

## **Mídia e Sexting: uma revisão sistemática analisada pelo enfoque da comunicação e consumo<sup>1</sup>**

Clóvis Teixeira Filho<sup>2</sup>  
Centro Universitário Internacional - UNINTER

### **Resumo**

A conexão ubíqua e as alterações sociais que ampliaram a configuração da subjetividade pelo olhar do outro, estabelecem novas práticas de consumo, incluindo o midiático. Uma das práticas que tem sido estudada é o *sexting*, que se configura como envio, recebimento, postagem ou compartilhamento de mensagens com conteúdo sensual ou erótico. O objetivo deste estudo é verificar o estado do conhecimento envolvendo a relação entre mídia e *sexting*, a partir das pesquisas realizadas sobre o tema. A metodologia utilizada foi uma revisão sistemática de literatura, que possibilitou a classificação das variáveis e as proposições para a continuidade de análises. Como principais considerações destacam-se os fatores midiáticos como antecedentes da prática de *sexting*, a moderação de variáveis demográficas; e a percepção sobre *sexting* como variável dependente.

**Palavras-chave:** consumo digital, *sexting*, mídia, jovem

### **Introdução**

As transformações tecnológicas e sociais ocorridas nos últimos anos, reconfiguram o consumo de produtos tangíveis e intangíveis, incluindo a comunicação como aspecto central dessa conjectura. Para Castells (2001) o aumento do fluxo de informações e os avanços da tecnologia digital influenciam a forma com que as pessoas se relacionam e se comunicam. Ainda segundo o autor, a comunicação como espetáculo é potencializada pela sociedade em rede. Dessa forma, as relações e as comunicações entre pessoas estão imersas no entretenimento e na exposição.

A mídia configura-se no cenário pós-moderno de forma institucionalizada e ativa, ditando padrões em uma sociedade embasada na aparência e na imagem, em que a identidade é constituída pela representação de papéis (KELLNER, 2001). Soma-se à essa questão a possibilidade de convergência e a conexão contínuas em cibridismo com os aspectos da vida não digital (JENKINS, 2009). Assim, as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) possibilitam ampliar o desejo coletivo, atuando como dispositivos convergentes em uma relação concomitante entre o digital e o material. O

<sup>1</sup>Trabalho apresentado ao GP de Comunicação e Cultura Digital (Cibercultura), do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup>Professor dos cursos de Administração e Publicidade e Propaganda da UNINTER, assim como integrante do Grupo de Pesquisa ECCOS - Estudos sobre Comunicação, Consumo e Sociedade (UFPR). E-mail: clovistf@hotmail.com

alto fluxo de informação e os comportamentos que o acompanham são perceptíveis não apenas do ponto de vista da abstração teórica, mas na rotina dos indivíduos.

Uma das práticas que tem sido enunciada nesse contexto é o *sexting*, envolvendo tanto pesquisadores, como pais e organizações escolares em contato com crianças e jovens. *Sexting* é o envio, recebimento, postagem ou compartilhamento de texto, foto ou vídeo, de outros ou da própria pessoa, contendo conteúdo sexualmente explícito ou sugestivo (PESKIN et al., 2013). Diversos autores relatam a cultura midiática como influenciadora do *sexting*, ainda que não forneçam um corpo de estudo voltado à comunicação (e.g. ABEELE et al., 2014; OUYTSEL; PONNET; WALRAVE, 2014). Ademais, amplia-se a relevância do tema ao analisar que o predomínio da sua prática envolve jovens.

O estudo da *Pew Research Center* expõe que a participação das TDIC, em especial o telefone celular, é crescente na vida do jovem e que um a cada seis usuários nessa faixa etária já declarou ter recebido mensagens desse tipo (LENHART, 2009). Além da prática ser disseminada entre jovens e progredir naqueles com idade entre 20 a 26 anos, os motivos sinalizam despreocupação por parte desse público, que relaciona a atividade com diversão e conquista sexual (THE NATIONAL CAMPAIGN, 2017). Assim, parece pertinente olhar para o consumo material e midiático de forma concomitante e entender que sua prática não apenas se configura como troca econômica, mas também como dispositivos simbólicos da formação da subjetividade em um contexto de aparente displicência.

O consumo influencia a formação de identidade em que a comunicação está presente do ponto de vista tecnológico e discursivo. Cabe ressaltar o risco envolvendo a subjetividade do público jovem. Como relatam Castro e Setyon (2014, p. 71) “num contexto onde juventude, beleza e sucesso são palavras de ordem – atributos reconhecidamente indispensáveis no ideário da qualidade de vida – as mais diversas práticas de consumo figuram como investimentos constantes no aprimoramento do eu”.

