perspectivas em análise do comportamento
ISSN 2177-3548
instituto par ciências do comportamento
www.revistaperspectivas.org

Fear of Missing Out e esquiva experiencial na virtualização do cotidiano: uma revisão de escopo

Fear of Missing Out and Experiential Avoidance in the Virtualization of Everyday Life: A Scoping Review

Suyanne Soares Lima[1], **Artur Gevásio Lira da Silva**[2]

[1] Universidade de São Paulo (USP) [2] Faculdade Princesa do Oeste | **Título abreviado**: Fear of missing out e virtualização | **Endereço para correspondência:** Suyanne Soares Lima – Rua Euclides da Cunha, 130, Ipase. Crateús-CE | **Email**: suyannesoarespsi@gmail.com | **doi**:10.18761/PAC_115025

Resumo: Com a incorporação das tecnologias no tecido social, percebe-se mudanças nos comportamentos e estilo de vida das pessoas. As redes sociais tornaram-se forças generalizadas, contexto em que emergiu o *Fear of Missing Out* (FOMO), um medo de perder um determinado evento. Cabe, diante dessa problemática, refletir sobre as relações digitais. Realizou-se uma *Scoping Review* através das bases SciELO, MEDLINE e LILACS e obteve-se uma amostra final de dez pesquisas. Buscou-se investigar o FOMO a partir da Psicologia Comportamental, com foco na Terapia de Aceitação e Compromisso. Também buscou-se discutir aspectos socioculturais do fenômeno e determinar sua relação com a autoestima e dependência. Uma cultura coletivista contribui para níveis maiores de FOMO e para facilitar o uso problemático. Níveis mais altos de FOMO surgem com níveis mais baixos de autoestima e tanto a autoestima como o FOMO mostraram uma influência significativa no tempo gasto *online*. Os dados sustentam que respostas digitais de monitoração são co-mantidas por SR+ (aprovação/novidade) e SR- (alívio de exclusão), esclarecendo a persistência do padrão. O FOMO expressa-se como fusão cognitiva e esquiva experiencial e incorre na perda de uma vida significativa. Por fim, este estudo refletiu sobre a necessidade de um uso mais consciente da tecnologia.

Keywords: Comportamento, Fear of Missing Out, Mídias Sociais, Tecnologia, Terapia de Aceitação e Compromisso.

Abstract: With the incorporation of technologies into the social fabric, changes in people's behaviors and lifestyles have been observed. Social networks have become widespread forces, a context in which Fear of Missing Out (FOMO) has emerged, a fear of missing out on a particular event. Given this problem, it is worth reflecting on digital relationships. A Scoping Review was conducted using the SciELO, MEDLINE and LILACS databases and a final sample of ten studies was obtained. The aim was to investigate FOMO from the perspective of Behavioral Psychology, with a focus on Acceptance and Commitment Therapy. The aim was also to discuss sociocultural aspects of the phenomenon and determine its relationship with self-esteem and dependence. A collectivist culture contributes to higher levels of FOMO and facilitates problematic use. Higher levels of FOMO arise with lower levels of self-esteem, and both self-esteem and FOMO showed a significant influence on time spent online. It was identified that virtual behavior is maintained by both positive and negative reinforcement, which would explain ambivalent use. FOMO expresses itself as cognitive fusion and experiential avoidance and incurs the loss of a meaningful life. Finally, this study reflected on the need for a more conscious use of technology.

Palavras-chave: Behavior, Fear of Missing Out, Social media, Technology, Acceptance and Commitment Therapy.

Introdução

A partir do surgimento e difusão do acesso à Internet nos anos 1990, o desenvolvimento tecnológico inaugurou mudanças na sociedade e introduziu novas formas de comunicação, interação e informação no cotidiano da população. Dada a capilaridade das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) no tecido social, é percebido que os hábitos, comportamentos e estilo de vida das pessoas sofreram frontalmente suas transformações alimentadas pelas novas possibilidades de acesso, conexão e aplicação.

Nesse cenário, as redes sociais emergiram e tornaram-se forças onipresentes na vida cotidiana dos adolescentes e jovens adultos. A incorporação generalizada de mídias sociais levou a uma crescente quantidade de estudos científicos sobre a relação entre o uso da tecnologia e saúde mental (Buglass *et al*., 2017; Donnelly & Kuss, 2016; Moura *et al*., 2021). As redes sociais são caracterizadas como fornecedoras abundantes de informação e oferecem fácil acesso a informações em tempo real sobre as atividades, eventos e conversas que estão ocorrendo (Przybylski *et al*., 2013).

Nesse contexto de atualizações contínuas, cresceu o interesse de pesquisadores sobre um fenômeno recente, o Medo de Perder ou *Fear of Missing Out* (FOMO). O FOMO é compreendido como "uma apreensão generalizada de que outros possam estar tendo experiências gratificantes das quais alguém está ausente" (Przybylski., *et al*. 2013, p. 1841). Esse estado psicológico representa a ansiedade, preocupação ou angústia vivenciadas pelas pessoas que estão fora de contato com experiências e eventos satisfatórios que ocorrem em seu círculo social. As pessoas sentem-se ansiosas de que outras pessoas estejam levando vidas muito mais interessantes e socialmente desejáveis (Przybylski *et al*., 2013).

Para reduzir os sentimentos negativos da falta de informações como frustração, sintomas de estresse e desconforto[1] (Milyavskaya *et al*., 2018; Stead & Bibby, 2017), pessoas com níveis elevados de FOMO, podem se envolver em uma verificação constante de redes sociais. No início, isso pode funcionar para obter uma experiência de alívio, mas, a longo prazo, pode desenvolver um uso viciante, envolvendo saliência, tolerância e abstinência (Dempsey *et al*., 2019).

O uso problemático de mídia social diz respeito ao uso incontrolável e intenso de mídias sociais, com apresentação de sintomas semelhantes ao vício comportamental e deteriorando aspectos da vida diária, social e profissional (Andreassen *et al*., 2014; Kuss & Griffiths, 2017; Sun & Zhang, 2021). Para fins didáticos, nesta pesquisa adotamos os termos uso problemático, adição, dependência e vício, como sinônimos para uso incontrolável das redes sociais.

Indivíduos com baixa autoestima experimentam sentimentos de desamparo, maior ansiedade social, isolamento e medo de serem excluídos (De Jong *et al*., 2012; Goswick & Jones, 1981; Kim, 2022) e a baixa autoestima pode ser um fator de risco para diferentes formas de vício (Gori *et al*., 2021). Além disso, pesquisas já destacaram que a diminuição da autoestima pode levar a um provável ciclo prejudicial de uso de redes sociais inspirado no FOMO (Buglass *et al*., 2017).

Dessa forma, pretende-se investigar o fenômeno do FOMO a partir do estofo teórico da Análise do Comportamento e de sua filosofia subjacente, o Behaviorismo Radical. Diferentemente das produções científicas até o presente momento (Buglass *et al*., 2017; Fioravanti *et al*., 2021; Hunt *et al*., 2018; Moura *et al*., 2021), busca-se discutir aspectos culturais e sociais do FOMO. E busca-se realizar uma discussão do FOMO em relação à realidade brasileira, visto a escassez de estudos com essa temática em contexto nacional e que o país desponta como o terceiro maior consumidor global de redes sociais, o equivalente a 131,5 milhões de pessoas (Veronesi, 2023).

