



CATÓLICA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
E PSICOLOGIA

PORTO

“PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES” NAS REDES SOCIAIS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM JOVENS

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Psicologia

- Especialização em Psicologia Clínica e da Saúde -

Ana Rita Vasconcelos de Sousa

Porto, julho de 2019



CATÓLICA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
E PSICOLOGIA

PORTO

“PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES” NAS REDES SOCIAIS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM JOVENS

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Psicologia

- Especialização em Psicologia Clínica e da Saúde -

Ana Rita Vasconcelos de Sousa

Trabalho efetuado sob a orientação de

Prof.^a Doutora Luísa Campos
Prof.^a Doutora Lurdes Veríssimo

Porto, julho de 2019

Agradecimentos

Gostaria de agradecer às minhas orientadoras, a Prof.^a Doutora Luísa Campos e a Prof.^a Doutora Lurdes Veríssimo pela disponibilidade, exigência, pelas horas de reunião de reflexão.

Aos meus pais e irmãos, por todo apoio emocional, reforço positivo e pelos valores morais que sempre me transmitiram.

Ao André, por todo o apoio.

Às minhas amigas Érica, Inês, Anabela, pela ajuda e suporte emocional.

À Dra. Manuela Batista, por toda motivação e pela partilha de conhecimento.

Agradeço ainda ao participantes que tornam possível este estudo.

Índice

RESUMO	5
ABSTRACT	6
ENQUADRAMENTO TEÓRICO	7
METODOLOGIA	12
PARTICIPANTES	12
INSTRUMENTO	13
PROCEDIMENTO DE RECOLHA DE DADOS	14
PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS.....	14
APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	15
1) PRÁTICAS DE PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES NAS REDES SOCIAIS	15
2) OBJETIVOS SUBJACENTES À PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES NAS REDES SOCIAIS.....	17
3) FATORES QUE INFLUENCIAM A PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES NAS REDES SOCIAIS	18
CONCLUSÕES	23
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
ANEXOS	29
ANEXO 1: CONSENTIMENTO INFORMADO DOS PAIS	30
ANEXO 2: CONSENTIMENTO INFORMADO DOS PARTICIPANTES	31
ANEXO 3: GUIÃO DE SEMI-ENTREVISTA: ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE AS PERCEÇÃO DOS JOVENS FACE À PARTILHA SOCIAL DE EMOÇÕES NAS REDES SOCIAIS.....	32
ANEXO 4: SISTEMA DE CATEGORIAS.....	34

Resumo

A partilha social de emoções nas redes sociais é uma forma de comunicação de uma experiência emocional. O presente estudo tem como objetivo explorar a percepção dos jovens quanto a esta partilha, identificar as práticas de partilha, compreender quais os objetivos associados e compreender os fatores que influenciam esta prática.

Foram entrevistados 10 jovens, seis do sexo feminino e quatro masculinos, entre os 17 e os 18 anos.

Relativamente às práticas de partilha social de emoções nas redes sociais, salientam-se como principais resultados, a “alteração do estado pessoal” e a “partilha através grupos de chat”, sendo partilhadas emoções tanto positivas como negativas. O suporte social surgiu como o principal objetivo subjacente a esta prática.

Por último, foram identificados fatores facilitadores e bloqueadores desta partilha. Assim, as características das pessoas que partilham, como a das redes e o reforço do suporte social, foram os principais facilitadores apontados pelos jovens. Quanto aos bloqueadores, os jovens que não partilham, possuem a percepção que essa prática tem consequências negativas para o próprio, referindo preferir fazê-lo na interação cara-a-cara.

Por fim, salienta-se que o suporte social, como o principal objetivo e uns dos principais fatores facilitadores da partilha, tendo implicações na intervenção psicológica junto de jovens.

Palavras-chave: partilha social de emoções, redes sociais, jovens.

Abstract

The social sharing of emotions on social networks is a way communicating one's emotional experience. The present study has the aim to explore young people's social sharing of emotions in social networks, to identify the practices of this type of sharing, understand the reasons related to this practice and understand the factors that influence this type of sharing.

Therefore, 10 semi-structured interviews were conducted, with six girls and four boys, with ages between 17 and 18.

The participants mention two common types of this practice: profile change and chatting on groups. The participants mentioned that the purpose of social sharing was looking for emotional support. Regarding factors that facilitate this practice, the participants describe the characteristics of social networks, personal characteristics and social support reinforcement. Moreover, the participants that don't share their emotions on social networks were able to identify the following blocking factors: the possible associated negative consequences and that they prefer sharing face to face.

The present study may have implications for clinical practice, due to the fact that social support is considered as a purpose and a facilitating factor for social sharing of emotions on social networks.

Key words: social sharing of emotions, social networks, young people

Enquadramento Teórico

Com a evolução da sociedade e, conseqüentemente, com o aparecimento das novas tecnologias, surge o que muitos autores consideram ser a Era Digital ou a Sociedade Digital (Erreygers et al., 2017; Kohn & Morais, 2007; Rieger & Klimmt, 2019). Desta forma, ocorreram mudanças nomeadamente na forma de comunicar, nos canais de comunicação utilizados entre os indivíduos, estendendo-se a comunicação para além do cara a cara para comunicação online através das redes sociais (Bazarova, Choi, Sosik, Cosley, & Whitlock, 2015; Derks, Fischer, & Bos, 2008; Kohn & Morais, 2007).

Atualmente, através dos meios de comunicação eletrónicos, os jovens conseguem interagir permanentemente pois há uma comunicação móvel (Simões, Ponte, Ferreira, Doretto, & Azevedo, 2014) ao seu alcance. Assim sendo, a comunicação online permite manter o contacto com os pares, mesmo quando estes estão separados fisicamente (Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler, & Shklovski, 2006; Boyd, 2010; Grinter, Palen, & Eldridge, 2006; Wynn & Katz, 2000).

A atividade dos jovens portugueses nas redes sociais foi estudada pelo projeto *EU Kids*, numa amostra 1974 crianças e jovens entre os 9 e os 17 anos. O principal objetivo deste estudo foi o de avaliar os usos, as competências, os riscos e as mediações da internet reportados por crianças e jovens. Os resultados indicaram que as redes sociais são utilizadas numa base diária, existindo uma prevalência do uso do *WhatsApp* e do *Snapchat*, ou seja, redes de mensagens instantâneas em detrimento, por exemplo, do *Facebook*. Para além disso, 29% dos participantes concordaram que *é fácil exprimirem-se na internet em comparação com cara a cara* e ainda 16% afirma que *falam sobre coisas na internet que não falaria cara a cara* (Simões et al., 2014).

A comunicação online parece, assim, apresentar a dimensões positivas nomeadamente, permitir um maior controlo do tempo e do lugar - a pessoa decide quando e onde quer que a interação aconteça; o controlo da mensagem, pois existe a possibilidade de ler e reler a mensagem antes de enviar ou publicar, levando a que a pessoa envie apenas aquilo que se sente mais confortável (Schouten, Valkenburg, & Peter, 2007; Vanden Abeele, Schouten & Antheunis, 2017); o controlo do público, ou seja, decidir se quer partilhar a sua mensagem para um grupo restrito de pessoas ou é para todos verem, fazendo-o através uma mensagem privada ou com uma publicação no mural (Cleemput, 2012).

Posto isto, as vantagens mencionadas anteriormente influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais. Considerando que a partilha social de emoções se define como um processo de comunicação de uma experiência emocional, independente do tipo de emoções e

da sua valência. Desta forma, constitui-se como uma componente da emoção, bem como a avaliação, da expressão e as mudanças corporais (Rimé, 2009).

A partilha social de emoções nas redes sociais destingue-se de expressão emocional, por esta se caracterizar por comportamentos verbais ou não verbais que demonstrem um estado emocional, quer seja de forma consciente ou inconsciente (Kennedy-Moore & Watson, 2001)

Este processo de comunicação inicia-se com uma interação com o outro, bem como a narrativa do acontecimento, que se designa como Partilha Social de Emoções Primária. Em seguida, surge a Partilha Social Secundária, que consiste na resposta do ouvinte. Finalmente, acontece a Partilha Emocional Terciária, que se refere ao impacto da resposta na pessoa (Rimé, 2009).