A partir da relevância do tema e da intersecção entre os construtos, o presente estudo busca verificar o estado do conhecimento envolvendo a relação entre mídia e *sexting*. Destacam-se como contribuições dessa pesquisa a avaliação da produção científica sobre o tema até o momento; a caracterização dos construtos mídia e *sexting*; a interpretação e a explicação de um fenômeno contemporâneo.

---

## Consumo das TDIC entre o Público Jovem

O uso de Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) pelos jovens ampliou nos últimos anos, possibilitando práticas diferenciadas, mas também gerou preocupação quanto à dependência da tecnologia. O jovem assume posição de destaque na adoção, desenvolvimento e disseminação de novas tecnologias e, ainda que existam lacunas na democratização digital, já se pode falar da influência de uma cultura global da juventude baseada na mídia (ONU, 2005). No Brasil, o público é o que consome com maior intensidade a internet, dedicando-se principalmente às redes sociais por meio da crescente utilização de tecnologia móvel, em especial o celular (BRASIL, 2014).

A conjectura do consumo digital despertou pesquisadores para o entendimento dos aspectos positivos e negativos atrelados aos comportamentos de jovens. Valkenburg e Peter (2011), por exemplo, relatam como oportunidades da comunicação *online* o aumento da autoestima, a formação de relacionamento e a qualidade da amizade e o conhecimento sexual do indivíduo, ao mesmo tempo em que estão presentes como riscos o *cyberbullying* e apelos sexuais indesejados. Nesse sentido, o assunto tem sido tratado igualmente por organizações em contato com agentes públicos.

A Organização das Nações Unidas (2005) expõe quatro pilares para a reflexão sobre as TDIC: proteção, provisão, participação e educação referente aos direitos de mídia dos jovens. Além disso, ainda relata que o ativismo digital tem sido um importante meio de expressão desse público para alterar sua realidade. Assim, verifica-se que o contato da juventude com a tecnologia se divide entre práticas positivas e negativas, o que justifica a reunião de esforços de diferentes agências no contexto midiático.

Do ponto de vista comunicacional a formação da identidade por meio da cultura midiática tem se destacado. O jovem está em um momento de transformação em sua vida e os produtos podem reforçar o posicionamento frente à realidade. Na juventude existe a condição de construção fundamental do simbólico e do ideológico, que encontra no consumo uma de suas representações. Contudo, são sujeitos ativos, que se apropriam dos elementos sociais, os interpretam e dão sentido para sua formação (DAYRELL, 2003).

A consequência pós-moderna da formação e reformulação constante da identidade leva a relações globais do espaço em um tempo ditado pelo dinamismo, assim como vê no outro, na mídia e na tecnologia a capacidade de extensão da identidade e reconhecimento. São esses os mecanismos de desencaixe e flexibilidade que ampliam o papel da mídia (GIDDENS, 1991; HALL, 1998). Esse cenário possibilita a ampliação

da interação entre enunciador e enunciatário no ambiente digital em que o jovem desbrava a autoexposição e autoexpressão (LEMOS; CUNHA, 2003). Dessa forma, a subjetividade tem sido mediada pela tecnicidade comunicativa, que altera as rotinas de tempo e espaço, utilizando a imagem como aspecto predominante (MARTÍN-BARBERO, 2006).

O desafio em trabalhar a relação das TDIC com o público jovem reflete em outros agentes próximos em contato com a cultura midiática, como os pais e as organizações educacionais. Esse processo de relação no ambiente pós-moderno é traduzido por Bacegga (2010, p. 51):

O processo de socialização, que envolve várias agências, sobretudo a escolar e a familiar, além da religiosa, tem encontrado no aparato midiático – hoje, o fio mais forte do tecido da cultura – uma outra agência, que se sobrepõe às demais e envolve a todos: professores e alunos e pais, com grande repercussão na formação dos sujeitos sociais.

A mídia, portanto, não se estabelece na pós-modernidade como um dos elementos possíveis de mediar a identidade, mas é ela que tem envolvido os demais elementos de influência da subjetividade, ocupando o papel central. É nesse sentido que cabe ao pesquisador da área de comunicação entender as relações de consumo material e midiático na contemporaneidade, considerando como os produtos têm sido utilizados como “próteses identitárias” por jovens (SZAPIRO; REZENDE, 2010) ou em que medida as apropriações têm auxiliado na formação de sujeitos sociais.

### **Práticas de Consumo e a Percepção do *Sexting* por Jovens**

O comportamento digital de *sexting* é possibilitado pelo desenvolvimento tecnológico, mas subjaz as características dos praticantes. Em especial, a prática está concentrada em jovens adultos e adolescentes (GÁMEZ-GUADIX et al., 2015). Rocha e Pereira (2009) citam valores relacionados ao jovem que auxiliam a entender suas práticas de consumo. Entre elas, a afetividade, a insegurança, a liberdade e o poder são valores que permeiam o sexo por mensagem. No mesmo sentido de ponderar os motivos que levam à prática de *sexting*, o entendimento do jovem sobre sua realidade pode auxiliar. Nesse sentido Szapiro e Rezende (2010) elucidam que as características jovens estão relacionadas às condições pós-moderna, como o pensamento liberal, o hedonismo e o foco em consequências mais imediatas de seus atos.

