



## Educação e Mídia: reflexões sobre sexting na sociedade do consumo<sup>1</sup>

Isabela Naira Barbosa Rêgo<sup>2</sup>

Gislane da Conceição Lima Camelo<sup>3</sup>

Universidade Federal do Piauí

### Resumo

Este artigo traz uma discussão sobre a prática do *sexting* no mundo virtual, sobretudo a utilização por jovens e adolescentes. O estudo busca entender como essa prática está relacionada com a construção das subjetividades na sociedade contemporânea. Por meio de uma revisão bibliográfica, o artigo enfoca a questão da grande exposição dos corpos e o consumo simbólico dos mesmos. Por fim, diante dos problemas provocados pelo *sexting* na vida de jovens e adolescentes, propomos com base em iniciativas de educação para os media realizadas na Europa, que ações educacionais sejam tomadas junto à comunidade escolar no Brasil no intuito de orientar os estudantes sobre os riscos de expor a intimidade na internet.

**Palavras-chave:** consumo; corpo; educomunicação; jovens; *sexting*.

### 1 Introdução

O comportamento de exposição do corpo e da vida íntima na internet tem se tornado cada vez mais corriqueiro. O envio de mensagens, fotos ou vídeos de conotação sexual ou erótica é chamado de *sexting*, que deriva da junção das palavras *sex* (sexo) e *texting* (mensagem). Apesar de encontrar adeptos em diversas faixas etárias, a prática tem se mostrado mais comum entre adolescentes e jovens.

O *sexting* caracteriza-se pela autorização da pessoa que está sendo exposta no conteúdo erótico, no entanto geralmente a pessoa que envia sua imagem em momentos íntimos para alguém esquece que esse conteúdo pode ser compartilhado

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Educação e Consumo, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí – PPGCOM-UFPI. E-mail: isabelarego.nbr@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí – PPGCOM-UFPI. E-mail: gislanejornalismo@yahoo.com.br.



infinitamente e que uma vez estando na rede perde o controle sobre o mesmo. Nessa circunstância, a pessoa que filmou ou permitiu ser filmada em momentos íntimos e divulgou essa mensagem para uma pessoa próxima, geralmente alguém com quem mantém um relacionamento amoroso, acaba se tornando vítima de ataques, perseguições de terceiros também via internet, o que caracteriza o *ciberbullying*.

A exposição acarreta a perda da honra do nome das vítimas que são em sua maioria mulheres. Em virtude da viralização<sup>4</sup> do conteúdo na internet, as vítimas perdem seus empregos ou tem dificuldades na escola, passam a sofrer de depressão, ou chegam a tomar atitudes drásticas como o suicídio.

A sociedade atual vive, portanto, em um regime de altíssima visibilidade. Os meios de comunicação favorecem isso. Com a internet, por exemplo, o corpo passa a ser midiaticado. O corpo ganha um caráter público ao ser experienciado pelos outros. Os jovens, em especial, usam cada vez mais seu tempo livre nas redes sociais. A conectividade permitida pelos dispositivos móveis contribui para a expansão da cultura do compartilhamento de fotos e vídeos. Conectadas em todos os lugares e o tempo todo, as pessoas querem compartilhar a todo instante o que estão fazendo, vendo, sentindo ou experimentando. Nesse contexto, surge a prática do *sexting*, que tem suscitado investigações na busca por entender o que motiva as pessoas, especialmente adolescentes e jovens, a tornarem público na internet imagens de sua intimidade.

## 2 *Sexting*: alguns conceitos

O termo *sexting* foi criado nos Estados Unidos para nomear um fenômeno que surge no século XXI e se caracteriza pelo envio de mensagens, fotos e vídeos com teor erótico ou sexual pela internet para um indivíduo ou uma multidão. A prática do *sexting* tem se tornado cada dia mais frequente e ao mesmo tempo tem provocado graves problemas para os que têm aderido a esse comportamento. Pesquisas têm

---

<sup>4</sup> Termo utilizado para explicar que determinado conteúdo tem grande repercussão na internet.



mostrado que ao exibirem o corpo desnudo em redes sociais, os adolescentes não têm total consciência dos problemas futuros que essa exposição pode lhes causar.

