

Texto Piergiorgio M. Sandri

Se ha ido de vacaciones. Una semanita en la nieve. En lo alto de la montaña. En un lugar apartado. Muy apartado. Demasiado. Sin cobertura. Su móvil no puede conectarse a internet. Mal asunto. Porque usted, por costumbre, consulta mensajes y redes sociales en cuanto se levanta por la mañana. Además, los correos electrónicos se están acumulando en su cuenta y no sabe qué está pasando no sólo en el mundo, sino en su círculo de amistades más cercano. ¡Ay! Tal vez alguien está organizando un evento al que le hubiera gustado ir. Sus contactos no saben nada de usted. Peor aún: usted no sabe nada de ellos. Y entonces empieza a pensar a todo lo que se está perdiendo. Noticias importantes. Simples chismorreos. Citas decisivas. Un cambio de estatus en el Facebook de alguien. Ante el silencio, se pasa mal. Así que baja corriendo al pueblo para conectarse. Pero es incluso peor: se da cuenta de que sus amigos durante este tiempo se lo han montado bien sin usted, de que hubo un debate en el que estuvo ausente, que no se le ha tenido en cuenta. Y su autoestima baja por los suelos.

Si el cuadro que se acaba de describir le resulta familiar, entonces es probable que usted tenga FOMO. En inglés, significa Fear of Missing Out. Miedo a perder algo (en la red). Este acrónimo ha sido creado por Andrew Przybylski, investigador del Oxford Internet Institute. Victoria Trabazo, psicóloga clínica y forense especializada sobre el tema (Gabinete psicológica.com), recuerda que “no es una terminología científica. No aparece en ningún manual médico. No se enseña en la universidad. No es propiamente un trastorno o algo tipificado como tal. Pero es una terminología que se ha puesto de moda”.

¿Moda? A primera vista, no parece algo nuevo. Desde tiempos inmemorables uno siempre se ha preguntado qué estarán haciendo los vecinos, cuáles son los últimos cotilleos en el trabajo o dónde habrá pasado las vacaciones una determinada persona. Motivados por envidia, celos, curiosidad o simple ganas de participar. “Esto de estar pendiente de lo que hace el otro siempre ha estado presente. Sobre todo en las clases sociales medio altas, donde la apariencia cuenta más. Cuando uno tiene sus necesidades básicas satisfechas, entonces quiere enterarse de qué hacen los demás”, precisa Trabazo.

Pero los expertos aseguran que el fenómeno del FOMO tiene una base diferente. “Puedes sentir la envidia y la frustración de siempre, lo que ocurre es que ahora todo se viraliza más. Por ejemplo, Instagram con las fotos puede causar un auténtico malestar porque no sólo te enteras, sino que ves lo que está haciendo el otro, cuando antes sólo tenías el teléfono fijo de casa”, explica Felipe Romero, psicólogo del consumo y consejero delegado de la consultoría de investigación de mercados The Cocktail Analysis.

En efecto, ahora la tecnología hace que llevemos, por así decirlo, nuestro mundo digital a cuestas. Queremos estar en todo porque *podemos* estar en todo. Y queremos consultarlo todo ya. Cuando esto es imposible, aparece el temido FOMO. Al principio uno se preocupa porque piensa que la gente podría estar pasándose mejor y viendo experiencias más gratificantes que las suyas. De ahí el constante

deseo de estar conectados para saber qué es lo que los demás están haciendo. El resultado es que, entre tantas comparaciones, la vida de uno parece mucho menos interesante... que la de sus contactos.

“Me paso la mayor parte de los fines de semana viajando y me pierdo la mayoría de las fiestas de la gente con la que suelo quedar. Cuando consigo acudir a un encuentro, ni siquiera me lo paso bien, porque estoy todo el tiempo mirando en el móvil pendiente si en este mismo instante está pasando algo, pensando que podría pasármelo mejor en otro sitio”, escribía un usuario en un foro de internet sobre el tema. A su vez, Jenna Wortham, columnista digital de *The New York Times* relataba así su FOMO: “Estaba tranquila una noche en casa cuando empecé a recibir notificaciones en mi móvil de todo lo que hacían los demás. De repente, mis simples placeres domésticos palidecieron en comparación con las cosas que podría estar haciendo”. Como señalaba Dan Ariely, prestigioso académico en la Duke University, “cuando comenzamos a consultar las páginas Facebook de nuestros amigos, enseguida empezamos a dudar y a preocuparnos de que estamos tomando decisiones erróneas sobre cómo disfrutar nuestro tiempo libre”.

