pasar tiempo con otras personas, experimenta sentimientos de ser ignorado?», «¿En qué medida, al pasar tiempo con otras personas, experimenta sentimientos de rechazo?») (Téllez Rojas y Rivera Fong, 2020). El formato de respuesta es de cinco anclas, que van desde 1 = Nada a 5 = Mucho.
- Cuestionario de datos sociodemográficos: Se recopiló información sobre género, edad y nivel máximo de educación de los participantes.

2.3. Procedimiento y análisis de datos

En base a los cupos establecidos para la distribución de la muestra, se solicitó a quienes cumplieran con los requisitos de edad (mayores de 18 años) y ubicación geográfica participar vía redes sociales respondiendo un cuestionario online geolocalizado. Se trabaja con una muestra intencional, no representativa. Se comunicó a los participantes el objetivo del estudio, la organización a cargo del mismo y una dirección de correo electrónico de contacto, solicitándoles su consentimiento informado para participar del estudio. Además, se les informó que la información recopilada para este estudio sería protegida de acuerdo con la Ley Nacional Argentina 25.326 sobre protección de datos personales y solo sería utilizada con fines académicos y científicos. Para los análisis estadísticos se utilizó el programa SPSS para Windows versión 19.0 (George y Mallery, 2010). Se examinaron las estadísticas descriptivas (media, desviación estándar, asimetría y curtosis) para cada indicador de Phubbing. También se calcularon correlaciones, pruebas t y una regresión múltiple.

3. Resultados

En primer lugar, se analizaron las estadísticas descriptivas de las normas sociales percibidas del Phubbing en el contexto argentino (Tabla 1).

Table 1. Estadísticos descriptivos de los indicadores de phubbing.

	M	SD	S	K	Respuestas (%)				
					1	2	3	4	5
1. ¿Se dan este tipo de situaciones?	4.41	1.12	-.94	1.12	3.8	15.7	25.3	42.3	12.9
2. ¿Crees que las personas son conscientes de que utilizan el teléfono en todo momento (cenando, bebiendo, conversando, etc.)?	3.40	1.58	-.21	-.90	23.1	24.7	27.8	14.7	9.7
3. ¿Dirías que las personas con las que pasas tiempo interactúan constantemente con su teléfono móvil?	4.43	1.17	-.94	.83	4.1	17.6	20.1	43.2	15.1

4. ¿Crees que pasas mucho tiempo con el móvil cuando estás con otras personas?	2.94	1.55	.01	-1.17	33.2	26.7	23.7	12.5	3.8
5. ¿Te afecta/molesta/fastidia/ofende que otras personas utilicen el móvil mientras estás conversando?	4.06	1.59	-.36	-.73	11.5	26.7	22.7	11.1	28.1

Nota: Valores adecuados de Asimetría (S) y Curtosis (K): $-1.4 < X < 1.4$.
 1: Para nada; 2: Un poco; 3: Algunas veces; 4: Frecuentemente; 5: Mucho

En primer lugar, no se encontraron diferencias en función del género o la edad de los participantes. Según la Tabla 1, existe una percepción de uso excesivo del móvil durante las interacciones en contextos sociales, aunque no existe conciencia de este hecho entre quienes lo hacen. Además, esta forma de interacción social, en la que existe el phubbing, es en la mayoría de los casos una fuente de malestar. Sin embargo, hasta un 66,8% de los casos reportaron usar sus teléfonos durante más tiempo del deseado mientras realizaban interacciones sociales.

A continuación se analizaron las relaciones en los cinco indicadores de phubbing, dimensiones de FoMO y sentimientos de exclusión social (Tabla 2).

Tabla 2. Relaciones entre los cinco indicadores de phubbing percibido, dimensiones de FoMO y sentimientos de exclusión social.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. ¿Se dan este tipo de situaciones?	-	.070**	.591**	.408**	.045	.167**	.114**	.136**
2. ¿Crees que las personas son conscientes de que utilizan el teléfono en todo momento (cenando, bebiendo, conversando, etc.)?		-	.110**	.103**	.010	.115**	.034	.054
3. ¿Dirías que las personas con las que pasas tiempo interactúan constantemente con su teléfono móvil?			-	.365**	.100**	.150**	.079**	.167**
4. ¿Crees que pasas mucho tiempo con el móvil cuando estás con otras personas?				-	-.213*	.210**	.151**	.113**
5. ¿Te afecta/molesta/fastidia/ofende que otras personas utilicen el móvil mientras estás conversando?					-	.102**	.081**	.130**
6. FoMO - NI						-	.452**	.425**
7. FoMO - SO							-	.161**
8. Sentimientos de exclusión social								-

*. $p < .05$; **. $p < .001$.