1 Este trabalho utiliza termos que remetem a processos internos em razão do enquadramento terapêutico adotado da Terapia de Aceitação e Compromisso. A escolha conceitual contribui com o esforço de situar o FOMO dentro de referenciais terapêuticos comportamentais. O admite como um rótulo descritivo de um conjunto funcional (respostas de verificação/monitoração de redes) governado por regras ("preciso estar atualizado") e mantido diferencialmente por reforçamento positivo e negativo no contexto digital, estabelecendo um padrão de esquiva experiencial. Esse padrão restringe o contato com valores e reduz o engajamento em atividades de significado escolhido.

Compreende-se que tal temática é atual e ubíqua, dado que, globalmente, mais de 3,8 bilhões de pessoas no mundo (49% da população mundial) são usuários ativos de mídia social (Kemp, 2020). Além disso, o FOMO tem sido consistentemente apresentado como um preditor significativo do uso problemático de mídia social (Blackwell *et al*., 2017; Dempsey *et al*., 2019; Liu & Ma, 2019) e dependência no seu uso (Kuss & Griffiths, 2017). Frente a isso, é peremptório que a pesquisa sobre o FOMO é justificada, visto as inúmeras associações negativas com ele, incluindo a gravidade dos transtornos mentais como a ansiedade e depressão (Elhai *et al*., 2016; Oberst *et al*., 2017).

Isto posto, este estudo coloca em enfoque as repercussões do FOMO na saúde dos usuários de mídias sociais. Compreende-se que investigar a ansiedade e angústia de sentir-se excluído de interações sociais satisfatórias nas redes sociais possibilita ir mais a fundo no mal-estar da cultura contemporânea gerado pela imposição de manter-se atualizado e portar o máximo de informações. A execução da pesquisa poderá promover doravante implicações para a prática clínica, despertar discussões importantes sobre as relações disfuncionais que podem ser construídas com esses aparatos e comportar reflexões necessárias sobre os enredos futuros da tecnologia em relação à saúde mental. Diante do exposto, o objetivo geral deste estudo é investigar o fenômeno do FOMO nas redes sociais a partir do referencial teórico da Análise do Comportamento (AC) e da Ciência Comportamental Contextual (CCC). Para os objetivos específicos, pretende-se investigar a construção de repertórios individuais relacionados ao FOMO a partir dos pressupostos teóricos da Análise do Comportamento e da perspectiva da Terapia de Aceitação e Compromisso, discutir aspectos culturais e sociais associados ao fenômeno e determinar a relação entre FOMO, autoestima e dependência de Internet.

Método

Esta pesquisa trata-se de uma revisão de literatura de escopo, de natureza qualitativa e abordagem exploratória, realizada com o intuito de oferecer uma visão geral do fenômeno emergente do FOMO e mapear seus principais conceitos na literatura. Compreende-se como uma revisão de escopo, a síntese de uma pesquisa que busca mapear o corpo de literatura sobre um determinado tópico ou área

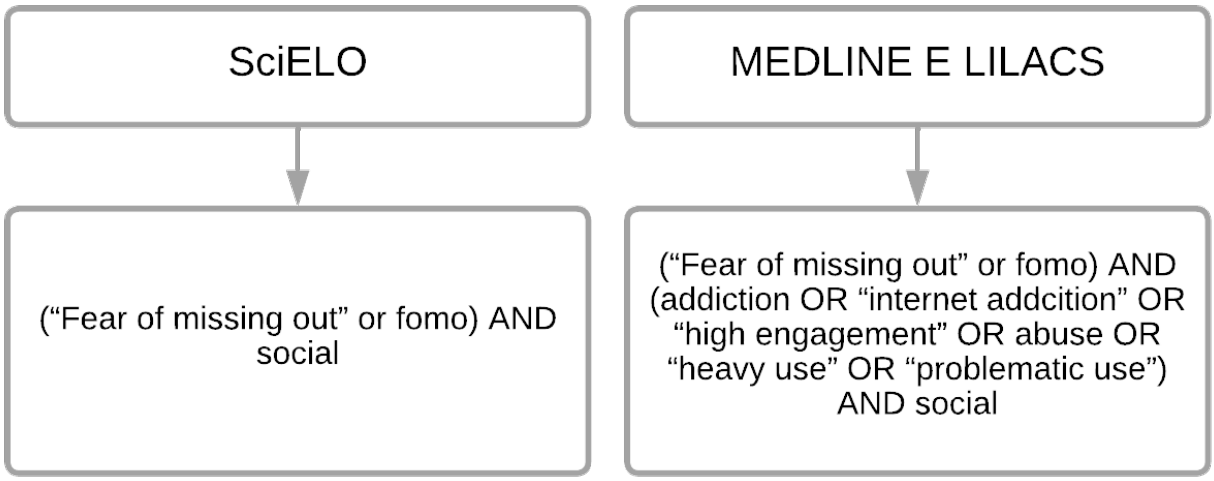

Figura 1. Combinações de descritores usados em cada base de dados

Fonte: Elaborada pelos autores.

de pesquisa e favorecer a identificação de conceitos-chave, lacunas na pesquisa e tipos e fontes de evidências para informar a prática e a formulação de políticas e pesquisa (Daudt *et al*., 2013).

A pergunta de partida para a busca nas bases eletrônicas foi "Quais são as definições na literatura científica do Fear of Missing Out nas redes sociais e suas relações com autoestima e adição à Internet?". A seleção das palavras-chave para o algoritmo de busca foi executada através de consulta no vocabulário controlado da American Psychological Association (APAPSYCNET). Nela foram obtidos os descritores para a condução da busca: "FOMO", "redes sociais", "autoestima" e "adição à Internet" e seus correspondentes na língua inglesa "social media", "self-esteem" e "addition to the Internet".

A coleta dos artigos se deu nas bases de dados da *Scientific Electronic Library Online* (ScieLO), *Medical Literature Analysis and Retrievel System Online* (MEDLINE), Literatura Latino Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS) (Acessos através da plataforma BVS-Brasil) no período de agosto a setembro de 2023. Dada a novidade do fenômeno, não houve restrição temporal e não foi selecionado assunto nas bases consultadas para que fosse possível alcançar o maior número de estudos. Na figura 1 a seguir, são apresentados os dois algoritmos que foram utilizados para a execução das buscas nas bases SciELO, MEDLINE e LILACS.

Esta revisão incluiu estudos na língua inglesa, portuguesa e espanhola. Quanto ao tipo, optou-se no corpus de análise, pesquisas de cunho descritivo e exploratório e de natureza qualitativa, quantitativa e mista. Quanto aos critérios de inclusão adotados, foram (1) pesquisas que discutissem o FOMO enquanto variável relacionada a transtornos mentais (2) pesquisas que relacionassem o FOMO à dependência de redes sociais, seu uso problemático, autoestima e outras variáveis psicológicas (3) pesquisas que apresentassem características individuais do FOMO e (4) pesquisas que discutissem aspectos socioculturais do país em que foram elaboradas.

Quanto aos critérios de exclusão definidos, levou-se em consideração o tipo de publicação, no qual se excluiu do corpus de busca e análise, (1) ensaios e pesquisas eminentemente teóricos e revisões de literatura, (2) pesquisas que apresentassem o FOMO em contextos que não fossem os das redes sociais e (3) pesquisas que não discutissem a relação do FOMO com a saúde mental.

Na construção da pesquisa, seguiu-se as cinco fases para a condução de uma revisão de escopo, conforme as diretrizes de Arksey e O'Malley (2005), dispostas a seguir: (1) identificar a questão da pesquisa, (2) identificar estudos relevantes, (3) selecionar estudos, (4) mapear os dados e (5) reunir, resumir e relatar os resultados. Não foi realizada a última etapa do "exercício de consulta", opcional na estrutura de revisões de escopo.