Nesse sentido, é possível renovar e consolidar as relações sociais, pois é expectável que seja demonstrado interesse, em que haja empatia, simpatia, contágio emocional e uma maior afeição. No caso da partilha social de emoções negativas podem ser considerados dois modelos de partilha social: um modelo cognitivo e um modelo socio-afetivo. O modelo cognitivo surge quando a partilha social estimula uma alteração dos objetivos frustrados, uma reorganização da hierarquia dos motivos, uma adaptação dos modelos e dos esquemas cognitivos, bem como uma recriação do significado atribuído ao episódio, ou seja, uma reestruturação cognitiva. Por outro lado, o modelo socio-afetivo contribui para o atendimento das necessidades socio-afetivas do indivíduo que partilhou, nomeadamente com respostas de ajuda, apoio, conforto, consolo, legitimação, atenção e empatia. Enquanto o modelo cognitivo permite contribuir para a extinção de uma experiência negativa, e, assim, alcançar um equilíbrio emocional, o mesmo pode não acontecer com o modelo socio-afetivo, em que os efeitos são temporários. No caso da partilha social emocional espontânea, a mesma não se enquadra em nenhum dos modelos apresentados anteriormente (Rimé, 2009).

A partilha social de emoções nas redes sociais apresenta alguns aspetos negativos, nomeadamente o autocontrolo da expressão das emoções e, ainda, a impossibilidade de observar as expressões não verbais, afeta o modo como as emoções são reconhecidas e interpretadas por parte do recetor da mensagem (Derks, Fischer, & Bos, 2008).

Diferentes autores recorrem ao Modelo de Hidalgo, Tan e Vereleg (2015) (Greving, Oeberst, Kimmerle, & Cress, 2018; Hidalgo et al., 2015; Kušen, Cascavilla, Figl, Conti, & Strembeck, 2017; Rodríguez-Hidalgo, Tan, & Verlegh, 2017) para a compreensão do ato de partilha social de emoções nas redes sociais. Este modelo divide este processo em três momentos. Num primeiro momento, o indivíduo partilha as suas emoções, quer sejam positivas ou negativas. Em seguida, o recetor responde sendo que, independentemente do tipo de emoção, podendo haver um *feedback* cognitivo e/ou emocional. O *feedback* cognitivo tem como objetivo

a reorganização das prioridades e/ou a reformulação das suas hipóteses, de modo a diminuir o impacto negativo na pessoa, enquanto o feedback emocional possibilita um alívio temporário. A terceira e última fase, consiste no impacto do *feedback* no indivíduo que externalizou o que sentia, variando assim, consoante a valência das emoções. No caso da partilha social de emoções positivas, há uma reorganização das emoções e um maior *empowerment*, enquanto que na valência negativa há uma estabilização e uma diminuição do estado emocional (Hidalgo et al., 2015; Rimé, 2009).

A partilha social de emoções nas redes sociais pode ser feita através nas alterações do estado pessoal, que é um espaço na página de perfil do usuário que permite troca de *posts* de mensagens para os amigos verem e/ou nas publicações de outras pessoas (Bazarova et al., 2015; Derks et al., 2008; Treem & Leonardi, 2012). No caso dos jovens, nestas publicações podem usadas citações, imagens ou uma linguagem ambígua, no sentido de proteger a sua privacidade e a reputação (Vermeulen et al., 2018).

Esta partilha pode ser um ato deliberado ou impulsivo, ou seja, a partilha pode ser algo intencional ou, pelo contrário, espontâneo. De acordo com as conclusões de um estudo realizado por Duprez e colaboradores (2015), cujo objetivo foi explorar os possíveis motivos para a partilha social de emoções nas redes sociais, numa amostra de 240 participantes universitários. Os principais motivos apresentados sobre esta prática são: a necessidade de “desabafar” - no sentido de exteriorizar as suas emoções - e “para informar/avisar”, para “receber empatia/atenção” e para “apoio/ suporte /conforto”. Estas conclusões vão ao encontro dos resultados do estudo desenvolvido por Choi e Toma (2014), que sugerem que os participantes partilham as suas emoções nas redes sociais para satisfazer duas necessidades: externalização de sentimentos e obtenção de feedback.

A partilha social de emoções nas redes sociais é influenciada por vários fatores. No estudo realizado por Vermeulen e colaboradores (2017), no qual foram entrevistados 22 jovens belgas entre os 14 e os 18 anos, centrado nos modelos de comunicação *off-line* e *online* utilizados e nos fatores que influenciam as suas decisões aquando da partilha de emoções, os autores concluíram existir uma preferência dos participantes na partilha das emoções cara a cara. Embora o uso do *Twitter*, do *Facebook*, do *Snapchat* ou do *Instagram* tenham surgido como sendo meios de partilha crescente. Neste estudo, os fatores que mais influenciavam a decisão de partilha relacionavam-se com a valência da emoção (positiva ou negativa) e a respetiva intensidade, as normas sociais. Para além dos fatores referidos anteriormente, as características individuais, as características das redes sociais e o *feedback* recebido, foram também referidos como sendo fatores que influenciaram a tomada de decisão para a partilha social de emoções em redes sociais.

Neste sentido, as características pessoais, mencionadas anteriormente, remetem para experiências anteriores, intenções da pessoa e o seu temperamento, sendo que este se define pela forma como o indivíduo responde ao ambiente e às suas emoções (Boyd, 2014). Estes elementos contribuem para a partilha social de emoções nas redes sociais.

Quanto ao fator valência de emoções, estudos desenvolvidos por Lin, Tov e Qui (2014), com 101 jovens da Singapura, e por Reinecke e Trepte (2013), com 45 jovens alemães, concluíram que há uma prevalência da partilha social de emoções positivas comparativamente às negativas nas redes sociais.

Entre a relação entre valências das emoções e as redes sociais têm sido desenvolvidos estudos centrados nesta temática. A investigação realizada por Vermeulen, Vandebosh e Heirman (2018) teve como objetivo aprofundar a literatura sobre a regulação emocional nas novas tecnologias, especificamente através da descrição de como os jovens utilizavam as diferentes plataformas *online* para a partilha social de emoções e quais os fatores que influenciam essa partilha. Desta forma, entrevistaram 22 jovens belgas, entre os 14 e os 18 anos. Os autores constataram que a partilha social de emoções de valência positiva era mais comum em redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e o *Snapchat*, enquanto que emoções de valência negativa eram partilhadas no *Twitter* e o *Messenger*. Estes resultados são consistentes com as conclusões obtidas pela investigação desenvolvida por Waterloo e colaboradores (2018), com 1201 jovens holandeses entre os 15 e os 25 anos. De acordo com Vermeulen e colaboradores (2018) estes resultados estão associados as características das redes sociais, ou seja, os jovens decidem publicar conteúdos nas redes sociais de acordo com o formato que estas apresentam. Exemplo disso, é estudo por Lup, Trup e Rosenthal (2015), em que através de um questionário online, 119 jovens americanos, com idades entre 18 e os 29 anos, demonstraram que o *Instagram* é uma rede social predominante de partilha de conteúdos positivos e autopromocionais, uma vez que é uma rede que se caracteriza pela partilha de fotos, logo as publicações feitas tem este cariz. Além disso, a investigação de Waterloo e colaboradores (2018), com 1201 jovens dinamarqueses, demonstram que as características das redes sociais influenciam a partilha social de emoções, por exemplo o *WhatsApp* pode ser caracterizado como uma plataforma privada, usada principalmente para interagir com amigos próximos e familiares, o que pode levar a conversas de foro mais pessoal. Outro exemplo é o *Twitter*, que é uma rede social, que independentemente da conta poder estar ou não privada a maioria do conteúdo publicado pode ser visto por qualquer pessoa (Waterloo et al., 2018),

Um outro fator que pode influenciar a partilha social de emoções nos jovens é o contexto, ou seja, se o jovem se encontra sozinho ou acompanhado (Vermeulen et al., 2017) A observação do comportamento dos pares permite ao adolescente descobrir o que é aceitável ou não publicar

no Facebook ou numa mensagem instantânea (Bazarova et al., 2013; McLaughlin & Vitak, 2012).

O *feedback* recebido é outro fator que influencia esta prática (Vermeulen et al., 2017), visto que este pode influenciar futuras partilhas. Segundo Hidalgo e colaboradores (2015) de acordo com a análise de 540 conteúdos de *posts* numa rede social, *Live Journal*, demonstrou que existe uma prevalência de *feedback* afetivo comparativamente com o cognitivo, sendo que *feedback* afetivo está associado a respostas de ajuda, apoio, conforto, consolo, legitimação, atenção, vínculo e empatia e, por outro lado, o *feedback* cognitivo pretende a alteração dos objetivos frustrados, uma reorganização da hierarquia dos motivos, uma adaptação dos modelos e dos esquemas cognitivos, bem como uma recriação do significado atribuído ao episódio (Rimé, 2009). Em suma, os resultados deste estudo mostraram que na partilha social de emoções de valência positiva há uma externalização das emoções e/ ou reforço, enquanto que na partilha social de emoções de negativa pode haver externalização da emoção e/ou melhoria do estado emocional (Hidalgo et al., 2015).

Do exposto, o presente estudo pretende contribuir para a compreensão sobre a partilha social de emoções nas redes sociais dos jovens portugueses. Para além de explorar de que forma esta prática pode ter implicações no desenvolvimento psicológico e social dos jovens.