As pesquisas realizadas sobre o tema destacam a prática atrelada à participação em redes sociais (DIR et al., 2013; JEWELL; BROWN, 2013; STRASSBERG et al.,

2013; DIR; CYDERS, 2014; MORELLI et al., 2016) e ao envio de imagens como ferramenta de conquista ou presente sexual (THE NATIONAL CAMPAIGN, 2017). Ainda como características são expostas diferenças entre a prática por gênero, em que o gênero masculino tende a praticar com mais intensidade as atividades (TEIMOURI et al., 2016), assim como condição de relacionamento, em que pessoas em um relacionamento tendem a praticar mais essa atividade (THE NATIONAL CAMPAIGN, 2017; HUDSON; FETRO; OGLETREE, 2014), o mesmo que ocorre com homossexuais e bissexuais (DIR et al., 2013; GÁMEZ-GUADIX et al., 2015).

Outro aspecto avaliado nos estudos de *sexting* é a percepção dos jovens sobre essa prática. Observa-se que tanto homens quanto mulheres acreditam que a mulher é a mais prejudicada (WEI; LO, 2013) e quanto maior o envolvimento nessas ações, mais percebem como positivas as características de quem as praticam (WALRAVE et al., 2015).

Ao mesmo tempo em que a mídia possibilita a prática, ela não está presente apenas como cenário, mas se configura também como influenciadora. Diversos autores (ABEELE; ROE; EGGRMONT, 2012; STRASSBERG et al., 2013; WEI; LO, 2013; OUYTSEL; PONNET; WALRAVE, 2014; REED; TOLMAN; WARD, 2016) retratam a relação positiva entre o uso das TDIC e a prática de *sexting*, além da avaliação da dependência do celular pelos praticantes (ABEELE; ROE; EGGRMONT, 2012). O conteúdo midiático, ainda que menos presente no referencial teórico, pode ser considerado como influenciador. Jovens que consomem pornografia tendem a praticar mais *sexting* (OUYTSEL; PONNET; WALRAVE, 2014; MORELLI et al., 2016), especialmente o gênero masculino.

A partir da literatura da área é possível verificar que o olhar do outro por meio das TDIC tem se tornado um dispositivo da sexualidade (AGAMBEN, 2013; FOUCAULT, 2014), que evidencia a relação saber/poder envolvida na cultura de si (FOUCAULT, 2014). A cultura da mídia também expõe a postura ativa do enunciatário, dando espaço ao dialogismo entre a expectativa e a prática de *sexting* na relação entre as partes envolvidas (BAKTHIN, 2004), novamente tendo no olhar do outro e na interação com os discursos midiáticos a formação de identidades. Em um ambiente pós-moderno em que a mídia é ao mesmo tempo a origem do *sexting*, por conta das TDICs, e sua influenciadora por meio da modelagem cultural, é necessário entender como os elementos comunicacionais estão presentes no cotidiano juvenil.

## Metodologia

A partir do objetivo deste estudo foi adotada uma metodologia exploratória por meio da revisão sistemática de literatura. As revisões sistemáticas envolvem objetivos como a consolidação dos resultados em um campo de conhecimento, a identificação de lacunas, o desenvolvimento do tema ao longo do tempo e seu estado atual, além da geração de agendas de pesquisas (LEVY; ELLIS, 2006). Dessa forma, objetos de estudo em fase inicial de desenvolvimento podem ser beneficiados ao entender as contribuições que têm sido efetuadas, assim como convergências obtidas em diferentes estudos.

As revisões podem assumir papel de configuração e agregação da teoria, como sugerem Gough, Thomas e Oliver (2012). Além disso, o método afasta a subjetividade de seleção e decisão sobre qual literatura utilizar por parte do pesquisador. Este estudo centraliza a comunicação como objeto, assim como assume sua complexidade em relação com outras áreas do conhecimento. O detalhamento a seguir, apresenta a equação da pesquisa, seu âmbito, os critérios de inclusão, exclusão e tratamentos realizados.

A operacionalização metodológica foi dividida em duas etapas. Na primeira, foram selecionadas duas bases de dados de citações - SCOPUS e *Web of Science* – tendo em vista que a primeira é a maior base de dados do mundo (SCOPUS, 2017) e a segunda é propriedade da Thonsom Reuters, que mensura o fator de impacto das revistas científicas, também sendo uma das maiores do mundo (WOS, 2017), ambas com avaliação de pares. Essa busca ocorreu com as palavras em língua inglesa *sexting* e *media*, no campo assunto, utilizando o operador lógico booleano “and”, considerando apenas os artigos publicados em periódicos científicos como critério de inclusão, sem delimitação temporal.