Para a seleção das pesquisas, efetuou-se o processo de leitura dos títulos, seguido por resumo e triagem de texto completo. Foi examinado o texto completo dos artigos potencialmente relevantes. A triagem ocorreu em duas fases, na primeira apenas o título e o resumo das pesquisas obtidas na busca, foram revisados. Assim, se excluiu da amostra, os estudos que não discutissem o FOMO. Em seguida, foram excluídos os artigos em texto completo que não apresentaram o FOMO correlacionado ao uso viciante de redes sociais e que não identificaram as características socioculturais dos países em que a pesquisa foi realizada. Na segunda fase, em que ocorreu a caracterização dos dados, os artigos que se adequaram ao escopo da pesquisa, tiveram informações extraídas relativas a partir do ano de publicação, método adotado, país de elaboração de pesquisa e principais resultados.

A pesquisa teve como base a estrutura de Arksey e O'Malley (2005) e Levac *et al*. (2010). Além disso, foi desenvolvida em conformidade com os principais itens recomendados pelo Joanna Briggs Institute para revisões de escopo (Peters *et al*., 2015). Para a análise dos dados, foi realizada uma análise temática por agrupamento. Foram extraídos os dados que apresentaram o conceito de FOMO, autoestima e dependência de Internet. Posteriormente, foram reunidos os dados culturais das pesquisas incluídas para realizar uma análise cultural do FOMO. Por fim, efetuou-se uma intersecção com os pressupostos teóricos da Análise do Comportamento e com a perspectiva da Terapia de Aceitação e Compromisso, de modo a analisar funcionalmente o fenômeno e compreendê-lo como processos de inflexibilidade psicológica.

Resultados

Na figura 2 a seguir, é apresentado o fluxograma que ilustra todo o processo de busca. Nela, está exposta a triagem e elegibilidade dos estudos para a construção do corpus de análise desta pesquisa.

Finalizado o processo de busca, obteve-se dez pesquisas ao todo, sendo a mais antiga desenvolvida no ano de 2020 e a mais recente no ano de 2023. O ano que apresentou mais pesquisas foi o de 2021. Quanto ao local em que as pesquisas foram desenvolvidas, houve maior concentração no continente europeu, no qual quatro pesquisas foram realizadas na Itália, sendo o país com mais pesquisas na amostra. No mesmo continente, a Alemanha seguiu com duas pesquisas. O continente asiático fora o segundo com maior concentração de pesquisas, pois a China figurou com duas pesquisas e a Indonésia com apenas uma. Na América do Norte, o Canadá registrou duas pesquisas. Quanto à América Latina e à África, não houve nenhuma pesquisa encontrada.

No que diz respeito às amostras utilizadas, houve o total de 14.715 sujeitos recrutados, com uma faixa de idade de 8 a 81 anos, tendo uma maior prevalência de sujeitos do sexo feminino, representando 53,7% (n=7.899,7) do total, enquanto o sexo masculino representou 46,3% (n=6.811,3) e três não informaram o gênero e um era outro. A maioria dos participantes eram jovens adultos, estudantes universitários, pessoas com diploma escolar e universitário, pessoas empregadas, seguido de adolescentes que eram estudantes do ensino médio. A maioria das pesquisas recrutou pessoas jovens e que eram usuárias de redes sociais.

Em relação aos construtos presentes nas pesquisas, observou-se que todas as dez pesquisas apresentaram construtos associados ao FOMO. O construto mais prevalente nas amostras foi a dependência de redes sociais, figurando cinco pesquisas ao todo (Adorjan & Ricciardelli, 2021; Quaglieri *et al.*, 2021; Li *et al.*, 2021; Rottinger *et al.*, 2021; Varchetta *et al.*, 2020); Uso problemático de redes sociais foi registrado em duas pesquisas (Gori *et al.*, 2023; Servidio *et al.*, 2022); uma pesquisa investigou o FOMO juntamente com a depressão (Leung *et al.*, 2021); uma discutiu acerca da saúde geral relacionada ao FOMO (Kaloeti *et al.*, 2021). Já uma pesquisa avaliou a produtividade sob influência do FOMO (Rozgonjuk *et al.*, 2020).

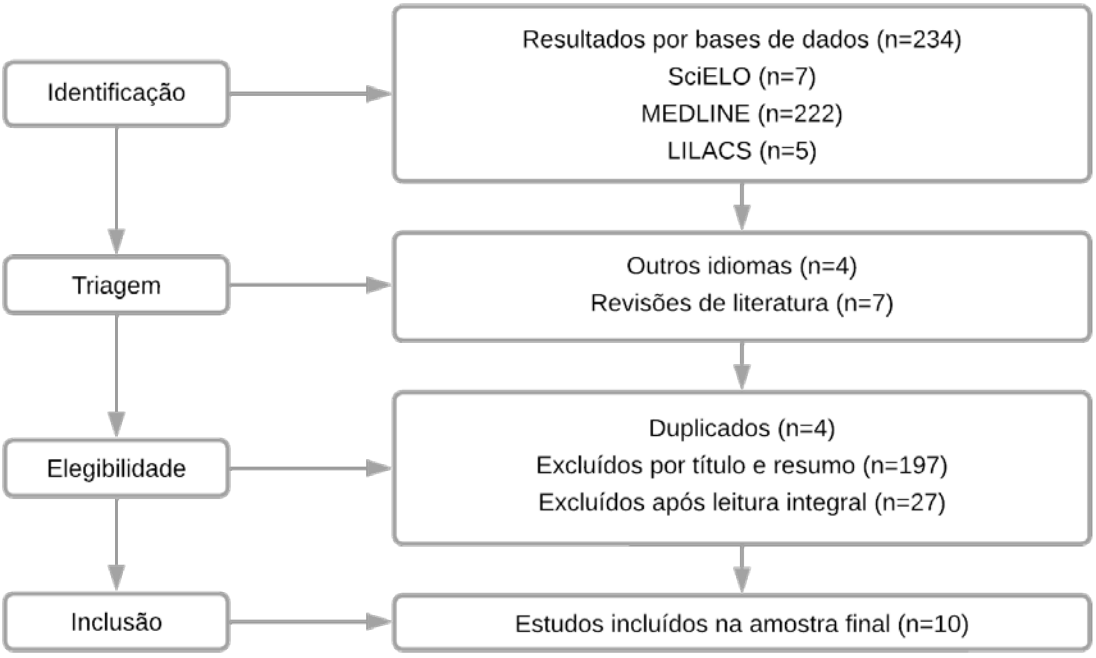

Figura 2. Fluxograma do processo de seleção das pesquisas

Fonte: Elaborada pelos autores.

Quadro 1. Pesquisas recuperadas na amostra final da revisão

Autor/ano	Local	Amostra (total)	Sexo Feminino	Sexo Masculino	Faixas de idade
Varchetta *et al.* (2020)	Itália	306	152	154	18 a 30 anos
Gori, Topino e Griffiths (2023)	Itália	470	140	330	18 a 81 anos
Servidio *et al.* (2022)	Itália	405	288	114	19 a 43 anos
Li, Huang e Dou (2021)	China	2.886	1.501,9	1.384,1	8 a 27 anos
Kaloeti, Kurnia e Tahamata (2021)	Indonésia	638	429	209	16 a 24 anos
Leung *et a*l. (2021)	China	760	511,8	248,2	18 a 33 anos
Adorjan e Ricciardelli (2021)	Canadá	115	67	48	13 a 19 anos
Quaglieri *et al.* (2021)	Itália	397	274	122	18 a 35 anos
Rottinger *et al.* (2021)	Alemanha	7.990	4.124	3.866	16 a 54 anos
Rozgonjuk *et al.* (2020)	Alemanha	748	412	336	12 a 79 anos

Fonte: Elaborada pelos autores.