Neste sentido, será explorada a perceção dos jovens sobre a partilha social de emoções nas redes sociais, incluindo as suas práticas, os objetivos subjacentes a esta prática e os possíveis fatores que influenciam a referida partilha.

Metodologia

Este estudo exploratório segue uma metodologia de cariz qualitativo, de forma a possibilitar a descrição, a exploração e a compreensão de um fenómeno (Ritchie & Lewis, 2003).

Tendo em conta que na metodologia qualitativa há uma valorização da realidade construída socialmente, em que o investigador é o instrumento de investigação e que constrói uma narrativa que engloba as várias histórias dos participantes (Denzin & Lincoln, 2005; Janesick, 2000). A partir dos discursos é possível perceber associações entre pensamentos ou ações das pessoas e o significado que estes atribuíram (Ritchie & Lewis, 2003).

O objetivo principal deste estudo é explorar a perceção dos jovens quanto à partilha social de emoções nas redes sociais, sendo os objetivos específicos:

- 1) Identificar as práticas de partilha social de emoções nas redes sociais;
- 2) Explorar o objetivo dos jovens na partilha social de emoções nas redes sociais;
- 3) Compreender os fatores que influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais.

Participantes

Neste estudo, participaram 10 jovens que utilizavam redes sociais, dos quais seis eram raparigas, com idades compreendidas entre os 17 e os 18 anos e que frequentam o 12º ano de uma escola secundária pública da zona norte do país.

Deste grupo de participantes, sete participantes referem que têm atividades extracurriculares, que variaram entre ginásio, patinagem artística, futebol, natação e música. Estes participantes referem que costumam passar em média no mínimo de uma hora e no máximo duas horas por dia, nas redes sociais. Na tabela 1 é apresentada a caracterização dos participantes relativamente ao uso das redes sociais.

Tabela 1: Caracterização dos participantes relativamente ao uso das redes sociais

Participantes	Rede(s) social(ais) mais utilizada(s)	Local(ais) de uso das redes	Atividades nas redes
P1F	Twitter, Instagram	Casa	Comunicar com os amigos, ver publicações;
P2F	Instagram, Snapchat	Casa, escola	Comunicar com os amigos, fazer publicações;
P3M	Facebook, Instagram	Casa	Comunicar com os amigos, ver publicações;
P4M	Facebook	Casa	Comunicar com os amigos, fazer publicações;
P5M	Facebook, Instagram	Casa	Comunicar com os amigos, fazer publicações;
P6F	Instagram	Casa, escola	Comunicar com os amigos, ver publicações;
P7M	Discord	Casa, escola	Comunicar com os amigos, ver publicações;
P8F	Tumblr	Casa	Ver publicações e partilhá-las;
P9F	Instagram	Casa, escola	Comunicar com os amigos e família, fazer publicações;
P10F	Twitter	Casa, escola	Comunicar com os amigos, fazer publicações.

Instrumento

Guião de entrevista semiestruturada

A construção do guião de entrevista integrou as seguintes etapas. Numa primeira fase foi realizado um levantamento de possíveis dimensões a serem incluídas. Posteriormente, foi realizado um role-play para testar a versão preliminar do guião, bem como uma entrevista a uma jovem que correspondia aos critérios de seleção. Numa fase final, procedeu-se à melhoria do guião de acordo com as alterações desencadeadas pela fase anterior.

Relativamente às dimensões do guião, as mesmas foram selecionadas tendo por base o modelo apresentado por Vermeulen e colaboradores (2017) relativo a 1) informação sociodemográfica do participante, 2) com quem é que o participante partilhava as emoções, 3) de que forma comunicava o que estava a sentir e o 4) porquê da partilha daquela forma.

Além das dimensões anteriores, o guião de entrevista contou com as seguintes. Numa primeira parte destinou-se à recolha de dados que identificar as práticas de uso das redes sociais dos participantes. A segunda parte apoiou-se na dimensão da caracterização da partilha social de emoções, respondendo assim, ao primeiro objetivo do estudo, que consistia na exploração a partilha de emoções nas redes sociais, nomeadamente a forma de partilha e a frequência. A

terceira parte destina-se à dimensão objetivos subjacentes à partilha social de emoções nas redes sociais, pretendo assim responder ao segundo objetivo específico, compreender a finalidade dos jovens com esta prática. A quarta parte apoiou-se na dimensão fatores que influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais, procurando assim responder ao terceiro objetivo específico, explorando os aspetos que motivam os jovens a partilhar (Anexo 3).

Procedimento de Recolha de Dados

Previamente à recolha de dados foram pedidas autorizações institucionais à Direção da Escola. Tanto aos encarregados de educação como aos participantes foi pedido para assinarem um consentimento informado onde estavam esclarecidos os objetivos do estudo, o seu procedimento, a possibilidade de desistência sem dano, bem como as questões éticas e deontológicas dos participantes, ou seja, as questões do anonimato e da confidencialidade (Anexo 1 e 2). Para além disso, foi pedido aos participantes autorização para a gravação áudio de forma a facilitar a análise dos resultados.

A recolha de dados decorreu em contexto escolar, onde foi disponibilizada uma sala de aula reservada para esta função, assegurando as questões de privacidade. Foram realizadas 10 entrevistas, em três manhãs, com uma duração média de 20 minutos, durante o mês de março de 2019. Este processo terminou quando se atingiu saturação teórica, ou seja, quando a informação recolhida pelos participantes não trazia informação nova (Guerra, 2006).

Procedimento de Análise de Dados

O processo de análise de dados foi orientado pelos princípios de análise de cariz semi-indutivo, ou seja, há conhecimento de categorias pré-existentes, porém é possível haver novas. Desta forma, foi elaborada uma análise sistemática relativa à informação recolhida nas entrevistas.

As entrevistas foram transcritas na íntegra. Em seguida, realizou-se a leitura flutuante, iniciando-se, assim, processo de codificação e de categorização. Num primeiro momento, foi selecionada uma transcrição, e realizou-se uma leitura aprofundada da mesma. Em seguida, A partir daí começou a definição de unidades de categorização de acordo com as regras de enumeração (frequência, intensidade, presença/ausência), a definição de categorias e a construção de indicadores. A seguir, procedeu-se à organização hierárquica das categorias, a definição da grelha de codificação. E, por fim procedeu-se à aplicação do processo de categorização nas restantes transcrições. Nesta etapa, houve criação de novas subcategorias resultantes das informações recolhidas nas entrevistas e uma reorganização da grelha de categorias, que o torna num processo complexo (Saldaña, 2011).

Apresentação e Discussão dos resultados

A apresentação e a discussão dos resultados seguirá os objetivos definidos neste estudo. Para uma leitura mais clara, as categorias de 1ª ordem serão apresentadas a sublinhado e as categorias de 2ª ordem serão apresentadas a **negrito**. Apresentaremos o número de fontes e em seguida o número de referências (e.g., 3;5).

No presente estudo, emergiram três categorias de 1ª ordem- Práticas de partilha social de emoções nas redes sociais, que se refere à descrição das formas desta partilha, Objetivos subjacentes à partilha social de emoções nas redes sociais, que inclui os discursos dos participantes sobre o intuito desta partilha, e finalmente os Fatores que influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais, que engloba os discursos dos participantes referentes à elementos que influenciam a partilha social de emoções. O sistema de categorias completo do presente estudo encontra-se em anexo (Anexo 4).

Com o objetivo de obter informação sobre a percepção dos jovens quanto à partilha social de emoções nas redes sociais.

1) Práticas de partilha social de emoções nas redes sociais

Neste grupo de participantes emergiram discursos de quatro jovens que partilham emoções nas redes sociais e de seis jovens que não partilham. Desta forma, ao longo da análise e discussão das práticas de partilhas serão distinguidos os seus discursos.

Os participantes referiram diversas estratégias de partilha social de emoções nas redes sociais (7;14), diferentes redes sociais utilizadas para a partilha social de emoções (9; 23); bem como a valência emocional da partilha social de emoções nas redes sociais (9; 17).

Assim, dos discursos dos quatro participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais emergiram os **grupos de chat** (3;10) e a **alteração do estado de pessoal** (3;4) como sendo as partilhas mais referidas - e.g. (...) *“por mensagens privadas nas redes sociais, em grupos em que eu conheço as pessoas e estou mais à vontade para partilhar”* (P8F), que é realizada por texto (3; 5); e.g. *“(conta secundária). “Aí já posso partilhar porque já tenho confiança com eles e na conta principal há pessoas que não me dou tão bem o que faz com que não publique tanto nessa conta.”* (P5M), esta pode ser feita por imagem e descrição (2;4) ou por texto (1;2) ou ainda por partilha de músicas (1;1).