La Tabla 2 muestra las relaciones significativas entre los distintos ítems que evalúan el phubbing normativo en el entorno social de los participantes y el FoMO y los sentimientos de exclusión social. En relación con el FoMO, la subdimensión FoMO-NI fue la que se relacionó de forma más significativa con todos los indicadores. En cuanto a los sentimientos de exclusión social, estos también se relacionaron de forma moderadamente positiva con todos los ítems de phubbing percibido como normativo, con la excepción del ítem 2 (¿Crees que la gente es consciente de que utiliza el teléfono

en todo momento (cenando, bebiendo, conversando, etc.)?). La relación más fuerte ($r = .42$; $p < .001$) se encontró entre FoMO-NI y los sentimientos de exclusión social.

A continuación, en la Tabla 3, se calculó una regresión múltiple entre los cinco indicadores de phubbing como normativo y la escala de phubbing percibido en sus entornos sociales.

Los resultados muestran que, a excepción del ítem 2 de la escala de phubbing percibido como normativo, el resto de indicadores predicen significativamente el phubbing que sufre la persona en su entorno. Así, se muestra una asociación significativa entre el ítem 1 ($\beta = .017$; $p < .001$), ítem 3 ($\beta = .017$; $p < .001$), ítem 4 ($\beta = .011$; $p < .05$), and ítem 5 ($\beta = .010$; $p < .001$).

Tabla 3. Modelo de regresión múltiple lineal entre el phubbing como normativo y la escala de phubbing percibido.

Predictores	β	R ²
1. ¿Se dan este tipo de situaciones?	.374***	
2. ¿Crees que las personas son conscientes de que utilizan el teléfono en todo momento (cenando, bebiendo, conversando, etc.)?	-.021	
3. ¿Dirías que las personas con las que pasas tiempo interactúan constantemente con su teléfono móvil?	.375***	.496***
4. ¿Crees que pasas mucho tiempo con el móvil cuando estás con otras personas?	.058*	
5. ¿Te afecta/molesta/fastidia/ofende que otras personas utilicen el móvil mientras estás conversando?	.104***	

*. $p < .05$; **. $p < .001$.

4. Conclusión

Considerando que el phubbing ya no representa un mero evento aislado, sino que se ha convertido en una conducta cada vez más aceptada y, en ocasiones, normativa (Haigh, 2015), el objetivo principal del presente estudio fue analizar los niveles de phubbing en el contexto argentino, así como las relaciones con otras variables que la literatura sugiere como relacionadas (Cheung y Choi, 2000; Przybylski et al., 2013).

Los resultados del presente estudio indican que los participantes reconocen con frecuencia instancias de phubbing en sus interacciones sociales. Si bien esto genera ciertos niveles de incomodidad, no suele atribuirse a quienes lo realizan. De igual modo, más de la mitad de los participantes reconocen que pasan mucho tiempo en sus teléfonos celulares cuando están con otras personas. En línea con lo propuesto por distintos autores (Haigh, 2015; Miller y Prentice, 1996; Sunstein, 1996), estos hallazgos reforzarían la hipótesis del phubbing como una conducta normativa y aceptable, rápidamente traducida en una conducta observable también en el contexto argentino. Asimismo, estos hallazgos son consistentes con resultados de estudios previos en otros contextos (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016) y con otros modelos teóricos que se han planteado (Falk y Fischbacher, 2006). Así, podemos concluir que la percepción del phubbing como una conducta normativa en situaciones sociales de las que un individuo forma parte puede llevar a éste a realizar phubbing como una conducta

recíproca (Keysar et al., 2008), independientemente del sufrimiento que pueda causar a otros.