A maioria das pesquisas buscou compreender variáveis de interesse relacionadas ao FOMO e ao uso prejudicial de redes sociais. Especificamente verificar até que ponto o FOMO pode prever o aparecimento de sintomas de dependência (Varchetta *et al.*, 2020); Avaliar as associações entre estilos de apego e uso problemático de mídias sociais, considerando o papel da autoestima, do FOMO e do tempo gasto nas redes sociais nessas associações (Gori *et al.*, 2023); Examinar por que alguns indivíduos passam mais tempo *online* nas redes sociais, resultando em sintomas de dependência comportamental (Servidio *et al.*, 2022); Examinar as propriedades psicométricas da escala FOMO de Przybylski no contexto chinês (Li *et al.*, 2021) e entre a população de adolescentes indonésios (Kaloeti *et al.*, 2021); Compreender os mecanismos de como o uso de redes sociais está relacionado aos sintomas de depressão e examinar os papéis mediadores da autoestima e do FOMO (Leung *et al.*, 2021); Investigar as atitudes e experiências dos jovens *online*, sublinhando o que é viciante e potencialmente prejudicial em relação às redes sociais e como elas atuam, na maioria das vezes, para aumentar as ansiedades (Adorjan & Ricciardelli, 2021); Investigar as relações entre Vício em Internet e variáveis como dependência de mídias sociais, FOMO, dificuldades na regulação emocional e traços de personalidade (Quaglieri *et al.*, 2021); Examinar o FOMO com relação a Atividades na Internet (Rottinger *et al.*, 2021); Determinar se

WhatsApp, Facebook, Instagram e os transtornos de uso do *Snapchat* medeiam a relação entre o FOMO e o impacto do uso das mídias sociais na vida diária e na produtividade (Rozgonjuk *et al*., 2020).

No Quadro 1 a seguir, são apresentadas todas as pesquisas recuperadas na busca que constituem o corpus de análise desta pesquisa conforme o local de elaboração, tamanho e sexo da amostra, assim como a faixa de idade de cada uma.

Discussão

Análise cultural

Os presentes resultados apontam uma produção muito limitada de publicações sobre o FOMO em diferentes países, sobretudo no Brasil, que não esteve presente na amostra de pesquisas selecionadas. A maioria das pesquisas concentrou-se no continente europeu. Cabe citar que o conceito de FOMO, nasceu inicialmente nesse contexto ocidental. Por outro lado, o contexto oriental esteve em segundo lugar na quantidade de pesquisas. Os antecedentes culturais do Oriente são principalmente coletivistas e o estudo de Servidio *et al.* (2022) sugeriu que indivíduos que vivem em uma cultura coletivista tendem a desenvolver um self interdependente e relatam menor satisfação com a vida em comparação com indivíduos de culturas individualistas (Dogan, 2019).

Servidio *et al*. (2022) apontou que uma autoconstrução interdependente foi positivamente correlacionada ao FOMO, que foi associado a um maior uso problemático de redes sociais. Sujeitos com níveis mais elevados de autoconstrução interdependente preocupam-se mais com avaliações negativas, sentem mais medo de perder as últimas notícias sobre os outros e estão, subsequentemente, mais propensos a usar excessivamente as redes sociais (Kim *et al.*, 2010). O self interdependente reforçaria o FOMO, que facilita o uso problemático das redes sociais. O FOMO pode funcionar como um mecanismo de controle interno, em que o sujeito protege seu bem-estar e busca autoestima (Servidio *et al*., 2022). Nesse sentido, observa-se o papel da cultura coletivista para o desenvolvimento de um self interdependente e para níveis maiores de FOMO, enquanto o self independente está negativamente associado com o FOMO.

O estudo de Leung *et al*. (2021) mostrou que o uso de redes sociais foi positivamente correlacionado à depressão em uma população chinesa. O estudo discutiu como o contexto cultural pode desempenhar um papel importante para os meios de comunicação social e na interpretação da ligação social de um povo, pois a população chinesa enfatiza a ligação social e o valor comunitário. Nesse sentido, as descobertas do estudo acerca do FOMO e da autoestima como mediadores de sintomas depressivos passam a ser melhor contextualizados, pois ter informações sobre o que os outros estão fazendo e como os outros se valorizam possui outro sentido nessa cultura. No caso do Brasil, o sentimento do FOMO se expressa de forma elevada em estudantes universitários e há uma necessidade de checar as redes sociais quando está sozinho. Como são redes que permitem interação ativa, sugere-se que o FOMO surge como escapismo à solidão entre os jovens (Pêgo *et al*., 2022). É possível que os estudantes universitários brasileiros sintam FOMO quando não há sensação de pertencimento e como forma de manter a sensação de conexão, afetando sua qualidade de vida e bem-estar. Em consonância com um estudo recente realizado em contexto brasileiro, observou-se que quanto mais o sujeito possui a necessidade de aprovação e pertencimento, menos ele tende a sentir- se satisfeito com a própria vida e sentir afetos positivos (Martins *et al*., 2023).

Fatores sociodemográficos

Os resultados também sugerem que o FOMO está mais presente em adolescentes e jovens adultos. No caso dos adolescentes, o estudo de Adorjan e Ricciardelli (2021) revelou que, depois de perguntar a um grupo se eles poderiam viver sem redes sociais por uma semana, uma adolescente respondeu "talvez se todos fizessem isso". Isso sugere que o vício em redes sociais não provém principalmente da tecnologia, mas sim do reforço social *online* e da ansiedade associada ao julgamento dos pares (Adorjan & Ricciardelli, 2021). No entanto, o estudo de Li *et al.* (2021) apontou a possibilidade de que os adultos se sintam desconectados da sociedade por não entenderem "piadas" e também tenham medo de serem excluídos do grupo.

Observa-se uma maior prevalência de pessoas recrutadas do sexo feminino, de modo que o es-

tudo de Rozgonjuk *et al.* (2020) demonstrou que as mulheres têm níveis mais altos de transtornos no uso de redes como WhatsApp e Instagram, bem como impactos na vida diária e produtividade devido ao uso das redes sociais. Apoiando os achados, o estudo brasileiro da Pêgo *et al.* (2021) também indicou as mulheres como o grupo mais suscetível ao FOMO. Foi demonstrado que elas são mais propensas do que os homens a usar as redes sociais para se comunicar (Krasnova *et al.*, 2017). Adorjan e Ricciardelli (2021) também demonstraram que o vício tecnológico foi esmagadoramente declarado por esse grupo. Diante disso, há um grau mais alto de expressão do fenômeno no sexo feminino, uma vez que as redes sociais podem reforçar estereótipos de gênero, pressionando as mulheres a seguirem determinados padrões, alterando a percepção do próprio corpo e afetando sua saúde mental e física (Jackson *et al.*, 2001).