La verdadera diferencia con el pasado es que ahora ya no hace falta preguntar quién irá a un determinado concierto. Con un poco de suerte, se verán las imágenes en internet incluso antes de que los músicos terminen de tocar. Antes, uno se enteraba de todo ello en un reencuentro entre viejos amigos. Pero ahora la vida de los otros está al alcance de un par de clics. Como señala Andrew Przybylski, “las redes sociales han disminuido el coste de acceso de la información. Antes, para saber cómo iban las cosas alguien tenía que llamarte o tenías que encender la tele. Ahora, en cambio, las cosas se entremeten en tu vida”. Así que es difícil aislarse y vivir al margen.

Otro problema es que no se sabe cuándo esta información será visible en la red. Porque un tuit o un comentario en Facebook pueden llegar en cualquier momento. Por eso, para enterarse habría que estar on line sin pausas. “Siempre hemos tenido miedo a perder algo, pero esta tecnología nos hace creer que en la actualidad podemos hacer algo para evitarlo y recuperar terreno, ponernos al día sobre lo que está pasando en tiempo real sin quedarnos fuera”, dice la especialista en tecnología de *The Huffington Post*, Bianca Bosker. Pero esta ilusión es peligrosa. Estar al tanto no hará que uno se sienta mejor. Porque los que padecen el síndrome FOMO, incluso cuando están conectados, están tan obsesionados con ver la vida de los demás que no son capaces de disfrutar de la suya. Pierden tanto tiempo mirando lo que pasa que no les queda tiempo para salir y actuar y reaccionar. Llega el bloqueo. Es como aquel que no sabe qué película ir a ver y al final se queda sin entrada. Es la parálisis.

Y esto es lo peor, porque en la red no sólo basta con mirar. Hay que participar. Dar señales de vida. El riesgo es la exclusión. “Con Twitter aspiras a tener protagonismo con gente que en el fondo no conoces. Sólo te sientes aceptado si formas parte del grupo. En el caso contrario, te dejan fuera y te sientes excluido”, dice Trabazo. “Para los adolescentes, lo peor es ▶

# Diagnóstico FOMO

El acrónimo proviene del inglés Fear of Missing Out, miedo a perderse algo. Es un nuevo síndrome que sufren los adictos a las tecnologías y a internet. Es el temor a estar desconectados durante demasiado tiempo y a no enterarse qué hacen los demás

ENTERARSE DE LA VIDA DE LOS DEMÁS LAS 24 HORAS ES ADICTIVO

LAS REDES SOCIALES SON MÁS ÚTILES CON UNA MENOR PRESENCIA

## Test

Extracto de Ratemyfomo.com. Hay que completarlo con preguntas sobre redes sociales y frecuencia de uso. Un programa informático dará la respuesta (tres grados de intensidad)

“Cuando me lo paso bien es importante para mí compartirlo en la red”

No ocurre nunca Es bastante cierto Es verdad sólo en parte Es cierto Es totalmente cierto

“Tengo miedo de que mis amigos estén teniendo experiencias más gratificantes que las mías”

No ocurre nunca Es bastante cierto Es verdad sólo en parte Es cierto Es totalmente cierto

“Cuando voy de vacaciones, sigo mirando en el móvil o la tableta qué están haciendo mis amigos”

No ocurre nunca Es bastante cierto Es verdad sólo en parte Es cierto Es totalmente cierto

“Me molesta cuando me pierdo una quedada de mi grupo de contactos”

No ocurre nunca Es bastante cierto Es verdad sólo en parte Es cierto Es totalmente cierto

“Me entra ansiedad cuando no sé qué han planeado mis amigos”

No ocurre nunca Es bastante cierto Es verdad sólo en parte Es cierto Es totalmente cierto





Tiene miedo a perderse algo en internet (evento, noticia) si no tiene posibilidad de conectarse



Consulta sus redes sociales como primer gesto en la mañana



Dispuesto renunciar al tabaco o a su serie preferida para seguir consultando las redes sociales



Es el número de veces que miramos el móvil a lo largo del día, es decir, cada seis minutos

► estar fuera del grupo. Es decir: no me han invitado. Para los adultos, en cambio, el miedo consiste en perderse una conversación o en el no haber sido consultado”, explica Romero. “Hay plataformas en internet que sirven también para conseguir cierto reconocimiento o difundir ideas. La red social puede llegar a ser también una forma de participación del discurso público”, señala.

¿Es un fenómeno extendido? “Nadie quiere admitir que lo pasa mal debido al FOMO. Pero en la sociedad actual es prácticamente imposible no padecerlo a no ser que uno sea ciego”, dice Priya Parker, funda-

dora de la organización Thrive Labs, que estudia los llamados nativos digitales. Ya se ha creado un grupo de afectados en Twitter con cerca de 2.400 seguidores. Según una reciente encuesta llevada a cabo por la consultora digital MyLife.com, el 56% de los internautas tiene miedo de no enterarse de eventos, noticias o cualquier novedad si está desconectado de internet durante un tiempo. El móvil tiene mucho que ver con esta adicción. De acuerdo con un estudio de la consultora Kleiner Perkins Caufield & Byer's, el usuario medio mira su *smartphone* cerca de 150 veces al día, es decir, una vez cada seis minutos. Y la compañía tecnológica Mozy estima que un tercio de los usuarios de internet controla el correo electrónico antes de las siete y media de la mañana. Estamos enganchados: según las mismas fuentes, el 24% declara compartir “todo o casi todo” en la red.