En segundo lugar, los resultados indicaron que el phubbing percibido como normativo está significativamente y positivamente relacionado con otras variables contrarias al bienestar psicosocial de los individuos como el FoMO (Przybylski et al., 2013). Como ya se mencionó, una de las cosas que pueden desencadenar el phubbing es el miedo a ser excluido (FoMO; Blanca y Bendayan, 2018) y un aumento en los niveles de distrés causado por la sensación de que otros pueden estar experimentando experiencias agradables y gratificantes en las que el individuo no está participando (Przybylski et al., 2013). Además, todos los indicadores del phubbing estaban positivamente y más fuertemente relacionados con la dimensión Miedo a Perder Información Novedosa (FoM-NI) que con la dimensión Miedo a Perder Oportunidades Sociales (FoM-SO). En línea con Li et al. (2023), los resultados de este estudio parecen indicar que los individuos prestan más atención a sus teléfonos para acceder a cualquier información nueva que pueda surgir en las redes sociales, en lugar de por miedo a perderse las interacciones sociales deseadas que otros puedan estar teniendo.

En tercer lugar, como sugiere el modelo teórico de David y Roberts (2017, 2020), las relaciones significativas encontradas entre los indicadores de phubbing, los sentimientos de exclusión social y el miedo a perderse información novedosa (FoM-NI) apoyarían la hipótesis del primero como un elemento importante en la aparición del segundo y un consiguiente miedo a quedar fuera vinculado al uso abusivo de las redes sociales (Roberts y David, 2019).

Por último, analizamos más a fondo la asociación entre el phubbing percibido como normativo y el phubbing sufrido directamente en el entorno social de los participantes. Desde esta perspectiva, y en línea con estudios previos (Li et al., 2023; Leuppert y Geber, 2020) se encontró una asociación significativa que permite predecir el grado de phubbing que sufre un sujeto directamente en su vida diaria en función del grado de normatividad que percibe en sus entornos sociales respecto al uso del móvil durante las interacciones. Los resultados sugieren que el phubbing puede estar volviéndose cada vez más universal y normalizado en la sociedad actual. Este hecho puede crear expectativas y una mayor tendencia hacia el phubbing, incluso en interacciones en entornos sociales cercanos o íntimos.

En conclusión, el presente estudio ha aportado evidencia de relaciones significativas entre phubbing, FoMO y sentimientos de exclusión social en la cultura argentina. Este hallazgo se considera un avance no sólo en la comprensión teórica de los factores vinculados al lado negativo de las redes sociales en general, sino también en la comprensión de esta problemática en un país subdesarrollado donde el acceso a la tecnología e Internet es cada vez más desigual.

A pesar de los aportes mencionados, el presente estudio ha coexistido con una serie de limitaciones que se espera puedan ser exploradas más a fondo en futuras investigaciones sobre el tema. En primer lugar, una consideración más extensa de las características sociodemográficas de los participantes que pueden afectar el acceso a la tecnología e Internet permitiría un mayor control sobre las relaciones entre phubbing, FoMO y sentimientos de exclusión social. En ese sentido, trabajos futuros deberían incluir más características sociodemográficas de los participantes, así como las condiciones de acceso efectivo a la tecnología e Internet, ya que estas podrían operar

como posibles moderadores de las relaciones entre las variables. En segundo lugar, el uso de cuestionarios autoadministrados constituye un potencial sesgo de respuesta que puede dificultar el análisis de relaciones causales entre las variables en estudio. Por ello, se recomienda que futuros estudios avancen en la adopción de métodos mixtos o metodologías experimentales para llevar a cabo este tipo de trabajos. Por último, un reto de futuro es el desarrollo de otras normas sociales positivas y saludables encaminadas a reducir las normas sociales percibidas de conductas negativas como el phubbing. Dada la influencia directa del contexto social y las normas asumidas en relación al phubbing, es importante abordar el problema en un sentido social y no solo individual, evitando así la idea de que son solo las conductas, creencias y actitudes individuales las que conducen a un uso no saludable de los medios digitales.