Na primeira fase foram consideradas todas as áreas de conhecimento alocadas nas bases de dados, uma vez que a condição das duas palavras presentes nos artigos de forma concomitante direcionava a busca. É relevante ressaltar que a revisão priorizou os estudos publicados internacionalmente em língua inglesa, o que não limita a possibilidade de pesquisadores de várias nacionalidades estarem presentes nessas publicações. A partir dessa busca foi realizado um mapeamento bibliográfico por palavras a partir do *software* VOSViewer (VAN ECK; WALTMAN, 2010). Para o mapeamento foram selecionados títulos e resumos, método de contagem binário e número mínimo de oito ocorrências por termo, além da definição de quatro termos para o mínimo de formação de um *clusters* e

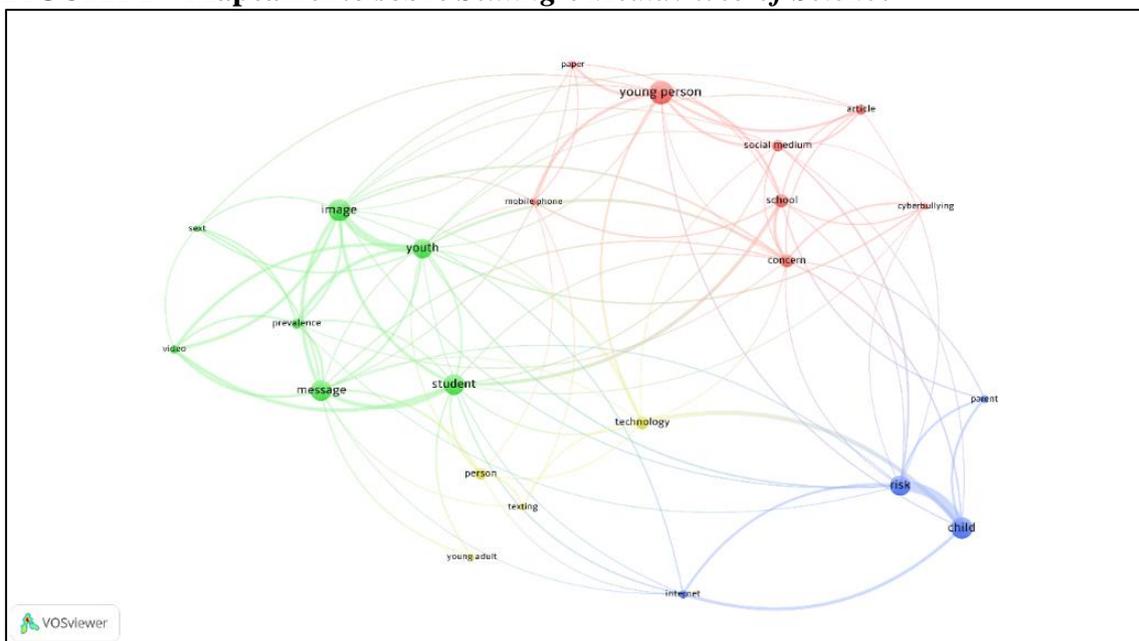
cem laços entre nós para o desenho da rede. O método de mapeamento utilizado foi o de associação.

A segunda etapa analisou apenas os artigos publicados em periódicos da área de Ciências Sociais e periódicos interdisciplinares, delimitando os estudos nas bases indicadas. Desse filtro foram analisados vinte e três estudos, excluindo-se as duplicidades. Foram considerados para o detalhamento, apenas os artigos que efetuaram estudos empíricos, sejam eles descritivos ou experimentais, com a intenção de avaliar os resultados alcançados após validação. Posteriormente, as variáveis contidas nos artigos foram classificadas para entender como mídia e *sexting* estão presentes nos estudos, assim como quais as variáveis consequentes avaliadas e os dados demográficos que podem influenciar as relações.

### Resultados e Discussão

A primeira etapa resultou em sessenta artigos científicos da base *Web of Science* e setenta e um da SCOPUS. Mesmo sem a delimitação temporal o período de publicação está concentrado entre os anos de 2010 a 2017, o que reflete a contemporaneidade do tema.