FOMO, autoestima e dependência

O estudo de Gori *et al.* (2023) apresentou que níveis mais baixos de autoestima foram associados a níveis mais elevados de uso problemático de mídias sociais. Sujeitos com níveis mais elevados de FOMO têm níveis mais baixos de autoestima (Buglass *et al.*, 2017). O que poderia explicar os níveis mais baixos de autoestima é uma maior necessidade de aprovação e maior sensibilidade à inclusão social que os sujeitos com níveis mais altos de FOMO vivenciam (Lai *et al.*, 2016). E o que poderia explicar um aumento no uso de redes sociais é o desejo de conexão social sem expor-se a um risco de rejeição e vulnerabilidade (Weaver & Swank, 2021), uma vez que pessoas com baixa autoestima encontram abrigo na rede social, a qual permite que controlem quais aspectos pessoais querem tornar públicos (Servidio, 2023).

Sujeitos com autoestima elevada tendem a ter um uso equilibrado da tecnologia, lidar de forma positiva com situações de estresse e desenvolver uma atitude positiva em relação à vida (Servidio *et al.*, 2018), enquanto a baixa autoestima, assim como com outros comportamentos de vício, associa-se ao vício em Internet e uso compulsivo de redes sociais (Andreassen *et al.*, 2017).

Tanto a autoestima como o FOMO mostraram uma influência significativa no tempo gasto nas redes sociais, que por sua vez foi significativa e positivamente associada ao uso problemático das redes sociais. Sujeitos com baixa autoestima e FOMO podem usar a mídia social para terem confirmação e envolvimento com outras pessoas, gastando, assim, mais tempo nessas plataformas, tendo o uso problemático (Gori *et al.*, 2023).

Altos níveis de dependência de redes sociais são relacionados à baixa percepção de satisfação das necessidades psicológicas básicas e baixa autoestima (Varchetta *et al.*, 2020). O estudo de Quaglieri *et al.* (2021) sugeriu que dificuldades de gerir emoções negativas podem prever o uso problemático de Internet.

A transição do uso normal para o uso problemático das redes sociais ocorre quando o sujeito começa a vê-los como um mecanismo importante ou mesmo exclusivo para aliviar a solidão e o estresse (Xu & Tan, 2012). E, conforme o estudo de Rottinger *et al.* (2021) também apontou, os sujeitos verificam suas redes sociais com mais frequência para manter um efeito positivo no seu humor, mas o aumento no uso a longo prazo pode fazê-los apresentar sintomas de preocupação, perda de controle e conflitos.

Voltando o foco de investigação para uma rede específica, Kaloeti *et al.* (2021) descobriram que o usar o Instagram tende a experimentar o FOMO. A popularidade da rede corre o risco de se tornar problemática para alguns usuários (Kuss; Griffiths, 2017). Os sujeitos com maior medo de perder têm boas atitudes no Instagram, seguem mais contas e têm uma tendência mais forte ao vício em redes sociais (Moore & Craciun, 2020).

Análise Funcional do FOMO

O medo de perder (FOMO) foi definido como o medo do sujeito que outras pessoas estejam se divertindo sem ele (Przybylski *et al.* 2013). O FOMO não é um fenômeno unitário, mas sim uma construção complexa que reflete tanto uma predisposição do sujeito quanto uma cognição específica em relação ao medo de perder um determinado evento (Wegmann *et al.* 2017).

O termo comportamento refere-se a uma ação em um contexto, seja o comportamento aberto, emocional ou cognitivo. Comportamento não é o mesmo que movimento ou ações públicas observáveis. É uma atividade que qualquer pessoa e, às vezes, ape-

nas uma pessoa, pode observar, predizer e influenciar, excluindo ações hipotéticas que ninguém pode detectar de forma direta (Hayes *et al.*, 2021).

Lendo o FOMO a partir dos pressupostos da Análise do Comportamento, compreende-se o comportamento de permanecer continuamente conectado às redes sociais pelo medo de perder, como reforçamento negativo. O reforço negativo é uma consequência para o comportamento do sujeito que aumenta sua probabilidade de ser emitido novamente devido a retirada de um estímulo aversivo, ou seja, desagradável. Para aliviar a ansiedade de estar excluído de algo, o sujeito tem a manutenção desse comportamento de verificação das redes sociais. Todavia, o engajamento gera ainda mais a apreensão de estar excluído, pois apenas reforça negativamente o comportamento do sujeito, fazendo com que, ao conseguir aliviar o FOMO, gere FOMO novamente.

Todavia, a verificação constante também ocorre devido a grande disponibilidade de reforçadores positivos das redes sociais. O reforço positivo é uma consequência para o comportamento do sujeito que aumenta a probabilidade da sua ocorrência novamente em contexto semelhante. O sujeito com FOMO, ao buscar estar atualizado sobre as atividades dos outros, também encontra nas redes sociais consequências reforçadoras na forma de interações, *likes* e comentários e no próprio conteúdo consumido, tornando a experiência *online* prazerosa e mantida por mais tempo. Essa afirmação pode explicar por que os sujeitos abrem as redes sociais mesmo não havendo notificações, pois permanecem em busca da gratificação que o ambiente *online* oferece (perfis, postagens, marcas, memes e etc.).

Dessa forma, as redes sociais configuram-se como meios de ter acesso a reforço social e diminuem as consequências aversivas do contato direto de interações face-a-face, tornando a expressão e comunicação mais reforçadoras. O desejo de permanecer continuamente conectado ao que os outros estão fazendo (Przybylski *et al.*, 2013), se expressa pela conexão social ser positivamente reforçada nesse contexto. E, ao manter-se atualizado de tempos em tempos, o sujeito passa a ter a sensação de que pode estar "perdendo algo importante", ou seja, algo reforçador para ele.

As redes sociais são desenvolvidas para serem potencialmente viciantes, pois não apenas oferecem uma disponibilidade generalizada de reforçadores, como esses são imediatos e com baixo custo de resposta, de modo que é possível ter acesso ao que se procura com a ação de um clique. No entanto, esse uso pode passar a ter caráter compensatório de necessidades psicológicas, fazendo com que os comportamentos *online* tenham uma função reforçadora negativa e os reforçadores positivos sejam mais excessivamente e impulsivamente procurados, o que, consequentemente, pode gerar dependência. Essa compreensão do comportamento virtual sendo mantido tanto por reforçamento positivo quanto negativo, explicaria os sentimentos de ambivalência que as redes sociais geram em seus usuários, pois ao mesmo tempo que oportunizam janelas de conhecimento e comunicação, também podem ter mais de uma função no cotidiano das pessoas.

FOMO como processos de inflexibilidade psicológica

Adentrando na visão da Ciência Comportamental Contextual, a Terapia de Aceitação e Compromisso ou ACT (do inglês *acceptance and commitment therapy*) é uma abordagem de desenvolvimento científico. A ACT propõe um modelo de flexibilidade psicológica que compreende a dor como uma consequência natural da vida e que os sujeitos sofrem desnecessariamente quando possuem um nível geral de rigidez que os impede de adaptação (Hayes *et al.*, 2021).

O objetivo geral da ACT é promover a flexibilidade psicológica, a qual significa aceitar os eventos encobertos desagradáveis (sentimentos, sensações, pensamentos e memórias) para manter ou mudar ações importantes para o sujeito (Saban, 2015). Busca-se o contato com eventos privados (aceitação); menor controle verbal (desfusão cognitiva); sensibilidade às contingências em vigor (contato com o momento presente); estabelecimento de uma relação hierárquica entre o Eu e seus comportamentos (senso de Self-como-contexto); clareza do que é importante para si (valores); e engajamento em atitudes condizentes com os valores (ação comprometida) (Assaz, 2019).