Da maioria dos discursos dos jovens que não partilham as suas emoções nas redes sociais salientou-se a **alteração do estado pessoal** (4; 6)- e.g. “*É por isso que eu não uso tanto o Twitter, porque lá está, é onde as pessoas colocam aquilo que estão a sentir naquele momento, tipo aquelas frases.*” (P4M) esta pode ser através de texto (3; 3) ou por imagem e descrição (1;1).

Estudos realizados por Bazarova e colaboradores (2015), Derks e colaboradores (2008), Treem e Leonardi (2012) e Vermeulen e colaboradores (2018) mencionam que a prática mais comum de partilha social de emoções nos jovens é através de alterações do estado pessoal através do uso de citações e imagens. Os dados do presente estudo vão no sentido dos estudos anteriormente referidos demonstrando, assim, uma opinião similar quer dos participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais quer daqueles que não partilham. Os participantes que partilham as suas emoções referem os grupos de chat, como uma forma de partilha, que é vista por Bazarova e colaboradores (2013), Boyd (2014) Choi e Toma (2014), Van Cleemput (2012) como uma estratégia mais segura em comparação com a alteração do estado de pessoal uma vez que, em princípio, os elementos que constituem os grupos de chat são de confiança do jovem. O mesmo pode não acontecer com a alteração do estado de pessoal, pois a publicação pode ser replicada e pesquisável por várias pessoas.

Os participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais identificaram várias redes sociais que costumam utilizar para partilhar. Dois participantes referiram o **Instagram** (2;5). Além disso, o **WhatsApp** (1;2), o **Tumblr** (1;2), o **Snapchat** (1;2), e o **Discord** (1; 2), **Reddit** (1; 2) também são mencionados como redes sociais utilizados para a partilha social de emoções. Três participantes afirmam que os jovens em geral usam o **Twitter** (3;5) para este tipo de partilha.

A rede social mencionada anteriormente é referida nos discursos dos jovens que não partilham as suas emoções como sendo a mais comum nos jovens para esta prática (5;13) - e.g. “*Acho que pode ser para todas as situações, mas o Twitter é sem dúvida em que há partilha de emoções (...)*” (P4M).

Estudos realizados por Vermeulen e colaboradores (2017; 2018), com jovens belgas, e Waterloo e colaboradores (2018), com jovens holandeses, descrevem que há várias redes utilizadas pelos jovens na partilha social de emoções, nomeadamente *Twitter, Facebook, Tumblr, Snapchat* ou o *Instagram*. Os participantes deste estudo acrescentam à literatura outras

redes sociais, como o *WhatsApp*, que pode estar associado ao maior uso desta plataforma pelos jovens, tal como menciona o estudo realizado por Simões e colaboradores (2014). Estes mesmos autores descrevem que os jovens têm preferido usar redes de mensagens instantâneas em detrimento do *Facebook*, o que pode estar explicar o facto dos participantes deste estudo enumerarem também redes sociais como o *Twitter*, o *Reddit* e o *Discord*.

Três dos quatro participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais, dizem fazê-lo quer partilhando **emoções positivas quer negativas** (3;8) – e.g. “*Acho que pesando na balança, acho que deveria ser mais positivo, mas nem sempre é assim, porque há situações em que colocam coisas menos positivas*” (P2F), sendo ainda algo que consideram que os outros jovens também o fazem. Apenas um participante refere que apenas partilha nas redes sociais emoções de **valência positiva** (1;1).

Os participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais apresentam uma opinião similar aos restantes participantes, ou seja, há uma partilha social **tanto de emoções positivas como negativas** (3;3) e um participante enumera que o mais comum é a partilha social de **emoções positivas** nas redes sociais (1;3).

A perceção dos participantes do estudo é diferente das conclusões dos estudos de Bazarova e colaboradores (2013), com 79 participantes americanos, com idades compreendidas entre 18 e os 31 anos, bem como dos de Reinecke e Trepte (2013) e Lin e colaboradores (2014), com uma amostra com jovens universitários, onde afirmam que há uma prevalência da partilha social de emoções de valência positiva nas redes sociais. Esta diferença de perceções pode estar associada ao facto destes estudos remeterem só para uma rede social, o *Facebook*, enquanto que os participantes deste estudo referirem que há várias redes sociais subjacentes a esta prática. Para além disso, a rede social mencionada anteriormente segundo o estudo Vermeulen e colaboradores (2018), com 22 jovens belgas, concluíram que o *Facebook* é uma das plataformas preferenciais para a partilha social de emoções de valência positiva, logo explica os resultados dos estudos supramencionados.

2) Objetivos subjacentes à partilha social de emoções nas redes sociais

Os participantes referiram vários objetivos associados à partilha social de emoções nas redes sociais. Assim sendo, estes agrupam-se em três categorias: externalizar emoções (5;6), procurar suporte social (6;11) e objetivo indefinido (2;2).

Três participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais identificam como mais comum o objetivo de procurar suporte social (3;5) - e.g. “(...) *acabo por partilhar isso com os meus amigos (no Reddit) mesmo quando estou mais em baixo, acaba por me fazer sentir melhor.*” (P7M).

Este objetivo emergiram também no discurso de três participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais relativamente ao intuito dos jovens com a partilha social de emoções nas redes sociais (3;6).

Ainda em relação aos objetivos da partilha social de emoções nas redes sociais, um participante que partilha as suas emoções identifica externalizar emoções (1;1), também como sendo um objetivo. Enquanto que, quatro participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, consideram o objetivo externalizar emoções como o mais comum (4;5) - e.g. “*Acho que é mais para desabafar. Mas para mim é muito mais benéfico falar com um amigo pessoalmente do que através das redes sociais*” (P10F).

Para além disso, dois participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, não conseguiram identificar qual o objetivo, embora considerem a existência de objetivos subjacentes à prática - objetivo indefinido (2;2) - e.g., “*Não sei. Deve haver algum objetivo, porque acho que nós fazemos tudo com algum objetivo*” (P1F).

Os objetivos realçados nas narrativas dos participantes que partilham e daqueles que não, estão associados à partilha social de emoções nas redes sociais são, igualmente, identificados pelo estudo realizado por Duprez e colaboradores (2015) com 240 jovens universitários, no qual concluiu que os principais motivos da partilha foram a necessidade de “desabafar”; “para informar/avisar”; para “receber empatia/atenção”; e para “apoio/suporte/conforto”. Os objetivos enumerados pelos participantes do estudo como os mais comuns, a externalização das emoções e a procura de suporte social, são por Choi e Toma (2014), identificadas como duas necessidades dos indivíduos quando decidem partilhar as suas emoções nas redes sociais.

3) Fatores que influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais

Dos discursos dos participantes emergiram duas categorias: fatores que facilitam a partilha social de emoções nas redes sociais (9, 38), fatores que bloqueiam a partilha social de emoções nas redes sociais (7; 23).

Todos os participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais identificam as **características redes sociais** (4;11) como sendo o fator facilitador desta prática– e.g. *“Acho que pode ser para todas as situações, mas o Twitter é sem dúvida em que há partilha de emoções, principalmente em situações de conflito com outros, por ser uma rede que permite publicar aquilo que a pessoa quer, através de frases, palavras, ou seja, dizermos aquilo que queremos sem que seja bloqueado. Permite assim, uma liberdade que facilita a partilha.”* (P5M). As características das plataformas online, que os participantes enumeram são seguintes: ter conhecimento da disponibilidade da pessoa (2;4), a acessibilidade de acesso (1;3) e, por último o baixo custo do uso (1;1).

Os participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, quatro deles mencionam também as **características das redes sociais** (4;11) como fator que influencia esta prática, emergindo como principal traço o formato das plataformas online (4;11) - e.g. *“É por isso que eu não uso tanto o Twitter, porque lá está é onde as pessoas colocam aquilo que estão a sentir naquele momento, tipo aquelas frases.”* (P3M).