5. Referencias

- Aagaard, J. (2020). Digital akrasia: a qualitative study of phubbing. *AI and Society* 35(1), 237-244. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Al-Saggaf, Y., & MacCulloch, R. (2019). Phubbing and social relationships: Results from an Australian sample. *Journal of Relationships Research*, 10, 10-20. <https://doi.org/10.1017/jrr.2019.9>
- Aljasir, S. (2022). Present but absent in the digital age: testing a conceptual model of phubbing and relationship satisfaction among married couples. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1-11. <https://doi.org/10.1155/2022/1402751>
- Blanca, M. J., & Bendayan, R. (2018). Spanish version of the Phubbing Scale: Internet addiction, Facebook intrusion, and fear of missing out as correlates. *Psicothema*, 30(4), 449-454. <https://doi.org/10.7334/psicothema2018.153>
- Bentler, P. M. (2007). On tests and indices for evaluating structural models. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 825-829. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.09.024>
- Boniell-Nissim M., Tynjälä, J., Gobiņa, I., Furstova, J., van den Eijnden, R., Marino, C., Klanšček, H.J., Klavina-Makrecka, S., Villeruša, A., Lahti, H., Vieno, A., Wong, S.L., Villberg, J., Inchley, J., Gariépy, G. (2023). Adolescent use of social media and associations with sleep patterns across 18 European and North American countries. *Sleep Health*, 9(3), 314-321. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2023.01.005>
- Budnick, C. J., Rogers, A. P., & Barber, L. K. (2020). The fear of missing out at work: Examining costs and benefits to employee health and motivation. *Computers in Human Behavior*, 104, 106161. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106161>
- Chotpitayasunondh, Varoth & Douglas, Karen. (2016). How "phubbing" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior* 63, 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Chotpitayasunondh, Varoth & Douglas, Karen. (2018). The effects of "phubbing" on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304-316. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>
- David, M. E., & Roberts, J. A. (2017). Phubbed and alone: Phone snubbing, social exclusion, and attachment to social media. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 155-163. <https://doi.org/10.1086/690940>
- David, M.E. & Roberts, J. A. (2020). Developing and testing a scale designed to measure perceived phubbing. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(21), 1-15, 8152. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218152>
- Daantje Derks, A. B., Bakker, M. G. (2021). Private smartphone use during worktime: A diary study on the unexplored costs of integrating the work and family domains. *Computers in Human Behavior*, 114, 106530. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106530>

- Durao, M., Etchezahar, E., Albalá Genol, M. Á., & Muller, M. (2023). Fear of Missing Out, Emotional Intelligence and Attachment in Older Adults in Argentina. *Journal of Intelligence*, 11(2), 22. <https://doi.org/10.3390/jintelligence11020022>
- Falk, A., & Fischbacher, U. (2006). A theory of reciprocity. *Games and Economic Behavior*, 54(2), 293-315. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2005.03.001>
- George, D. and Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update*. 10th Edition, Pearson.
- Haigh, A. (2015). Stop phubbing. Retrieved from <http://stopphubbing.com>
- Hakoama, M., & Hakoyama, S. (2012). Young adults' evaluations of cell phone manners. *The American Association of Behavioral and Social Sciences Journal, the AABSS Journal*, 16, 140-154.
- Hall J.A., Baym N.K. and Miltner K.M. (2014). Put down that phone and talk to me: Understanding the roles of mobile phone norm adherence and similarity in relationships. *Mobile Media & Communication*, 2, 134-153. <https://doi.org/10.1177/2050157913517684>
- Ivanova, A., Gorbaniuk, O., Błachnio, A. (2020). Mobile Phone Addiction, Phubbing, and Depression Among Men and Women: A Moderated Mediation Analysis. *Psychiatr Q*, 91, 655-668. <https://doi.org/10.1007/s11126-020-09723-8>
- Kadylak, T. (2019). *Mobile Phone Habits During Face to Face First Encounters: An Investigation of Self-disclosure and Nonverbal Mimicry*. Michigan State University. Information and Media.
- Keysar, B., Converse, B. A., Wang, J., & Epley, N. (2008). Reciprocity is not give and take: asymmetric reciprocity to positive and negative acts. *Psychological Science*, 19(12), 1280e1286. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02223.x>
- Khan, M. (2008). Adverse effects of excessive mobile phone use. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 27(4), 289-293. <http://dx.doi.org/10.2478/v10001-008-0028-6>
- Krasnova H., Abramova O., Notter I., & Baumann A. (2016). Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among 'Generation Y' users. Paper presented at the 24th European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul, Turkey.
- Koebner, I. J., Fishman, S. M., Paterniti, D., Sommer, D., Witt, C. M., Ward, D., & Joseph, J. G. (2018). The Art of Analgesia: A Pilot Study of Art Museum Tours to Decrease Pain and Social Disconnection Among Individuals with Chronic Pain. *Pain Medicine*, 20(4), 681-691. <https://doi.org/10.1093/pm/pny148>
- Leuppert, R., & Geber, S. (2020). Commonly done but not socially accepted? Phubbing and social norms in dyadic and small group settings. *Communication Research Reports*, 37(3), 55-64. <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1756767>
- Li, Y.-X., Zhang, Y.-H., Yang, R., Lian, S.-L., Yan, L., & Zhu, X.-M. (2023). Relationship between Perceived Social Norms and Phubbing: Individual Control and Fear of Missing Out as Mediators. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 21, 1898-1913. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00696-8>
- Miller, D. T., & Prentice, D. A. (1996). The construction of social norms and standards. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 799-829). The Guilford Press.
- Pancani, L., Marinucci, M., Aureli, N., & Riva, P. (2021). Forced social isolation and mental health: A study on 1006 Italians under COVID-19 quarantine. *Frontiers in Psychology*, 27(12), 663799. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.663799>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