Entretanto, Barros (2014) considera que o *sexting* deve ser visto como uma questão complexa que envolve diversos fatores. Assim, a autora defende que essa prática não é apenas fruto de um comportamento inconsequente de alguns jovens, mas sim um fenômeno que está inserido nas mudanças da modernidade sólida para a modernidade líquida, que, por sua vez, envolve o aprimoramento das tecnologias digitais e a espetacularização do eu. Além disso, Barros (2014) destaca ainda que o *sexting* traz à tona o afrouxamento das barreiras entre o público e o privado, bem como o estabelecimento de uma sociedade pautada na cultura do consumo (BARROS, 2014, p. 26-27).

Desse modo, o *sexting* não deve ser visto apenas como um efeito do uso das tecnologias digitais, mas sim como um comportamento inserido na sociedade da modernidade líquida, marcada por uma radical mudança de valores morais.

Nesse tempo líquido, as instituições e organizações sociais que pretendiam o disciplinamento dos corpos passam por um processo de declínio na sociedade, deixando de serem as principais administradoras da vida dos indivíduos. E se, na modernidade sólida, eram responsáveis pelas escolhas de vida dos sujeitos; na modernidade líquida, os sujeitos têm o direito e o dever de pensar por si próprios, podendo escolher o que querem fazer ou deixar de fazer de sua vida. Porém, as suas escolhas acabam custando caro, pois são os próprios indivíduos os responsáveis por suas decisões, cabe a eles a resposta e a responsabilização por seus atos (BARROS, 2014, p.36).

Tendo em vista que o *sexting* está inserido na subjetividade dos indivíduos, faz-se necessário buscar entender algumas questões acerca da sexualidade. Desse modo, tomaremos por base o pensamento de Foucault (2007) e o que o autor define por sexualidade.



### 3 Sexualidade e subjetividades

Foucault (2007) define a sexualidade como um dispositivo histórico, ou seja, como uma construção histórica, social e cultural. Para ele, a sexualidade não é algo que pode ser visto.

A sexualidade é o nome que se pode dar a um dispositivo histórico: não a realidade subterrânea que se aprende com dificuldade, mas a grande rede da superfície em que a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação ao discurso, a formação dos conhecimentos, o reforço dos controles e das resistências, encadeiam-se uns aos outros, segundo algumas grandes estratégias de saber e de poder (FOUCAULT, 2007a, p. 117).

Conforme esse pensamento de Foucault (2007), podemos entender que a sexualidade é algo construído socialmente por meio dos discursos de diversas fontes, tais como médicos, religiosos, pedagogos, psicólogos. Assim, o dispositivo tem o objetivo de determinar os modos de ser e comportar-se na sociedade, visando assim a normalização dos sujeitos.

Tomando por base as reflexões de Foucault (2007) acerca de dispositivo, Barros (2014) explica que, o *sexting* se enquadra nos desvios das normas construídas socialmente, pois expõe para a multidão, por meio da internet, algo que é da esfera privada, que são as relações sexuais e o corpo desnudo. É importante salientar que a noção de dispositivo trazida por Foucault (2007), destaca três questões que perpassam a sexualidade que são o poder, o saber e a subjetividade.

Gilles Deleuze (1992) também discute o conceito de dispositivo, destacando exatamente essas três grandes instâncias. Segundo ele, o dispositivo é formado por cinco linhas, sendo elas: as linhas de visibilidade, as linhas de enunciação, as linhas de força, as linhas de subjetivação e as linhas de brechas/fissuras/fraturas/rupturas. Tendo em vista que buscamos entender o processo de publicização da intimidade dos corpos na internet na prática do *sexting*, analisamos aqui cada uma das linhas que compõem o dispositivo da sexualidade conforme Deleuze (1992).