Segundo Vermeulen e colaboradores (2018), Lup, Trup e Rosenthal (2015), Waterloo e colaboradores (2018), o formato das plataformas online influencia a partilha de emoções nas redes sociais, algo que é percecionado também pelos participantes, em que os participantes deste estudo referem que o *Twitter*, é a rede mais comum deste tipo de partilha (7;18) comparativamente com outras, devido ao formato desta rede social, pois é dado espaço ao jovem para escrever aquilo que está a sentir – e.g. *“É por isso que eu não uso tanto o Twitter, porque lá está é onde as pessoas colocam aquilo que estão a sentir naquele momento, tipo aquelas frases.”* (P3M)

Três participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais identificam, igualmente, **características pessoais**, referindo a extroversão como sendo um traço que influencia a partilha (3;4) – e.g. *“Eu acho que as pessoas que partilham nas redes sociais não se importam de expor a sua vida e então com não têm medo de partilharem tudo, porque tem essa confiança que ninguém lhes vai fazer mal. Mas, como eu disse anteriormente, somos todos diferentes e há pessoas com mais segurança do que outras. Isso depende da pessoa e daquilo que quer expor.”* (P5M). No mesmo sentido, os discursos dos participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, também identificaram as características pessoais (4;6) como sendo um fator facilitador da partilha salientando, igualmente, a extroversão (4;6) - e.g. *“Têm aquela mentalidade que acham, que podem e devem partilhar tudo e mais alguma coisa e às*

vezes até em excesso e poderá ter consequências no futuro.” (P4M) e a falta de suporte cara a cara (2;2), ou seja, não ter alguém para falar pessoalmente, - “Acho que é não terem esse apoio de alguém e não terem uma pessoa para falar.” (P9F)

De acordo com Boyd (2014) e Vermeulen e colaboradores (2017), as características pessoais influenciam a tomada de decisão de partilha social de emoções nas redes sociais. Considerando que o temperamento como a forma como o indivíduo responde ao ambiente e às mudanças (Boyd, 2014), os participantes deste estudo identificaram que os jovens que são mais extrovertidos partilham com mais facilidade as suas emoções nas redes sociais, pois pode estar assim, associado à forma como estes lidam com as situações que vão surgindo.

Por último, e ainda nos fatores facilitadores da partilha social de emoções emergiu nos discursos dos participantes o **reforço do suporte social** (6,7). Quase a totalidade dos participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais identificam como um fator que influencia esta partilha (3;4) e a totalidade dos participantes que não partilham também o identifica (3;3) – e.g. *“Não é que partilhe com muita regularidade, mas normalmente o feedback que eu recebo é positivo, por isso, acaba por ajudar-me.” (P8F)*. Os participantes nesta categoria integram o feedback recebido, sendo algo que influencia uma futura partilha (2; 2), ou seja, como houve um feedback positivo relativamente àquilo que foi publicado, as participantes continuam a partilhar as suas emoções nas redes sociais.

De acordo com Vermeulen e colaboradores (2017) o feedback recebido pode influenciar esta prática, como por exemplo nas futuras partilhas, algo que emergiu nas narrativas dos participantes do presente estudo. Considerando ainda, o modelo defendido por Hidalgo e colaboradores (2015) em que a terceira etapa está associada à resposta do recetor, em que esta pode ser cognitivo ou emocional, mas que em ambas as situações têm impacto no indivíduo que partilhou, demonstrando assim, que o feedback tem impacto na pessoa podendo influenciar uma posterior partilha .

Para além dos fatores facilitadores, também foram referidos fatores bloqueadores da partilha social de emoções nas redes sociais (7; 23). Os participantes enumeram os seguintes elementos: **preferência pela partilha cara a cara** (4;8), **possíveis consequências negativas** (4;9) e as **características pessoais** (5;6).

No entanto, é importante realçar que apenas um participante que partilha as suas emoções nas redes sociais identificou **possíveis consequências negativas** como um problema associado a este tipo de partilha de emoções (1;3) – e.g. *“Acho que a vida pessoal deve ser de cada um e acho que devemos ter cuidado naquilo que partilhamos e daquilo que sentimos, porque no Instagram temos pessoas que basicamente nos mandam pedidos e nós aceitamos e em principio sabes conhecemos a pessoa e sabemos que é de confiança, só que também há pessoas que só gostam de denegrir as outras e etc. E quando partilhamos algo mais triste ou assim, pode acontecer que essa pessoa faça algum tipo de maldade ou etc.”* (P5M). Este participante tem perceção das possíveis consequências negativa quanto à partilha e para evitá-las apenas partilha nas redes sociais emoções positivas.

Nos discursos e três participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, também foram identificadas **possíveis consequências negativas** como bloqueadoras da partilha (3;6).

As consequências mencionadas pelos participantes podem ser controladas pela forma como é feita a partilha social de emoções nas redes sociais, ou seja, como é feita a partilha pode influenciar o efeitos que poderá ter. Neste seguimento, nos estudos realizados por Van Cleemput (2012), com 78 jovens belgas, e por Vermeulen e colaboradores (2018), com 22 jovens holandeses, os autores referem existir diferenças entre a partilha através das alterações do estado pessoal e a que é realizada através de grupos de chat. Enquanto que o conteúdo partilhado no estado pessoal pode ser replicado, pesquisada e escalável, num grupo de chat, o mesmo pode não acontecer pois considera-se que os elementos associados a um grupo de chat são da confiança do jovem, ou seja, é constituído por amigos (Van Cleemput, 2012; Vermeulen et al., 2018). Três dos quatro participantes que partilham as suas emoções nas redes sociais fazem-no em grupos de chat constituído por amigos, podendo estar associado à confiança e de tal como refere os autores mencionados anteriormente.

Um outro fator bloqueador da partilha social de emoções nas redes sociais identificado nos discursos dos participantes que não partilham foi a **preferência pela partilha cara a cara** (4;8) – e.g. *“Se eu partilhar é tipo com pessoas mais próximos, ou seja, não sou daquela pessoa que vai por qualquer tipo: este dia está-me a correr mal e partilhar para muita gente, não faço isso, ou seja, quando é a partilha mais de emoções e sentimentos não costumo partilhar tanto. Posso fazer isso cara a cara”* (P3M).

De acordo com Choi e Toma (2014), Ellison, Steinfield e Lampe (2007) a preferência dos participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais preferindo fazer antes cara a cara pode estar associada as vantagens associadas como: uma interação mais profunda, um *feedback* mais entusiástico, uma maior descrição da experiência, uma maior capacitação do jovem em atribuir um significado à experiência e, por sua vez, reorganizar a estrutura da memória comparativamente com a partilha social nas redes sociais. Estes elementos podem constituir como motivos para que os participantes do estudo prefiram este tipo de partilha. Contudo, a partilha social de emoções nas redes sociais também apresenta vantagens como um maior controlo do tempo, do lugar, da mensagem, pois há a possibilidade de ler e reler a mensagem antes de enviar ou publicar, levando a que a pessoa envie apenas o que sente como mais confortável (Schouten et al., 2007; Vanden Abeele, Schouten & Antheunis, 2017).

Estes mesmos jovens que não partilham apontaram nos seus discursos para **características pessoais** como sendo um fator bloqueador para esta prática (4;6). Neste ponto, especificaram a introversão (2;4), ou seja, o pouco à vontade para expor as suas emoções nas redes sociais, - e.g. - *“Não, porque sou uma pessoa muito introvertida e não gosto muito de falar daquilo que sinto, principalmente numa rede social, em que muita gente poderia ver. Mesmo agora, acho que não publicaria algo que estivesse a sentir.”* (PIF).

Na perspetiva dos participantes que não partilham as suas emoções nas redes sociais, um jovem que partilha as suas emoções nas redes caracteriza-se por ser uma pessoa extrovertida, tendo assim, à vontade para exprimir as suas emoções. Para Boyd (2014), o temperamento da pessoa influencia a partilha social de emoções nas redes sociais, uma vez que está relacionado com a forma como o indivíduo responde ao ambiente e às mudanças. Neste sentido, pode explicar a perceção dos participantes que não partilham as emoções nas redes sociais de como as características pessoais podem ser um fator que facilitador e também um bloqueador neste tipo de partilha.

Conclusões

O presente estudo exploratório centrou-se na compreensão da partilha social de emoções nas redes sociais, envolvendo 10 jovens, entre os 17 e os 18 anos.

Relativamente às *práticas de partilha social de emoções* nas redes sociais, salientam-se como principais resultados, a “alteração do estado pessoal” e a “partilha através grupos de chat”, sendo partilhadas emoções de valência quer positiva, quer negativa.

O suporte social surgiu como o principal *objetivo subjacente à partilha social de emoções nas redes sociais*.

Por último, importa ainda enfatizar que foram identificados *fatores facilitadores e bloqueadores da partilha social de emoções nas redes sociais*. Assim, as características das pessoas que partilham, tal como a extroversão, bem como as características das redes e o reforço do suporte social, foram os principais fatores facilitadores apontados pelos jovens que partilham emoções nas redes sociais. Quanto aos fatores bloqueadores, os jovens que não partilham as suas emoções nas redes sociais possuem a perceção que essa prática tem consequências negativas para o próprio, referindo preferir fazê-lo na interação cara a cara.

Considera-se que o presente estudo exploratório atingiu os objetivos definidos. Não obstante, limitações possam ser apontadas, nomeadamente ao nível da profundidade alcançada nas entrevistas realizadas.