Los más jóvenes son los más proclives a caer. De acuerdo con una encuesta de la agencia de publicidad JWT, casi el 70% de los ingleses y estadounidenses de entre 18 y 34 años reconoce que “puede estar sufriendo el FOMO”. Marc Smith, sociólogo de la firma Connected Action Consulting, afirma que “los jóvenes están más expuestos porque, a diferencia de los adultos, cultivan muchos deseos pero tienen menos recursos económicos para vivir aquellas experiencias que contribuyen a formar su identidad y así, en comparación, salen perdiendo”. “Nuestros datos indican que sufren el FOMO los que han usado instrumentos tecnológicos desde edades tempranas. Para ellos la web es parte de su vida real. Vivimos una etapa de transparencia radical en la que se están desplazando las percepciones de ‘privado’ y de ‘actual’ hacia el ‘abierto’ y el ‘ahora’”, reza el estudio de JWT.

Además, este síndrome se retroalimenta. Porque los excluidos que consiguen superar el bloqueo suelen pasar al contraataque. John Grohol, psicólogo especializado (Psychcentral.com), sostiene que “una de las reacciones más comunes es subir a la red la foto o un comentario de algo divertido que se haya hecho para compensar. Esto hace que la persona se sienta mejor. Pero puede generar, a su vez, FOMO en otra persona que lea el comentario”. “Las redes sociales son, al mismo tiempo, la causa y la cura de este síndrome”, explica Caterina Fake, fundadora de Flickr. Como dice Romero, “son un arma de doble hilo. Porque si al cabo de cuatro veces que escribes algo nadie te contesta, entonces sí que te puedes venir abajo definitivamente”.

La socióloga Sherry Turkle, autora del libro *Alone together* (juntos pero solos), explica que muchos internautas pasan a sufrir el síndrome porque inicialmente experimentan un placer. “A nivel neuronal, nos sentimos dueños del mundo. Drogados de tecnología, creemos haber alcanzado niveles increíbles de productividad y eso nos lleva a un delirio de omni-

potencia. Medimos el éxito a través del número de llamadas realizadas, e-mails contestados, contactos. Cada vez podemos pararnos menos a pensar en lo que hacemos, ante la necesidad de contestar instantáneamente”. Según Trabazo, el FOMO “es el reflejo de una cierta inmadurez o inseguridad. Se desarrolla la necesidad de contar cosas superficiales y hay la necesidad de sentirse halagados”.

Según Romero, “detrás del fenómeno hay algo de hedonismo y exhibicionismo. Es el resultado de una cierta dinámica del presumir”. En efecto, basta con echar un vistazo en internet. En las redes sociales triunfa la exhibición de los éxitos en la vida de pareja, en los estudios, en la actividad profesional. En el conjunto, mucha presión. “Tengo que ser recurrente, poner la foto, estar al tanto, ver un programa de televisión determinado, tener seguidores, opiniones y, además, participar y enviar comentarios cada hora. Es como una droga: se cree que se puede controlar fácilmente, pero...”, señala la doctora Trabazo.

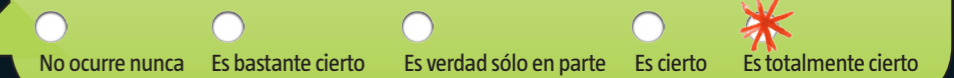
El FOMO lleva inevitablemente al desengaño. “Ahora incluso nos enteramos en la red de la vida que llevan los ricos y famosos. Internet nos lleva a escalones sociales que hace años eran inaccesibles y luego nos devuelve brutalmente otra vez a la realidad, lo que incrementa la frustración”, constatan en el citado estudio de JWT. Así, nos dejamos dominar por la tecnología, en lugar de dominarla. De alguna manera, este océano de información nos sobrepasa. Nos ahogamos en él. Porque, como dijo Kevin Systrom, director de Instagram, “no estamos acostumbrados a observar todo lo que sucede en el mundo. Las personas sólo son capaces de manejar una determinada cantidad de información”. “Todavía no hemos aprendido a gestionar todo esto. Se requiere un aprendizaje de nuevas herramientas”, confirma Przybylski. En un poco como si nos hubieran dado un coche deportivo, pero todavía llevamos la letra L. En este sentido, todavía somos novatos.