**FIGURA 1 – Mapeamento sobre *Sexting e Media: Web of Science***



Fonte: elaborado pelo autor a partir do *software* VOSViewer

O mapeamento da Figura 1 reflete o resultado obtido com as publicações da *Web of Science*, que expõe quatro segmentos, nomeados pelo autor como: jovens e meios



A segunda etapa da análise selecionou apenas os artigos de periódicos das Ciências Sociais ou interdisciplinares, que contaram com pesquisas quantitativas (descritiva ou experimental) com a finalidade de compreender a disposição de variáveis na relação entre mídia e *sexting*, bem como os resultados obtidos. Foram classificados o contexto de estudo, os objetivos e as variáveis que foram validadas em seus resultados. O Quadro 1 apresenta os artigos analisados nessa fase. Para isso, foi elaborado também um quadro sinótico, detalhando cada um dos artigos, conforme seus objetivos, corpus utilizado, amostra e caracterização de variáveis, extraído do presente artigo por conta da delimitação de páginas.

### QUADRO 1 – Artigos Analisados na Segunda Etapa da Pesquisa

Wysocki e Childers (2011) <i>Sexuality &amp; Culture</i>	Walrave, Heirman e Hallam (2013) <i>Behaviour &amp; Information Technology</i>	Ouytsel, Ponnet e Walrave (2014) <i>Cyberpsychology, behavior, and social networking</i>	Walrave et al. (2015) <i>Telematics and Informatics</i>
Abeele, Roe e Eggrmont (2012) <i>The European Journal of Communication Research</i>	Wei e Lo (2013) <i>International Journal of Mobile Communications</i>	Strohmaier, Murphy e DeMatteo (2014) <i>Sexuality Research and Social Policy</i>	Teimouri et al. (2016) <i>Child Indicators Research</i>
Strassberg et al. (2013) <i>Archives of Sexual Behavior</i>	Abeele et al. (2014) <i>Media Psychology</i>	Zemmels e Khey (2014) <i>American Journal of Criminal Justice</i>	Ging e Norman (2016) <i>Feminist Media Studies</i>
Dir et al. (2013) <i>Cyberpsychology, behavior, and social networking</i>	Dir e Cyders (2014) <i>Archives of Sexual Behavior</i>	Gómez-Guadix et al. (2015) <i>Sexuality Research and Social Policy</i>	Morelli et al. (2016) <i>Sexuality Research and Social Policy</i>
Jewell e Brown (2013) <i>Sex Roles: a journal of research</i>	Hudson, Fetro e Ogletree (2014) <i>American Journal of Health Education</i>	Nielsen, Paasonen e Spisak (2015) <i>Sex Education - Sexuality, Society and Learning</i>	Reed, Tolman e Ward (2016) <i>Violence Against Women</i>
Peskin et al. (2013) <i>Cyberpsychology, behavior, and social networking</i>	Joyce e Harwood (2014) <i>Journal of Media Psychology</i>	Seiler (2015) <i>Cyberpsychology, behavior, and social networking</i>	

**Fonte:** elaborado pelo autor

Verifica-se como características gerais a concentração de levantamentos de campo (*survey*), de análise temporal transversal, com respondentes jovens, aplicados predominantemente nos EUA, Bélgica e Austrália, em organizações educacionais. Os artigos estão concentrados no período de 2011 a 2016 e corroboram o mapeamento anterior, elucidando temas como *bullying*, comportamentos abusivos e nocivos, uso de tecnologia digital.

Mesmo os estudos envolvendo adultos, incluem o público jovem e fornecem atenção especial ao tratamento dos dados nessa faixa etária. Assim, esta pesquisa reflete o público predominante dos estudos até o momento. Os termos centrais dos mapeamentos anteriores (tecnologia, telefone celular, internet, sexo) são encontrados nos contextos

estudados, ainda que muitos artigos apresentem a tecnologia apenas como justificativa e não como objeto de estudo.

Como convergência entre os objetivos dos artigos está a investigação da existência de *sexting* e a descrição envolvendo características demográficas, além da investigação dos elementos que podem influenciar essa prática, com predomínio aos construtos psicológicos. No entanto, apenas nove dos vinte e três estudos avaliam as consequências da prática de *sexting*. A mídia está presente em doze artigos como variável analisada diretamente. As demais pesquisas embora citem o termo, não o apresentam nas variáveis observáveis. Essa condição reforça a necessidade de uma agenda convergente à comunicação. Além disso, apenas cinco revistas científicas de todos os estudos são dedicadas à comunicação ou à mídia.

Tendo em vista a relevância do tema, assim como a escassez de propostas que envolvam a comunicação, foram caracterizadas as variáveis e propostos direcionamentos a partir dos resultados analisados. Os aspectos relacionados à mídia são caracterizados como influenciadores da prática de *sexting* em duas dimensões. A primeira concentra a característica de intensidade de contato com diferentes meios e *gadgets* (WYSOCKI; CHILDERS, 2011; ABEELE; ROE; EGGMONT, 2012; STRASSBERG et al., 2013; OUYTSEL; PONNET; WALRAVE, 2014; REED, TOLMAN; WARD, 2016). Entre esses estudos a frequência de acesso à internet, intensidade de uso da telefonia móvel e a participação em redes sociais se destacam.