O FOMO pode ser entendido como um fenômeno contemporâneo no qual há a expressão de dois processos de inflexibilidade psicológica: fusão

cognitiva ("não posso perder nenhum evento" ou "estou perdendo experiências gratificantes") e esquiva experiencial da apreensão de estar perdendo (adiamento de tarefas/sono e scrolling compulsivo). Pessoas que estão fusionadas às próprias cognições provavelmente irão ignorar a experiência direta do seu comportamento e se tornarão relativamente alheias às influências do ambiente (Hayes *et al.*, 2021). Nesse sentido, pessoas que apresentam FOMO, irão ter a perda da própria experiência pela instrução de não poder perder a experiência do outro. Há uma diminuição no prazer da experiência do presente e um aumento no prazer esperado da experiência perdida (Rifkin *et al.*, 2015).

No ciclo do sofrimento, também há a esquiva experiencial, uma consequência imediata da fusão com essas instruções mentais que incentivam a supressão ou eliminação de experiências potencialmente estressantes (Hayes *et al.*, 2021). A esquiva experiencial surge, então, como uma consequência previsível da fusão cognitiva, do domínio das regras verbais (Sá, 2012). Como consequência da narrativa cognitiva de não perder, a esquiva experiencial surge como forma de impedir que o sujeito se sinta excluído.

Quando ocorre identificação com a narrativa cognitiva, os eventos encobertos são levados muito a sério e os sujeitos sofrem além do necessário (Saban, 2015). No contexto do FOMO, alguns exemplos seriam "*tenho que estar sempre conectado com o que ocorre nas redes sociais*" ou "*não posso ser o último a saber dessa informação*". Diante disso, os sujeitos passam a ter um repertório comportamental restrito e perdem o contato com o resultado direto de suas ações.

Quando as pessoas estão engajadas em esquiva experiencial, elas ficam sob controle aversivo. Ou seja, estão tentando evitar, suprimir ou escapar de pensamentos, sentimentos, lembranças ou sensações corporais. Pode tornar-se dominante um ciclo de esquiva, em que há mais necessidade de manter a esquiva à medida que aumentam os efeitos colaterais, como declínio de relações, sonhos e esperanças (Hayes *et al.*, 2021). É a partir desse processo, que o FOMO aumenta como forma de lidar com as consequências produzidas pela própria síndrome, mas que caracterizam um comportamento restrito e que sobrecarrega os processos atencionais flexíveis.

O padrão de esquiva experiencial tende a sobrecarregar processos atencionais flexíveis. Quando os sujeitos não conseguem estar no momento presente fluida e voluntariamente, tornam-se mais vulneráveis a ruminação, depressão e ansiedade (Hayes *et al.*, 2021). Isso pode explicar por que o FOMO já foi associado a transtornos mentais como a ansiedade e depressão (Leung *et al.*, 2021; Moura *et al.*, 2021), tendo-se em vista que ele torna os usuários alvos fáceis de psicopatologias.

Pessoas com alto FOMO são rigidamente apegadas a uma visão de self impraticável, pois o sujeito nunca poderá evitar completamente a possibilidade de estar perdendo, principalmente considerando a instantaneidade dos conteúdos das redes sociais e da própria dinâmica de produção e compartilhamento céleres da contemporaneidade. Há um sentimento de constante perda de controle do que está acontecendo, o que impede a associação da ação às consequências escolhidas, impedindo ações que estejam baseadas nos valores.

Os valores são construções verbais globais de consequências que o sujeito deseja em sua vida. Definem-se como direcionamentos de ações e suas características são: abertura para a vulnerabilidade, vitalidade, escolha e orientação pelo momento presente (Saban, 2015). Na busca de igualar-se ao estilo de vida cotidianamente influenciado pelas redes sociais, há um desencontro e incongruência com o que é concebido como importante e valorativo para o sujeito. Quando as pessoas perdem contato com os valores, seu comportamento é controlado pela conformidade social (Hayes *et al.*, 2021), o que se expressa nas tentativas de agradar aos outros nas redes sociais, acompanhar atualizações e seguir determinados padrões de comportamento, ou pela esquiva.

FOMO e contemporaneidade

Cabe refletir o espaço que o FOMO adquire na contemporaneidade, visto que trata-se de um fenômeno relativamente jovem na literatura e porque nunca houve antes maior estimulação de informações e exposições e, portanto, nunca houve antes tantas possibilidades de se estar perdendo e desconectado. Trata-se de um fenômeno essencialmente paradoxal, pois para não perder, abre-se mão de perceber e viver. O FOMO, sob a rigidez de não perder as

gratificações, incorre na perda de uma vida significativa e da conexão com os próprios valores, pela máxima de que o outro esteja tendo uma vida mais significativa e da qual ele não faz parte. Tem-se uma busca pelos momentos que não estão acontecendo com o próprio sujeito e, nessa armadilha, perde-se a conexão com o presente.

Posto assim, o FOMO constitui-se não apenas como um medo de não saber e de não estar incluso, mas um medo mais primordial e contemporâneo de que a vida esteja escapando. Não sem motivo, os sujeitos contemporâneos observam a passagem do tempo como a perda da experiência, como se não tivessem vivido o que ocorreu nos últimos meses, porque uma vida significativa sempre parece ser a exposta nas mídias sociais. Como resultado dessa incoerência com o viver, escapar para o mesmo lugar parece ser o mais fácil e mais confortável.

A sensação de perder uma atividade ou uma experiência social gratificante, associa-se a um interesse ansioso aumentado pela dinâmica de produção e consumo de informações da contemporaneidade, em que as redes sociais têm sustentação (Buglass *et al.*, 2017). Independentemente de serem vidas altamente editadas e com inclinações positivas, a comparação social surge e o sujeito fica mais distante de se conectar com os aspectos mais reais e falhos da vida. A imposição invisível é a de ser visto e ser conhecido, não basta mais o valor da experiência em si, mas o valor social que ela adquire quando compartilhada. O compartilhamento tornou-se não parte da experiência, mas a experiência própria.

De forma tétrica, a era digital parece ter se projetado para o afastamento dos valores pessoais, pois na medida em que as pessoas vivem em automação e repetição, a pergunta sobre a vida que desejam construir não é a mais importante. E a facilidade de terem vidas que não são as que desejam e que envolvem um sofrimento desnecessário, torna-se muito maior. O medo, na verdade, não deveria ser o de perder atualizações, mas o de perder-se.

Nesse esteio, é esperado que as pessoas se sintam perdidas, pois é no desconhecimento de si que as leis da conformidade social conseguem estabelecer-se e uma certa homeostase social pode ocorrer. As pessoas aprenderam a temer sua ausência nas experiências compartilhadas, mas não há um contexto favorável para preocuparem-se em ter uma vida com presença ou a desenvolverem tolerância ao desconforto, tédio ou insatisfação.

Além de exemplos extremos de fuga do sofrimento, os sujeitos perderam a capacidade de tolerar até formas menores de desconforto. Estão constantemente procurando distração do momento presente e entreterem-se (Lembke, 2021). Inversamente, na ACT espera-se que a pessoa "acolha o momento", permanecendo atenta a pistas importantes que de outra forma não seriam percebidas. Cada vez mais há o que ser observado, mas a observação de si parece ficar para trás.