¿Cómo superarlo? Según Trabazo, “para frenar, es útil valorar el tiempo. Han venido a la consulta parejas que después de cenar cada uno cogía el móvil y hablaba con su grupo de amigos. Pues bien, es preciso dosificarse. Y limitar, en la medida de lo posible, el acceso a la red a cosas concretas”. Víctor Puig, socio director de la agencia de estrategia digital Zinkdo, cree que con el tiempo el internauta aprende a autocontrolarse por sí solo. “El usuario medio primero tarda en encontrar utilidad a ese flujo de datos. Luego aprende a localizar esa información y tendrá siempre la sensación de que se pierde cosas, de que no llega a todo. Pero esta fase dura poco: se va priorizando la información, se elige qué ver, a quién contactar y qué le interesa”.

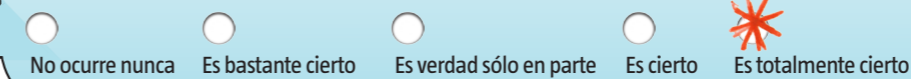
En esta misma línea, nota Felipe Romero, los es-

# FOMO

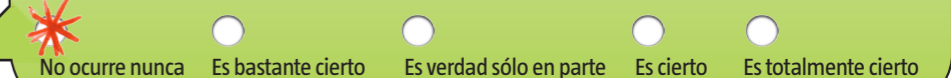
“Es importante para mí entender las bromas de mi grupo de amigos”



“Me da miedo enterarme de que mis amigos se lo están pasando bien sin mí”



“A veces me pregunto si no me gasto demasiado tiempo enterándome de todo lo que está pasando”



tudios demuestran que “hay cierta saturación y el uso de las redes disminuye”. Y cita, como ejemplo, al éxito del Whatsapp. “Es indicativo de un cierto repliegue. Porque a través de esta red social ya se lleva a cabo una selección de los contactos. De alguna manera, es un universo algo más íntimo”.

“Las redes sociales son un gran invento: usado en su justa medida enriquecerán nuestra vida social, nos llevarán a retomar el contacto con viejos amigos, ampliarán nuestros círculos sociales y nos llevarán a conocer a más personas interesantes”, recuerda Puig. “A nuestro alrededor siempre pasarán cosas que nos

perderemos, con o sin redes sociales. Estar siempre disponible, siempre conectado, no es tan interesante como elegir cuándo queremos estar disponibles y para quién”. Andrew Przybylski va incluso más allá. “No es que el FOMO sea algo malo. Es una manera, para alguien de pensar: ¿cuáles son las cosas que más miedo me da perderme? Y esto lleva a la pregunta esencial: ¿qué es lo que realmente quiero?”.

Asimismo, como señala Víctor Puig, “una adecuada presencia en internet también nos aportará una cierta visibilidad, lo que nosotros llamamos “reputación on line”, que se traduce a menudo en oportunidades

laborales: un nuevo empleo, un ascenso, un nuevo cliente, contactos que nos llevarán más lejos en lo profesional y en lo personal. Por el contrario, una visibilidad exagerada causada por la ansiedad de estar siempre presente suele tener efectos negativos: el que siempre está pero aporta poco, acaba perdiendo ese prestigio”.

Así que puede irse a esquiar aunque no haya cobertura. Luego, como en el citado cuento de Augusto Monterroso, más tarde volverá a conectarse a internet y descubrirá, con asombro, que “cuando se despertó, el dinosaurio todavía estaba allí”. ■

## DECÁLOGO DE SUPERVIVENCIA

**1 Limita** Consulta el correo sólo durante un tiempo determinado, en el horario laboral. Los demás sabrán que estás disponible únicamente en esta franja horaria

**2 Apaga** Desconecta el móvil al menos un rato al día, cuando no es imprescindible

**3 Planifica** Reserva un momento específico para las redes sociales. Te ayudará a controlarte y disciplinarte

**4 Relativiza** ¿Seguro que los que están colgando fotos en las redes sociales se lo están pasando mejor que tú? ¿No deberían tener algo mejor que hacer?

**5 Analiza** Recuerda: no es un trastorno médico (todavía). El deseo de estar al día siempre ha existido. Trata de asumir el fenómeno en la justa medida. Sin dramatizar

**6 Prioriza** El FOMO no es algo sólo negativo. Lo que echas de menos te da pistas para entender qué es lo que realmente consideras importante.

**7 Escóndete** El hecho de desconectarse contribuye a causar cierto misterio y expectativas. ¡Te hace interesante!

**8 Véndete** Para gestionar tu reputación on line de forma eficaz, mejor no estar todo el día conectado: tampoco da buena impresión. Dosificar es una estrategia de imagen

**9 Defiéndete** Las marcas pueden conocer tus gustos si estás siempre on line. Si no quieres que esto ocurra, tienes un motivo más para apagar el móvil

**10 Aprende** Que no cunda el pánico. El FOMO suele ser algo transitorio. Es parte del aprendizaje inicial del uso correcto de las tecnologías