

**Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en
adolescentes** (pp. 611-625)

Natalia Morán-Pallero y Elena Felipe-Castaño

Universidad de Extremadura (España)

Las redes sociales proporcionan nuevos espacios donde explorar la identidad y su presentación a los demás, siendo fundamental estudiar cómo afectan a la construcción del autoconcepto y el afecto percibido en la adolescencia. El objetivo principal fue analizar la congruencia o incongruencia del autoconcepto dentro y fuera de las redes sociales y su relación con el afecto. Participaron 350 adolescentes (41% hombres), de entre 14 y 19 años. Cumplimentaron el AF-5 para evaluar el autoconcepto y el PANANS para evaluar estados afectivos o disposiciones personales de emocionalidad. Ambos cuestionarios fueron rellenados dos veces, teniendo en cuenta situaciones dentro y fuera de las redes sociales. Encontramos diferencias en todas las dimensiones de autoconcepto en el 24% de participantes, y únicamente en la dimensión social en el 51,4% de los participantes. Los participantes que mostraron diferencias entre autoconceptos se describen con mayores grados de bienestar que aquellos con perfiles congruentes. Las redes sociales permiten a los adolescentes experimentar con un autoconcepto diferente, que influye sobre sus afectos.