A segunda dimensão está associada à intensidade de consumo dos conteúdos presentes nas mídias, como pornografia ou vídeos musicais, por exemplo (WYSOCKI; CHILDERS, 2011; ABEELE et al., 2014; OUYTSEL; PONNET; WALRAVE, 2014; TEIMOURI et al., 2016). Assim, de um lado temos a influência da sociedade em rede e as transformações sociais fomentadas por ela (CASTELLS, 2001; MARTÍN-BARBERO, 2006; JENKINS, 2009), enquanto de outro a cultura midiática e suas representações (HALL, 1998; KELLNER, 2001).

Quanto à prática de *sexting*, verifica-se que estudos iniciais (WYSOCKI; CHILDERS, 2011; ABEELE; ROE; EGGMONT, 2012) consideravam apenas o envio ou recebimento de mensagem com conteúdo sexual. As variáveis presentes no esforço de descrição do construto caminharam para maior detalhamento dessa prática até 2013 (e.g. PESKIN et al., 2013). Assim, compreendem não apenas o envio, como também o recebimento, a postagem em redes sociais ou outros meios, e o compartilhamento com

outras pessoas. Esse detalhamento auxilia também o estudo de expectativas, motivações ou conseqüentes da prática.

A proposta de Dir et al. (2013) apresenta ainda a coleta de número de parceiros de *sexting*. Nesse sentido, o construto engloba variáveis de envio, recebimento, compartilhamento e postagem de texto, fotos e vídeos, com conteúdo próprio ou de terceiros, sexualmente explícitos ou sugestivos, além da quantidade de parceiros de *sexting*. Seguindo os estudos comportamentais sobre essa prática, sugere-se um delimitador temporal para o respondente (WALRAVE, 2015), como últimos dois meses.

O *sexting* é apresentado majoritariamente como variável dependente, mas também expõe conseqüentes. Nesse segundo caso, a prática de *sexting* influencia os comportamentos e atitudes de jovens (e.g. GÁMEZ-GUADIX et al., 2015; REED; TOLMAN; WARD, 2016; TEIMOURI et al., 2016). Os estudos envolvendo TDIC já expunham essa característica mediadora ao apresentar aspectos positivos e negativos associados ao tema, assim como os estudos sobre *sexting*, que se dedicam aos influenciadores dessa prática.

Para direcionar os conseqüentes da relação entre mídia e *sexting*, foram analisadas apenas as pesquisas que envolviam os dois construtos como variáveis. Assim, as variáveis influenciadas pelas práticas dos jovens convergem para uma proposta comunicacional do fenômeno, com conseqüentes multidimensionais. São propostos como conseqüentes da prática de *sexting*: prática de comportamento digital abusivo ou nocivo - cyberbullying, assédio, traição, entre outros que variam conforme a área de estudo (WYSOCKI; CHILDERS, 2011; GÁMEZ-GUADIX et al., 2015; SEILER, 2015; REED; TOLMAN; WARD, 2016); vitimização por comportamento digital abusivo ou nocivo (GÁMEZ-GUADIX et al., 2015; REED; TOLMAN; WARD, 2016); percepção sobre a prática de *sexting* (STRASSBERG et al., 2013; WEI; LO, 2013; WALRAVE, 2015); comportamento sexual (DIR; CYDERS, 2014). Verifica-se, nesse sentido, o dialogismo proposto por Bakhtin (2004) em uma relação dinâmica entre enunciador e enunciatário.

O resultado das pesquisas aponta também para a influência de distintos dados demográficos na prática de *sexting* e na relação entre mídia e *sexting*. Os aspectos tratados com maior frequência e que foram validados nos estudos são: gênero, idade, orientação sexual e condição de relacionamento. É importante ressaltar que variáveis comportamentais, como consumo de álcool, e também atitudinais como necessidade de popularidade, estavam presentes nas pesquisas com foco psicológico.

---

Por fim, constata-se que os estudos refletem a condição do referencial teórico de que as representações midiáticas influenciam atitudes e comportamentos dos jovens, assim como envolvem agências como a organização educacional e a configuração da subjetividade pelo olhar do outro, ainda que numa perspectiva não comunicacional.

### **Considerações Finais**

A partir do objetivo deste estudo a metodologia aplicada resultou no entendimento de como a comunicação pode auxiliar na compreensão do comportamento juvenil. Dessa forma, verifica-se os fatores comunicacionais presentes como antecedentes da prática de *sexting*, mas que o ambiente de comunicação digital está distribuído tanto na variável mediadora (prática de *sexting*), quanto nos consequentes. A partir do desenvolvimento de estudos na área de comunicação o detalhamento de um modelo e a inclusão de variáveis podem ser considerados.