Em estudos futuros, seria interessante explorar a relação da partilha de emoções nas redes sociais e os tipos de relações que, conseqüentemente, se poderão construir. Outra pista para trabalhos futuros, decorrentes dos resultados do presente estudo, centra-se na compreensão mais aprofundada do impacto psicológico deste tipo de partilha. Com jovens idades inferiores seria também importante a caracterização destas práticas, com vista a contribuir para o enriquecimento de programas de promoção de competências sócio-emocionais em contexto escolar.

Por fim, salienta-se o *suporte social*, considerado, neste estudo, como o principal objetivo da partilha e como uns dos principais fatores facilitadores da mesma, vindo, assim, reforçar o papel das novas tecnologias numa das dimensões-chave do desenvolvimento humano. Este aspeto tem implicações na intervenção psicológica junto de jovens.

Referências Bibliográficas

Abeebe, M. V., Schouten, A. P., & Antheunis, M. L. (2017). Personal, editable, and always accessible: An affordance approach to the relationship between adolescents' mobile messaging behavior and their friendship quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(6), 875-893.

Bazarova, N. N., Choi, Y. H., Schwanda Sosik, V., Cosley, D., & Whitlock, J. (2015, February). Social sharing of emotions on Facebook: Channel differences, satisfaction, and replies. In *Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing* (pp. 154-164). ACM.

Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H., & Cosley, D. (2013). Managing impressions and relationships on Facebook: Self-presentational and relational concerns revealed through the analysis of language style. *Journal of Language & Social Psychology*, 32(2), 121–141.

Boneva, B. S., Quinn, A., Kraut, R., Kiesler, S., & Shklovski, I. (2006). Teenage communication in the instant messaging era. *Computers, phones, and the Internet: Domesticating information technology*, 201.

Boyd, d. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven, CT: Yale University Press.

Brown, B. B., & Klute, C. (2003). Cliques, crowds, and friendships. In G. R. Adams & M. Berzonsky (Eds.), *Handbook of adolescent development* (pp. 330–348). London, England: Blackwell.

Coleman, J. C. (1980). Friendship and the peer group in adolescence. *Handbook of adolescent psychology*, (pp.408-431) England: Lawrence Erlbaum Associates Publishers Hove.

Cordeiro, M. (2009). *O grande livro do adolescente: dos 10 aos 18 anos*. Lisboa: A Esfera dos Livros.

Damásio, A. (2000). *O Erro de Descartes – Emoção, Razão e Cérebro Humano*. Lisboa: Publicações Europa América.

de Melo, J. M. (1970). *Comunicação social; teoria e pesquisa* (Vol. 1). Editôra Vozes.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed., pp. 1-32). United States of America: Sage Publications.

Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766–785.

DeVito, J. A. (2014). *The Interpersonal Communication Book* (13a Edição). Essex: Pearson Education Limited.

Duprez, C., Christophe, V., Rimé, B., Congard, A., & Antoine, P. (2015). Motives for the social sharing of an emotional experience. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(6), 757–787.

Ekman, P. (2011). *A linguagem das emoções* (C. Szlak, Trad.). São Paulo: Lua de Papel. (Obra original publicada 2003).

Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis. *Journal of advanced nursing*, 62 (1), 107-115.

Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranjes, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2017). Nice or naughty? The role of emotions and digital media use in explaining adolescents' online prosocial and antisocial behavior. *Media Psychology*, 20(3), 374-400.

Greving, H., Oeberst, A., Kimmerle, J., & Cress, U. (2018). Emotional content in Wikipedia articles on negative man-made and nature-made events. *Journal of Language and Social Psychology*, 37(3), 267-287.

Grinter, R. E., Palen, L., & Eldridge, M. (2006). Chatting with teenagers: Considering the place of chat technologies in teen life. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 13(4), 423-447.

Guerra, I. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo- sentidos e formas de uso* (1ªed). Estoril: Princípia Editora.

Hartup, W. W. (1996). The company they keep: Friendships and their developmental significance. *Child development*, 67(1), 1-13.

Herbette, G. & Rimé, B. (2004). Verbalization of emotion in chronic pain patients and their psychological adjustments. *Journal of Health Psychology*, 9, 661-676.

Hidalgo, C. R., Tan, E. S. H., & Verlegh, P. W. (2015). The social sharing of emotion (SSE) in online social networks: A case study in Live Journal. *Computers in Human Behavior*, 52, 364-372.

Janesick, V. J. (2000). The choreography of qualitative research design. *Handbook of qualitative research*, 379-399.

Kohn, K., & Morais, C. H. (2007, August). O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.

Kušen, E., Cascavilla, G., Figl, K., Conti, M., & Strembeck, M. (2017, August). *Identifying emotions in social media: comparison of word-emotion lexicons*. In *2017 5th International Conference on Future Internet of Things and Cloud Workshops (FiCloudW)* (pp. 132-137). IEEE.

Lin, H., & Qiu, L. (2012, May). Sharing emotion on Facebook: network size, density, and individual motivation. In *CHI'12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2573-2578). ACM.

Lopes, P. N., Brackett, M. A., Nezlek, J. B., Schütz, A., & Salovey, P. (2004). Emotional intelligence and social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1018-1034.

McLaughlin, C., & Vitak, J. (2012). Norm evolution and violation on Facebook. *New media & society*, 14(2), 299-315.

Quivy, R. & Campenhoudt, L.V. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.

Rieger, D., & Klimmt, C. (2019). The daily dose of digital inspiration: A multi-method exploration of meaningful communication in social media. *New Media & Society*, 21(1), 97-118.

Rimé, B. (2005). *Le partage social des émotions [The social sharing of emotions]*. Paris: Presses Universitaires de France.

Rimé, B. (2009). Emotion Elicits the Social Sharing of Emotion: Theory and Empirical Review. *Emotion Review*, 1, 60-85.

- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage.
- Rodríguez-Hidalgo, C., Tan, E. S., & Verlegh, P. W. (2017). Expressing emotions in blogs: The role of textual paralinguistic cues in online venting and social sharing posts. *Computers in Human Behavior, 73*, 638-649.
- Saldaña, J. (2011). *Fundamentals of qualitative research- Understanding qualitative research*. New York: Oxford University Press.
- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: Developing and testing an "internet-attribute-perception" model. *Media Psychology, 10*, 292-315.
- Simões, J. A., Ponte, C., Ferreira, E., Doretto, J., & Azevedo, C. (2014). *Crianças e meios digitais móveis em Portugal: resultados nacionais do projeto net children go mobile*. Lisboa: CESNOVA.
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association, 36*(1), 143-189.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior, 9*(5), 584-590.
- Van Cleemput, K. (2012). Friendship type, clique formation and the everyday use of communication technologies in a peer group: A social network analysis. *Information, Communication & Society, 15*(8), 1258-1277.
- Vermeulen, A., Vandebosch, H., & Heirman, W. (2017). Shall I call, text, post it online or just tell it face-to-face? How and why Flemish adolescents choose to share their emotions on-or offline. *Journal of Children and Media, 12*(1), 81-97.
- Vermeulen, A., Vandebosch, H., & Heirman, W. (2018). # Smiling, # venting, or both? Adolescents' social sharing of emotions on social media. *Computers in Human Behavior, 84*, 211-219.
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New media & society, 20*(5), 1813-1831.

Wilson, R. L., & Wilson, R. (2014). *Understanding emotional development: Providing insight into human lives*. Hove, England: Routledge.

Woyciekoski, C. & Hutz, C. (2009). Inteligência Emocional: Teoria, Pesquisa, Medida, Aplicações e Controvérsias. *Psicologia: Cit inlexão e Crítica*, 22 (1), 1-11.

Wynn, E., & Katz, J. (2000). Teens on the telephone. *info*, 2(4), 417-429.

Zaki, J., and Williams, W. C. (2013). Interpersonal emotion regulation, *Emotion*, 13, 803–810.

Anexos

Anexo 1: Consentimento informado dos pais



Consentimento Informado

No âmbito do projeto, *Let's live this century*, da Universidade Católica do Porto estamos a desenvolver um estudo que visa explorar os benefícios e os potenciais efeitos negativos dos meios de comunicação eletrónicos.

Deste modo, gostaríamos de solicitar a participação do seu educando numa entrevista que visa a recolha de informação sociodemográfica e um segundo que visa a recolha de informação acerca da perceção da partilha de emoções nas redes sociais por parte dos jovens.

A participação do seu/sua educando(a) é totalmente voluntária e todas as informações dela resultantes totalmente confidenciais.

Asseguramos a possibilidade de recusar a participação ou de desistir a qualquer momento, sem qualquer tipo de consequência.

Encontramo-nos disponíveis para qualquer esclarecimento adicional.