- Ranie, L., & Zickuhr, K. (2015). *Americans' Views on Mobile Etiquette*. Pew Research Center.
- Rendón Vélez, L. J. (2022). El phubbing y las relaciones de pareja adulta. *Poiésis*, 42, 49-61.
<https://doi.org/10.21501/16920945.3792>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2019). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *Int. J. Hum.-Comput. Interact*, 36, 386-392.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Sunstein, C. R. (1996). Social norms and social roles. *Columbia Law Review*, 2, 903-968.
<http://dx.doi.org/10.2307/1123430>
- Tandon, A., Amandeep D., Shalini T., Puneet K., & Matti M. (2021). Dark consequences of social media-induced fear of missing out (FoMO): Social media stalking, comparisons, and fatigue. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120931.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>
- Turel, O., Matt, C., Trenz, M., Cheung, C.M.K., D'Arcy, J., Qahri-Saremi, H. & Tarafdar, M. (2019). Panel report: the dark side of the digitization of the individual. *Internet Research*, 29(2), 274-288.
<https://doi.org/10.1108/INTR-04-2019-541>
- Télez Rojas, M. A., & Rivera Fong, L. (2020). Development and validation of an instrument to measure social exclusion perception in young people. *Psicogente*, 23, 144-166.
<https://doi.org/10.17081/psico.23.43.3294>
- Vanden Abeele, M. M. P. (2018). The social consequences of phubbing: A framework and a research agenda. In R. S. Ling, L. Gogging, S. S. Fortunati, & Y. Li (Eds.), *Handbook of mobile communication, culture, and information* (pp. 158-174). Oxford University Press.
- Yousaf, S., Rasheed, M. I., Hameed, Z., & Luqman, A. (2019). Occupational stress and its outcomes: The role of work-social support in the hospitality industry. *Personnel Review*, 49(3), 755-773.
<https://doi.org/10.1108/PR-11-2018-0478>
- Yousaf, S., Muhammad, I. R., Puneet, K., Nazrul, I., & Amandeep, D., (2022). The dark side of phubbing in the workplace: Investigating the role of intrinsic motivation and the use of enterprise social media (ESM) in a cross-cultural setting. *Journal of Business Research*, 143, 81-93.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.043>
- Williams K. D., Cheung C., & Choi W. (2020). Cyberostracism: Effects of being ignored over the Internet. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 748-762.
<https://doi.org/10.1037//0022-3514.79.5.748>
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of Missing Out Scale: A self-concept perspective. *Psychology and Marketing*, 37(11), 1619-1634.
<https://doi.org/10.1002/mar.21406>