Como limitações do estudo observa-se que não foram consideradas as características de relevância dos artigos selecionados, com a finalidade de obter maior quantidade de estudos. Sugere-se que com a ampliação de artigos sobre o tema, o fator H possa ser considerado como critério de exclusão ou inclusão.

A proposição e validação de modelos em diferentes contextos, a exploração dos estudos em abrangência nacional e a avaliação de outros públicos que não apenas o praticante jovem de *sexting* (educadores, pais, familiares e adultos de diferentes idades) são indicações de futuras pesquisas. Os estudos de comunicação envolvendo gênero, cultura e educação também encontram oportunidades no tema. Além disso, a avaliação de como a comunicação e as práticas de consumo juvenis afetam a identidade pode ser explorada de forma mais expressiva.

### **Referências**

ABEELE, Mariëk V.; ROE, Keith; EGGERMONT, Steven. An exploration of adolescents' sexual contact and conduct risks through mobile phone use. **The European Journal of Communication Research**, 37, p. 52-77, 2012.

ABEELE, Mariëk V.; CAMPBELL, Scott W.; EGGERMONT, Steven; ROE, Keith. Sexting, Mobile Porn Use, and Peer Group Dynamics: Boys' and Girls' Self-Perceived Popularity, Need for Popularity, and Perceived Peer Pressure. **Media Psychology**. 17:1, p. 6-33, 2014.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é Contemporâneo? E Outros Ensaio**s. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. 6ª re. Chapecó: Argos, 2013.

BACEGGA, MARIA A. Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. **Comunicação, Mídia e Consumo**. Vol. 7, n. 19, p. 49-65, 2010.  
BAKHTIN, Mikhail. **O freudismo: um esboço crítico**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BRASIL – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTRO, Gisela G. S.; SETYON Clarisse. Um Upgrade na Vida Sexual: comunicação, consumo e subjetividade em tempos neoliberais. In **Juventude, Subjetividade e Performance**. ALMEIDA, Maria I. M. de; LIMA, Fernanda D. B. (Org.) Rio de Janeiro: Gramma, 2014.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. **Revista Brasileira de Educação**, n.24., p. 40-52, 2003.

DIR, Allyson, L.; COSKUNPINAR, Ayca; STINER, Jennifer L.; CYDERS, Melissa A. Understanding Differences in Sexting Behaviors Across Gender, Relationship Status, and Sexual Identity, and the Role of Expectancies in Sexting. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, vol. 16, n. 8, p. 568-574, 2013.

DIR, Allyson L.; CYDERS, Melissa A. Risks, Risk Factors, and Outcomes Associated with Phone and Internet Sexting Among University Students in the United States. **Archives of Sexual Behavior**. Vol. 44, 6, p. 1675–1684, 2014.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade 3: o cuidado de si**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. São Paulo: Paz & Terra, 2014.

GÁMEZ-GUADIX, Manuel; ALMENDROS, Carmen; BORRAJO, Erika; GALVETE, Ester. Prevalence and Association of Sexting and Online Sexual Victimization Among Spanish Adults. **Sexuality Research and Social Policy**, 12, p.145–154, 2015.

GIDDENS, A. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

GING, Debbie; NORMAN, James O. Cyberbullying, conflict management or just messing? Teenage girls' understandings and experiences of gender, friendship, and conflict on Facebook in an Irish second-level school. **Feminist Media Studies**. p. 1-9, 2016.

GOUGH, David; THOMAS, James; OLIVER, Sandy. Clarifying differences between review designs and methods. **Systematic Reviews**, Vol. 1, n. 28, 2012.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HUDSON, Heather K.; FETRO, Joyce V.; OGLETREE, Roberta. Behavioral Indicators and Behaviors Related to Sexting Among Undergraduate Students. **American Journal of Health Education**. Vol. 45, n. 3, p. 183-195, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JEWELL, Jennifer A.; BROWN, Christia S. Sexting, Catcalls, and Butt Slaps: How Gender Stereotypes and Perceived Group Norms Predict Sexualized Behavior. **Sex Roles: a journal of research**, 69, p. 594–604, 2013.

JOYCE, Nick; HARWOOD, Jake. Context and Identification in Persuasive Mass Communication. **Journal of Media Psychology**. Vol. 26, 1, p. 50-57, 2014.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno, Bauru: EDUSC, 2001.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LENHART, A. **Teens and sexting**. Pew Internet & American Life Project. 2009.

LEVY, Y.; ELLIS, T.J. A. System Approach to Conduct an Effective Literature Review in Support of Information Systems Research. **Informing Science Journal**, 9, 181-212, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis (org.). **Sociedade mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, p. 51-79, 2006.