Após a leitura do acima exposto, declaro autorizar a participação do meu/minha educando(a) na presente investigação,

Assinatura: _____

Data: _____



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

PORTO

Consentimento Informado

No âmbito do projeto, *Let's live this century*, da Universidade Católica do Porto estamos a desenvolver um estudo que visa explorar os benefícios e os potenciais efeitos negativos dos meios de comunicação eletrónicos.

Deste modo, gostaríamos de solicitar a sua participação numa entrevista que visa a recolha de informação sociodemográfica e um segundo que visa a recolha de informação acerca da perceção da partilha de emoções nas redes sociais por parte dos jovens.

A sua participação é totalmente voluntária e todas as informações dela resultantes totalmente confidenciais. Asseguramos a possibilidade de recusar a participação ou de desistir a qualquer momento, sem qualquer tipo de consequência.

Encontramo-nos disponíveis para qualquer esclarecimento adicional.

Após a leitura do acima exposto, declaro participar na presente investigação,

Assinatura: _____

Data: _____

Anexo 3: Guião de Semi-Entrevista: Estudo exploratório sobre as Perceção dos jovens face à Partilha Social de Emoções nas Redes Sociais
(Sousa, Campos & Veríssimo, 2019)

Dimensões	Sub-dimensões	Questões Elicitoras Possíveis
Caracterização dos participantes	Informações pessoais	Que idade tens?
		Com quem vives?
		Qual é o teu ano de escolaridade?
		Frequentas alguma atividade extracurricular? Se sim, qual?
		Quantas vezes por semana tens essas atividades?
	Utilização das redes sociais	Que tipo de redes sociais utilizas?
		E qual mais utilizas?
		Em média quantas horas por dia passas nas redes sociais?
		Onde costumavas estar quando usas as redes sociais? (exemplo. casa, escola...)
		O que costumavas fazer nas redes sociais? (ver perfis, comunicar com os amigos, publicar fotos ou alterar o perfil)

Caraterização da Partilha Social de Emoções	Partilha de emoções	Costumas partilhar o que sentes?
	Forma de partilha	De que forma publicaste o que sentias? (alteração do perfil, publicou uma foto ou uma citação...)
		Se nunca publicaste, já alguma vez pensaste em fazê-lo?
	Frequência da partilha de emoções	Se sim, quando é que isso acontece?
Objetivos da Partilha Social de Emoções nas redes sociais	Finalidade da partilha	Quando decidiste publicar o que sentias, o que esperavas que acontecesse?)
		Apesar de nunca teres publicado, porque é que achas que os jovens o fazem?
Fatores que influenciam a Partilha Social de Emoções nas redes sociais	caraterísticas pessoais; os fatores contextuais, normas contextuais, feedback recebido	Quando publicaste o que sentias, o que esperavas que acontecesse?
		A resposta que obtiveste com a tua publicação foi aquilo que tinhas pensado ou idealizado? Porquê?
		Apesar de nunca teres partilhado o que sentias, o que achas que podia acontecer?
Finalização da entrevista	Conclusão	Queres acrescentar mais alguma coisa que consideres relevante? Obrigada pela participação.

Anexo 4: Sistema de categorias

Partilha: 2,5, 7, 8				Não Partilha: 1, 3,4,6,9, 10			
1. Práticas de partilha social de emoções nas redes sociais- Codifica os discursos dos participantes relativos à descrição das formas de partilha social de emoções nas redes sociais.							
Categorias	Descrição	Citações dos que partilham	Fontes	Referências	Citações dos que não partilham	Fontes	Referências
1.1. Práticas de partilha social de emoções nas redes sociais	Codifica os discursos dos participantes relativos ao seu comportamento relativo à partilha social de emoções.		(P2F, P5M, P7M, P8F)	4			
1.1.1. Partilha de emoções nas redes sociais	Codifica os discursos dos participantes que partilham socialmente as suas emoções nas redes sociais.	<i>“Normalmente tem haver com o estado emocional atual, se estou por exemplo positiva, compartilho coisas mais positivas, quando estou mais em baixo partilho também público. Tem mais a haver com o meu estado de humor.”</i> (P8F)	(P2F, P5M, P7M, P8F)	4	_____	_____	_____
1.1.2. Não partilha as	Codifica os discursos dos participantes que não	_____	_____	_____	<i>“Não, não tenho muito esse hábito de partilhar aquilo que estou a sentir nas redes sociais.”</i> (P9)	(P1F, P3M, P4M, P6F, P9F, P10F)	9

emoções nas redes sociais	partilham socialmente as emoções nas redes sociais.						
1.2. Estratégias de Partilha Social de Emoções	Codifica os discursos dos participantes referentes à forma como é feita a partilha de emoções nas redes sociais.		(P2F, P5M, P8F)	8		(P4M; P6F, P9F, P10F)	6
1.2.1. Alteração do estado pessoal	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que partilham as suas emoções alterando o seu perfil.	<i>“(tem uma conta pessoal e uma conta secundária que é só para os amigos mais próximos). Aí já posso partilhar porque já tenho mais confiança com eles e na conta principal há pessoas que não me dou assim tão bem o que faz com que eu não publique tanto nessa conta.”</i> (P5M)	(P2F, P5M, P8F)	4	<i>“(redes sociais) Aquilo é mais só para escrever, eu não uso muito, por isso não sei. Mas é mais para as pessoas escreverem aquilo que fazem diariamente, o que gostam e aquilo que sentem.”</i> (P6F)	(P4M; P6F, P9F, P10F)	5
1.2.1.1. Imagem e descrição	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais é feita	<i>“Utilizei a minha conta do Instagram, coloquei uma foto do meu gato a perguntar se alguém o tinha visto e realmente ele acabou por aparecer.”</i> (P2F)	(P2F, P8F)	4	<i>“Vê-se muito publicações de fotos, às vezes delas próprias e depois fazem uma descrição ou então escrevem um texto e põem efeitos à volta e publicam isso como se fosse uma foto.”</i> (P9F)	(P9F)	1

	através da alteração do estado de pessoal, onde é publicado uma imagem e uma descrição.						
1.2.1.2. Texto	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais é feita pela alteração do estado pessoal, através de um texto.	<i>“Há pessoas que partilham várias coisas e há outras que vão lá dar um comentariozinho porque o dia está a correr bem e pronto.” (P8F)</i>	(P8F)	2	<i>(como é feito a partilha de emoções nas redes sociais)”Mais em forma de texto.”(P10F)</i>	(P4M, P6F; P10F)	3
1.2.1.3. Partilhar músicas	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais é feita	<i>“Não sou uma pessoa de me expor tanto, por isso só posto músicas quando estou mais animado.” (P5M)</i>	(P5M)	1	_____	_____	_____

	pela publicações de músicas.						
1.2.2. Grupos de chat	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam a partilha através de grupos de amigos, por mensagens de texto ou de voz.	<i>“(...) por mensagens privadas nas redes sociais, em grupos em que eu conheço as pessoas e estou mais à vontade para partilhar.” (P8)</i>	(P2F, P7M, P8F)	10	_____	_____	_____
1.2.2.1. Texto	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais é feita por texto.	<i>“O Discord acaba por ser melhor porque pode se falar por voz, falar por texto é um bocado esquisito para mim de vez em quando, mas só nessas duas.”(P7M)</i>	(P2F, P7M, P8F)	5	_____	_____	_____
1.3. Redes Sociais utilizadas para a partilha social de emoções	Refere-se aos discursos dos participantes relativos à plataforma online em que ocorre a partilha.		(P2F, P5M, P7M, P8F)	10		(P3M, P4M, P6F; P9F, P10F)	13

1.3.1. Twitter	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao Twitter como meio de partilha social de emoções.	<i>“Acho que pode ser para todas as situações, mas o Twitter é sem dúvida em que há partilha de emoções, principalmente em situações de conflito com outros, por ser uma rede que permite publicar aquilo que a pessoa quer, através de frases, palavras, ou seja, dizermos aquilo que queremos sem que seja bloqueado. Permite assim, uma liberdade que facilita a partilha.”</i> (P5)	(P2F, P5M, P8F)	5	<i>“Acho que pode ser para todas as situações, mas o Twitter é sem dúvida em que há partilha de emoções (...)”</i> (P4M)	(P3M, P4M, P6F; P9F, P10F)	13
1.3.2. Instagram	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao Instagram como meio de partilha social de emoções.	<i>“Utilizei a minha conta do Instagram, coloquei uma foto do meu gato a perguntar se alguém o tinha visto e realmente ele acabou por aparecer.”</i>	(P2F)	1	_____	_____	_____
1.3.3. Tumblr	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao Tumblr como meio de	<i>“Vou falar mais do Tumblr, porque é aquele que uso mais, não sei se é mais para ter um safe space, não sei se posso dizer que é assim. É uma página que é minha, que vou montando. Tipo um</i>	(P8F)	2	_____	_____	_____

	partilha social de emoções.	<i>diário de coisas que eu gosto.”</i>					
1.3.4. WhatsApp	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao WhatsApp como meio de partilha social de emoções.	<i>“O que estou a sentir... se calhar se tiver que falar com um amigo, talvez use o WhatsApp ou mesmo no Discord.” (P7M)</i>	(P7M)	2	_____	_____	_____
1.3.5. Snapchat	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao Snapchat como meio de partilha social de emoções.	<i>“(de que forma publicaste essa noticia). Através do grupo do grupo de Snapchat” (P2F)</i>	(P2F)	1	_____	_____	_____
1.3.6. Discord	Refere-se aos discursos dos participantes relativos ao Reddit como meio de partilha social de emoções.	<i>“O que estou a sentir... se calhar se tiver que falar com um amigo, talvez use o WhatsApp ou mesmo no Discord.” (P7M)</i>	(P7M)	3	_____	_____	_____