O *Feed* de Notícias é projetado com rolagem infinita, sendo uma fonte de reforçamento contínuo e que consegue captar a atenção do usuário por ter conteúdos que funcionam como estímulos discriminativos. Ou seja, a rede sugere postagens que sinalizam um reforçador, algum assunto de interesse do usuário. As pessoas são, nessa lógica, convidadas a acomodaram-se aos próprios padrões comportamentais, pois os dados comportamentais do algoritmo lhe apresentam mais do mesmo e as aproximam dos seus desejos em anúncios. Nunca antes foi tão fácil encontrar o que se deseja e de forma tão instantânea.

É possível se perguntar por que numa época de liberdade, progresso tecnológico e avanço médico, as pessoas parecem estar mais infelizes e com mais dores do que nunca. Talvez o motivo dos sujeitos estarem infelizes seja porque estão dando duro para evitar serem infelizes (Lembke, 2021). Parece ir na contramão a ideia de abrir espaço para a dor e o desconforto, mas, na verdade, é a única direção possível para uma vida bem vivida e orientada pelos próprios valores. Em uma época que as pessoas estão fusionadas à cognição de que a vida não pode ter baixos e engajadas em esquiva experiencial, é bastante compreensível que se sintam perdendo, insatisfeitas e cada vez mais ávidas pela felicidade. Ao mesmo tempo, todos parecem estar tendo vidas melhores do que os outros quando, no entanto, todos estão igualmente sentindo que estão perdendo.

Considerações finais

Diante da virtualização do cotidiano e das redes sociais configurarem-se como ambientes que influenciam o comportamento dos sujeitos, esta pesquisa almejou através de uma revisão de escopo e com

base na perspectiva da Psicologia Comportamental, investigar os repertórios digitais problemáticos a nível cultural e individual do FOMO. O estudo reuniu contribuições teóricas, práticas e sociais. Ele avançou a área ao disponibilizar dados para dar apoio a programas de intervenção e enriqueceu a área clínica por reunir evidências úteis do fenômeno aos profissionais.

Entre os principais achados a nível sociocultural, observou-se o papel de uma cultura coletivista para o desenvolvimento de um self interdependente e para níveis maiores de FOMO, facilitando o uso problemático de redes sociais (Servidio *et al*., 2022). No Brasil, o FOMO aparece entre os jovens como forma de escapar da solidão (Pêgo *et al*., 2022). A nível individual, os resultados encontrados permitiram traçar uma relação entre FOMO, autoestima e dependência. Há uma correlação negativa entre FOMO e autoestima (Buglass *et al*., 2017), pois pessoas com níveis mais baixos de autoestima possuem maior necessidade de aprovação, conexão e pertencimento dos níveis mais altos de FOMO (Lai *et al*., 2016) e gastam mais tempo com as redes sociais, tendo o uso problemático (Gori *et al*., 2023).

Esta pesquisa é a primeira a pensar o FOMO como parte de um todo contemporâneo. Torna-se difícil perceber o FOMO quando ele está inserido em uma dinâmica contemporânea de prazer (e esquiva experiencial), repetição e instantaneidade. Viver no piloto automático é mais fácil porque retira do sujeito as ações de compromisso com os valores, mas uma vida com presença requer disposição para estar mais consciente. Este estudo reflete sobre a necessidade de que as pessoas se tornem mais conscientes do seu uso da tecnologia e se relacionem melhor com ela na medida em que passam a entrar em contato com aspectos desagradáveis e não fazem desse uso uma esquiva experiencial. Trata-se de olhar para o comportamento virtual no cotidiano enquanto ele ocorre, observando os pensamentos e os incômodos no uso das redes sociais.

Quanto às limitações da pesquisa, pode-se destacar a temática incipiente no Brasil e seu terreno pouco explorado. Entretanto, essa limitação também caminha paralelamente com a justificativa da importância de sua execução e não anula os resultados. Percebeu-se poucas pesquisas envolvendo elementos culturais para compreender o fenômeno, o que pode ter limitado o escopo de alcance da busca para uma análise intercultural. Posto isso, recomenda-se para as futuras investigações que sejam feitas mais pesquisas de campo no Brasil e pesquisas com comparações socioculturais para ampliar a discussão dos resultados. Sugerem-se mais pesquisas que discutam a educação sobre comportamento *online* saudável e tempo apropriado nessas mídias.

A vida na contemporaneidade parece passar como os instantes dos *stories*, pois há a sensação de que o tempo passa rapidamente sem ser registrado. É preciso estar aqui por inteiro, e isso significa entrar em contato com a dor, pois não há filtros em uma vida que vale a pena ser vivida e não é difícil chegar à conclusão de que nenhum algoritmo poderá eliminar a dor. Mas, sem fazer desvios da dor inevitável, é possível ter um caminho em que não se perde nada essencial e uma vida extremamente valorosa.

Referências

Adorjan, M., & Ricciardelli, R. (2021). Smartphone and social media addiction: Exploring the perceptions and experiences of Canadian teenagers. *Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie*, *58*(1), 45-64. https://doi.org/10.1111/cars.12319

Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, *64*, 287-293. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006

Arksey, H., O'Malley, L., Baldwin, S., Harris, J., Mason, A., & Golder, S. (2002). *Services to support carers of people with mental health problems*. Social Policy Research Unit.

Assaz, D. A. (2020). *Desfusão cognitva na Terapia de Aceitação e Compromisso (ACT): o processo de mudança clínica*. [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. https://doi.org/10.11606/T.47.2020.tde-24122021-113814.

Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction.

Personality and Individual Differences, *116*, 69-72. https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039

Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, *66*, 248-255. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055

Daudt, H. M., Van Mossel, C., & Scott, S. J. (2013). Enhancing the scoping study methodology: a large, inter-professional team's experience with Arksey and O'Malley's framework. *BMC medical research methodology*, *13*, 1-9. https://doi.org/10.1186/1471-2288-13-48

De Jong, P. J., Sportel, B. E., De Hullu, E., & Nauta, M. H. (2012). Co-occurrence of social anxiety and depression symptoms in adolescence: differential links with implicit and explicit self-esteem?. *Psychological medicine*, *42*(3), 475-484. https://doi.org/10.1017/S0033291711001358

Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive behaviors reports*, *9*, 100150. https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150

Dogan, V. (2019). Why Do People Experience the Fear of Missing Out (FoMO)? Exposing the Link Between the Self and the FoMO Through Self-Construal. Journal of Cross-Cultural Psychology, 50(4), 524-538. https://doi.org/10.1177/0022022119839145

Donnelly, E., & Kuss, D. J. (2016). Depression among users of social networking sites (SNSs): The role of SNS addiction and increased usage. *Journal of Addiction and Preventive Medicine*, *1*(2), 107-113.

Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior,* 63, 509-516. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079

Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Prostamo, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior,* 122, 106839. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839

Gori, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2021). A screening tool for exercise addiction: The psychometric properties of the Italian Exercise Addiction Inventory. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *21*(1), 1-18. https://doi.org/10.1007/s11469-021-00681-1

Gori, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2023). The associations between attachment, self-esteem, fear of missing out, daily time expenditure, and problematic social media use: A path analysis model. *Addictive Behaviors*, *141*, 107633. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107633

Goswick, R. A., & Jones, W. H. (1981). Loneliness, self-concept, and adjustment. *The Journal of psychology*, *107*(2), 237-240. https://doi.org/10.1080/00223980.1981.9915228

Hayes, S. C., Strosahl, K. D., & Wilson, K. G. (2021). *Terapia de Aceitação e Compromisso: O Processo e a Prática da Mudança Consciente.* Artmed Editora.

Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *37*(10), 751-768. https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751

Jackson, L. A., Ervin, K. S., Gardner, P. D., & Schmitt, N. (2001). Gender and the Internet: Women communicating and men searching. *Sex Roles: A Journal of Research,* 44(5-6), 363–379. https://doi.org/10.1023/A:1010937901821

Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexao e Critica*, *34*, 15. https://doi.org/10.1186/s41155-021-00181-0

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, *14*(4), 183-189. https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0061

Kemp, S. (2020, January 30). *Digital 2020: Global Digital Overview*. DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview

Kim, J. H. (2022). Parental support and problematic smartphone use: a serial mediating model of self-esteem and fear of missing out. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(13), 7657. https://doi.org/10.3390/ijerph19137657

Kim, J. H., Kim, M. S., & Nam, Y. (2010). An analysis of self-construals, motivations, Facebook use, and user satisfaction. *Intl. Journal of Human–Computer Interaction*, *26*(11-12), 1077-1099. https://doi.org/10.1080/10447318.2010.516726

Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, *26*(4), 261-284. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.01.004

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, *14*(3), 311. https://doi.org/10.3390/ijerph14030311

Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A., & Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, *61*, 516-521. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.072

Lembke, A. (2022). *Nação dopamina: porque o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar.* Vestígio Editora.

Leung, A. N. M., Law, W., Liang, Y. Y., Au, A. C. L., Li, C., & Ng, H. K. S. (2021). What explains the association between usage of social networking sites (SNS) and depression symptoms? The mediating roles of self-esteem and fear of missing out. *International journal of environmental research and public health*, *18*(8), 3916. https://doi.org/10.3390/ijerph18083916

Levac, D., Colquhoun, H., & O'brien, K. K. (2010). Scoping studies: advancing the methodology. *Implementation science*, *5*(69), 1-9. https://doi.org/10.1186/1748-5908-5-69

Li, Y. Y., Huang, Y. T., & Dou, K. (2021). Validation and psychometric properties of the Chinese version of the Fear of Missing Out Scale. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(18), 9896. https://doi.org/10.3390/ijerph18189896

Liu, C., & Ma, J. L. (2019). Adult attachment style, emotion regulation, and social networking sites addiction. *Frontiers in psychology, 10*(23), 2352. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02352

Martins, G. H., Padilha, S., Piazentim, T. G., & Ambiel, R. A. M. (2023). Relações entre Bem-Estar Subjetivo, Fear of Missing Out e Uso de Redes Sociais. *Psicología desde el Caribe,* 40(1), 97-114.

Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and emotion*, *42*(5), 725-737. https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5

Moore, K., & Craciun, G. (2021). Fear of missing out and personality as predictors of social networking sites usage: The Instagram case. *Psychological reports*, *124*(4), 1761-1787. https://doi.org/10.1177/0033294120936184

Moura, D. F., Moura, H. D. S., Filgueiras, G. D. M. R., Freire, S. E. D. A., Negreiros, F., & Medeiros, E. D. D. (2021). Fear of missing out (FoMO), mídias sociais e ansiedade: Uma revisão sistemática. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, *11*(3), 99-114. https://doi.org/10.26864/pcs.v11.n3.7

Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, *55*, 51-60. https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008

Pêgo, B. F., Lopes, B. C., Santos, G. S., & Rocha, J. S. B. (2021). Prevalência de Fear of Missing Out em estudantes de uma instituição de ensino superior privada do Norte de Minas Gerais: comportamento e bemestar digital no cotidiano universitário. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, 15(1). https://doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2093

Pêgo, B. F., Rocha, J. S. B., & Santos, G. S. (2022). Prevalência De Fear Of Missing Out E Fatores Associados Em Estudantes Universitários: Sociabilidade, Bemestar E Cultura Digital. *Interfaces Científicas-Humanas e Sociais*,

9(3), 410-425. https://doi.org/10.17564/2316--3801.2022v9n3p410-425

Peters, M. D., Godfrey, C. M., Khalil, H., McInerney, P., Parker, D., & Soares, C. B. (2015). Guidance for conducting systematic scoping reviews. *JBI Evidence Implementation*, 13(3), 141-146. https://doi.org/10.1097/XEB.0000000000000050

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, *29*(4), 1841-1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Quaglieri, A., Biondi, S., Roma, P., Varchetta, M., Fraschetti, A., Burrai, J., ... & Mari, E. (2021). From emotional (Dys) regulation to internet addiction: A mediation model of problematic social media use among Italian young adults. *Journal of clinical medicine,* 11(1), 188. https://doi.org/10.3390/jcm11010188

Rifkin, J., Cindy, C., & Kahn, B. (2015). FoMO: How the fear of missing out leads to missing out. *ACR North American Advances*.

Rottinger, D., Bischof, G., Brandt, D., Bischof, A., Orlowski, S., Besser, B., Wegmann, E., Brand, M., & Rumpf, H. (2021). Dispositional and online-specific Fear of Missing Out are associated with the development of IUD symptoms in different internet applications. *Journal of Behavioral Addictions,* 10(3), 747-758. https://doi.org/10.1556/2006.2021.00042

Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association?. *Addictive behaviors*, *110*, 106487. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487

Sá, C. A. A. (2012). *Que processos psicológicos contribuem para a psicopatologia? :relação entre auto-criticismo, fusão cognitiva e evitamento experiencial.* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra]. Repositório científico da Universidade de Coimbra. https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/21781

Saban, M. T. (2015). *Introdução à terapia de aceitação e compromisso.* Artesã.

Schou Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current pharmaceutical design*, *20*(25), 4053-4061.

Servidio, R. (2023). Fear of missing out and self--esteem as mediators of the relationship between maximization and problematic smartphone use. *Current Psychology*, *42*(1), 232-242. https://doi.org/10.1007/s12144-020-01341-8

Servidio, R., Gentile, A., & Boca, S. (2018). The mediational role of coping strategies in the relationship between self-esteem and risk of internet addiction. *Europe's journal of psychology*, *14*(1), 176. https://doi.org/10.5964%2Fejop.v14i1.1449

Servidio, R., Koronczai, B., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2022). Problematic smartphone use and problematic social media use: The predictive role of self-construal and the mediating effect of fear missing out. *Frontiers in Public Health*, *10*(22), 814468. https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.814468

Smith, A., & Anderson, M. (2018, março 1). *Social media use in 2018.* Pew Research Center. http://pewrsr.ch/2F2aKLE

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

Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive behaviors*, *114*, 106699. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699

Varchetta, M., Fraschetti, A., Mari, E., & Giannini, A. M. (2020). Social Media Addiction, Fear of Missing Out (FoMO) and online vulnerability in university students. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, *14*(1), e1187. https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1187

Veronesi, I. (2023, 25 April). Tendências Digitais 2023. *Comscore, Inc.* https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2023/Tendencias-Digitais-2023

Weaver, J. L., & Swank, J. M. (2021). An examination of college students' social media use, fear of missing out, and mindful attention. *Journal of College Counseling*, *24*(2), 132-145. https://doi.org/10.1002/jocc.12181

Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, *5*, 33-42. https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001

Xu, H., & Tan, B. C. Y. (2012). Why do I keep checking Facebook: Effects of message characteristics on the formation of social network services addiction. *Proceedings of the International Conference on Information Systems*, *USA,* 1, 812-823.´ https://aisel.aisnet.org/icis2012/proceedings/ResearchInProgress/31/

Histórico do Artigo

Submetido em: 12/06/2025
Aceito em: 07/11/2025
Editor Associado: Marcelo V. Silveira