MORELLI, Mara; BIANCHIZ, Dora; BAIOCO, Roberto; PEZZUTI, Lina; CHIRUMBOLO, Antonio. Sexting Behaviors and Cyber Pornography Addiction Among Adolescents: the Moderating Role of Alcohol Consumption. **Sexuality Research and Social Policy** Vol. 14, 2, p. 113–121.

NIELSEN, Silja; PEASONEN, Susanna; SPISAK, Sanna. ‘Pervy role-play and such’: girls’ experiences of sexual messaging online. **Sex Education - Sexuality, Society and Learning**. Vol. 15, n. 5, p. 472-485, 2015.

ONU – Organização das Nações Unidas - Department of Economic and Social Affairs. **World Youth Report 2005**: young people today, and in 2015. Nações Unidas, 2005.

OUYTSEL, Joris V.; PONNET, Koen; WALRAVE, Michael. The Associations Between Adolescents’ Consumption of Pornography and Music Videos and Their Sexting Behavior. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**. Vol. 17, n. 12, p. 1-7, .2014.

PESKIN, Melissa F.; MARKHAM, Christine M.; ADDY, Robert C.; SHEROG, R.; THIEL Melanie; TORTOLERO, Susan R. Prevalence and Patterns of Sexting Among Ethnic Minority Urban High School Students. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**. Vol. 16, n. 6, p. 454-459, 2013.

REED, Lauren A.; TOLMAN, Richard M.; WARD, Monique. Snooping and Sexting: Digital Media as a Context for Dating Aggression and Abuse Among College Students. **Violence Against Women**, p. 1–21, 2016.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e Consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SCOPUS – **About SCOPUS**. Acesso em 20 de Abril de 2017. Disponível em <<https://www.elsevier.com/solutions/scopus>>

SEILER, Steven J. Hand on the Wheel, Mind on the Mobile: an analysis of social factors contributing to texting while driving. **Cyberpsychology, behavior, and social networking**. Vol. 18, n. 2, 2015.

STRASSBERG, Donald S.; MCKINNON, Ryan K.; SUSTAITA, Michael A.; RULLO, Jordan. Sexting by High School Students: An Exploratory and Descriptive Study. **Archives of Sexual Behavior**, 42, p. 15–21, 2013.

STROHMAIER, Heidi; MURPHY, Megan; DeMATTEO, David. Youth Sexting: Prevalence Rates, Driving Motivations, and the Deterrent Effect of Legal Consequences. **Sexuality Research and Social Policy**, Vol. 11, 3, p. 245–255, 2014.

SZAPIRO a. M., RESENDE, C. M. a. Juventude: etapa da vida ou estilo de vida? **Psicologia & Sociedade**, n.22, p. 43 a 49, 2010.

TEIMOURI, Misha; HASSAN, Md. S.; GRIFFITHS, Mark; BENRAZAVI, Seyed R.; BOLONG, Jusang; DAUD, Azlina; ADZHARUDDIN, Nor A. Assessing the Validity of Western Measurement of Online Risks to Children in an Asian Context. **Child Indicators Research**, 9, p. 407–428, 2016.

THE NATIONAL CAMPAIGN. **Sex and Tech**: results from a survey of teens and young adults. Acesso em 20 de Abril de 2017. Disponível em <<http://thenationalcampaign.org/resource/sex-and-tech>>

VALKENBURG, P. M.; PETER, J. Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. **Journal of Adolescent Health**, 48, 121–127, 2011.

VAN ECK, N.J.; WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, 84(2), p. 523–538, 2010.

ZEMMELS, David R.; KHEY, David N. Sharing of Digital Visual Media: Privacy Concerns and Trust Among Young People. **American Journal of Criminal Justice**. Vol.40, 2, p. 285–302, 2015.

WALRAVE, Michel; HEIRMAN, Wannes; HALLAM, Lara. Under pressure to sext? Applying the theory of planned behaviour to adolescent sexting. **Behaviour & Information Technology**. Vol. 33, n. 1, p. 86-98, 2013.

WALRAVE, Michel; PONNET, Koen; OUYTSEL, Joris V.; GOOL, Ellen V.; HEIRMAN, Wannes; VERBEEK, Anouk. Whether or not to engage in sexting: explaining adolescent sexting behaviour by applying the prototype willingness model. **Telematics and Informatics**, 32, p. 796-808, 2015.

WEI, Ran; LO, Ven-hwei. Examining sexting's effect among adolescent mobile phone users. **International Journal of Mobile Communications**, Vol. 11, n. 2, 2013.

WOS – **Web of Science – Trust the Difference**, Acesso em 20 de Abril de 2017. Disponível em <<http://clarivate.com/scientific-and-academic-research/research-discovery/web-of-science/>>

WYSOCHI, Diane K.; CHILDERS, Cheryl D. “Let My Fingers Do the Talking”: sexting and Infidelity in Cyberspace. **Sexuality & Culture**, 15, p. 217–239, 2011.