1.4. Valência emocional da Partilha Social de Emoções nas redes sociais	Codifica os discursos dos participantes referentes à valência das emoções em que ocorre a partilha nas redes sociais.	(P2F, P5M, P7M, P8F)	11		(P3M, P4M; P6F, P9F, P10F)	6	
1.3.1. Emoções valência positiva	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais é apenas de emoções positivas	<i>“Não sou uma pessoa de me expor tanto, por isso só posto músicas quando estou mais animado.”</i> (P5M)	(P5M)	1	<i>(pessoas partilham mais emoções positivas do que negativas) “Sim. Porque as pessoas preferem ver coisas positivas do que as negativas.”</i> (P6F)	(P6F)	3
1.3.2. Emoções de valência positiva e negativa	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a partilha nas redes sociais tanto pode ser de emoções positivas como negativas.	<i>“Acho que pesando na balança, acho que deveria ser mais positivo, mas nem sempre é assim, porque há situações em que colocam coisas menos positivas”.</i> (P2F)	(P2F, P5M, P7M; P8F)	11	<i>“há uma partilha tanto de emoções positivas e negativas.”</i> (P4M)	(P3M, P9F, P10F)	3

2. Objetivos subjacentes à partilha social de emoções nas redes sociais- codifica os discursos dos participantes referentes ao intuito da partilha social de emoções nas redes sociais							
Categorias	Descrição	Citações dos que partilham	Fontes	Referências	Citações dos que não partilham	Fontes	Referências
2.1. Externalizar emoções	Refere-se aos discursos dos participantes referentes à partilha emocional nas redes para <i>desabafar</i> .	<i>“Por exemplo no Reddit gosto de procurar coisas engraçadas, para me sentir bem e também depois acabo por partilhar isso com os meus amigos e mesmo quando estou mais em baixo.”</i> (P7M)	(P7M)	1	<i>“ Acho que é mais para desabafar. Mas para mim é muito mais benéfico falar com um amigo pessoalmente do que através das redes sociais”</i> (P10F)	(P3M, P4M, P9F,P10F)	5
2.2. Procurar suporte social	Refere-se aos discursos dos participantes referentes à partilha emocional nas redes sociais para suporte social.	<i>“para me sentir bem e também depois acabo por partilhar isso com os meus amigos e mesmo quando estou mais em baixo, acaba por me fazer sentir melhor.”</i> (P7M)	(P7M) (P2F, P8F)	5	<i>“Sem ser desabafar e chamar a atenção... não sei se há mais, se calhar estar às vezes em baixo, às vezes diz para alguém o ajudar, mas não sei.”</i> (P3M)	(P3M, P4M, P9F)	6
2.3. Objetivo indefinido	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que há um objetivo na	_____	_____	_____	<i>“Não sei. Deve haver algum objetivo, porque acho que nós fazemos tudo com algum objetivo”</i> (P1F).	(P1F, P6F)	2

	partilha, porém não conseguem especificá-lo.						
3. Fatores que influenciam a Partilha Social de Emoções nas redes sociais- Codifica os discursos dos participantes referentes aos fatores que influenciam a partilha social de emoções nas redes sociais							
Categorias	Descrição	Citações dos que partilham	Fontes	Referências	Citações dos que não partilham	Fontes	Referências
3.1. Fatores que facilitam a partilha social de emoções nas redes sociais	Codifica os discursos dos participantes referentes aos fatores que facilitam a partilha.		(P2F, P5M, P7M, P8M)	19		(P1F, P3M, P4M, P9F, P10)	19
3.1.1. Características das redes sociais	Refere-se aos discursos dos participantes em que estes identificam características redes sociais como facilitadores da partilha.	<i>“Acho que pode ser para todas as situações, mas o Twitter é sem dúvida em que há partilha de emoções, principalmente em situações de conflito com outros, por ser uma rede que permite publicar aquilo que a pessoa quer, através de frases, palavras, ou seja, dizermos aquilo que queremos sem que seja bloqueado. Permite</i>	(P2F, P5M, P7M, P8M)	11	<i>“É por isso que eu não uso tanto o Twitter, porque lá está é onde as pessoas colocam aquilo que estão a sentir naquele momento, tipo aquelas frases.” (P3M)</i>	(P3M, P4M, P9F, P10)	11

		<i>assim, uma liberdade que facilita a partilha.” (P5M)</i>					
3.1.2. Caraterísticas pessoais	Refere-se aos discursos dos participantes em que estes identificam características pessoais como facilitadores da partilha nas redes sociais.	<i>“Eu acho que as pessoas que partilham nas redes sociais não se importam de expor a sua vida e então com não têm medo de partilharem tudo, porque tem essa confiança que ninguém lhes vai fazer mal. Mas, como eu disse anteriormente, somos todos diferentes e há pessoas com mais segurança do que outras. Isso depende da pessoa e daquilo que quer expor.” (P5M)</i>	(P5M, P7M, P8F)	4	<i>“Têm aquela mentalidade que acham, que podem e devem partilhar tudo e mais alguma coisa e às vezes até em excesso e poderá ter consequências no futuro.” (P4M)</i>	(P1F, P3M, P4M, P10F)	6
3.1.3. Reforço do suporte social	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam que a resposta obtida influencia uma futura partilha de emoções.	<i>“Não é que partilhe com muita regularidade, mas normalmente o feedback que eu recebo é positivo, por isso, acaba por ajudar-me.” (P8F)</i>	(P2F, P7M, P8F)	4	<i>“Quando alguém partilha algo mais negativo, a gente vai lá e dirige algumas palavras, os sentimentos, digamos assim.” (P4M)</i>	(P4M, P6F, P9F)	3

3.2. Fatores bloqueadores da Partilha Social de Emoções nas redes sociais	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam motivos para a não partilha social de emoções nas redes sociais	(P5M)	3		(P1F; P3M, P4M, P6F, P9F, P10F)	20	
3.2.1. Preferência pela partilha cara a cara	Refere-se aos discursos dos participantes que referem preferir partilhar as suas emoções presencialment e em detrimento de o fazerem nas redes sociais.				<i>“Se eu partilhar é tipo com pessoas mais próximos, ou seja, não sou daquela pessoa que vai por qualquer tipo: este dia está-me a correr mal e partilhar para muita gente, não faço isso, ou seja, quando é a partilha mais de emoções e sentimentos não costumo partilhar tanto. Posso fazer isso cara a cara” (P3M)</i>	(P3M, P4M, P6F, P9F)	8
3.2.2. Possíveis consequências negativas	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam consequências negativas inerentes à	<i>“Acho que a vida pessoal deve ser de cada um e acho que devemos ter cuidado naquilo que partilhamos e daquilo que sentimos, porque no Instagram temos pessoas que basicamente nos mandam pedidos e nós</i>	(P5M)	3	<i>“Têm aquela mentalidade que acham, que podem e devem partilhar tudo e mais alguma coisa e às vezes até em excesso e poderá</i>	(P1F, P4M, P10F)	6

	partilha social de emoções nas redes sociais.	<i>aceitamos e em principio sabes conhecemos a pessoa e sabemos que é de confiança, só que também há pessoas que só gostam de denegrir as outras e etc. E quando partilhamos algo mais triste ou assim, pode acontecer que essa pessoa faça algum tipo de maldade ou etc.” (P5M)</i>			<i>ter consequências no futuro.” (P4M)</i>		
3.2.3. Características pessoais	Refere-se aos discursos dos participantes que identificam as características pessoais como um bloqueador da partilha de emoções nas redes sociais.	_____	_____	_____	<i>“Não, porque sou uma pessoa muito introvertida e não gosto muito de falar daquilo que sinto, principalmente numa rede social, em que muita gente poderia ver. Mesmo agora, acho que não publicaria algo que estivesse a sentir.” (P1F)</i>	(P1F, P3M,P6F, P9F)	6