Primeiramente, acerca das linhas de visibilidade, o autor explica que “a visibilidade de uma época é o regime de luz, e as cintilações, os reflexos, os clarões que se produzem no contato com as coisas” (DELEUZE, 1992, p. 120). Seguindo essa perspectiva, podemos entender que no fenômeno do *sexting* as tecnologias digitais, ao contribuírem para a produção e o compartilhamento de conteúdos eróticos, estão relacionadas a essas linhas de visibilidade.

Já as linhas de enunciação dizem respeito aos diversos discursos sobre determinada temática, no caso em questão, a sexualidade. Trata-se, portanto, daquilo que é permitido dizer e a quem é permitido dizer sobre algo no contexto de uma época. No que concerne ao *sexting*, as linhas de enunciação podem ser evidenciadas, por exemplo, nas matérias jornalísticas que tratam do assunto. Nesse escopo, observa-se o discurso de diversos especialistas tais como psicólogos, pedagogos e delegados de polícia, que são acionados pela mídia.

Já as linhas de força se estabelecem por meio de relações de poder e saber, que para Foucault (2007) estão intrinsecamente ligados. Assim, segundo ele, “não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder” (FOUCAULT, 2007b, p. 27). Nesse âmbito encontra-se o controle da sexualidade dos sujeitos, que se realiza por meio de punições que visam normalizá-la.

Tendo em vista que o *sexting* é algo considerado contrário às regras impostas pelo dispositivo da sexualidade, as linhas de força se evidenciam, por exemplo, em querelas jurídicas que discutem a defesa da pessoa que passa a ser vítima de preconceito e ameaças após ter sua intimidade exposta na internet. Ao passo que a legislação brasileira carece de um arcabouço legal específico para punir o indivíduo que compartilhe imagens íntimas sem a devida autorização da pessoa envolvida, o que se observa é uma inversão, na qual a vítima é punida pela sociedade. Em comentários do tipo “a culpa foi dela que publicou”, evidencia-se essa punição social.

Foucault (2007) explica ainda que o dispositivo cria tecnologias de produção e controle dos sujeitos. Nesse sentido, destaca a técnica da confissão, que tem origem



no cristianismo, mas depois passa a ser utilizada pelos pais, médicos e Estado, quando querem arrancar verdades dos indivíduos. Na confissão o interlocutor irá punir, perdoar ou intervir nos problemas dos que se confessam.

Sobre esse controle da sexualidade dos sujeitos, Barros (2014), tomando por base as reflexões de Foucault (2007) enfatiza que,

Tais técnicas de fazer falar ou de observação dos sujeitos possibilita a formação de um arquivo dos prazeres, desejos e condutas, que são utilizados para hierarquizar e classificar as questões relacionadas à sexualidade, estabelecendo o que é proibido, permitido, o que está na norma e fora desta, o que é legítimo e ilegítimo entre outros, produzindo, dessa forma, algumas interdições da sexualidade. (BARROS, 2014, p.31).

As diversas enunciações sobre sexualidade, regadas ao controle de leis e das instituições sociais, constituem as linhas de subjetivação, que implicam a formação dos sujeitos, e seus modos de existir em um determinado contexto e época. Portanto, o *sexting* seria uma forma através da qual os sujeitos estão expressando sua sexualidade na atualidade. Ao mesmo tempo, tal prática pode ser vista como algo que vem mudando os modos de viver a sexualidade, ao romper com antigos valores morais como o pudor, e tornar público algo tão inerente à vida privada. Nesse ponto, é possível perceber as linhas de ruptura de que fala Deleuze (1992).

#### **4 Internet e o consumo dos corpos**

Diante do que foi exposto até aqui, observamos que a internet tem servido de vitrine, onde os corpos expostos têm se tornado mercadoria desejada e consumida por muitos. Logo, não é difícil perceber que a prática do *sexting* está ligada ao narcisismo, e à cultura do consumo, caracterizadas pelo culto ao ego e o culto ao corpo, esses últimos, representados no desejo de ser visto e elogiado pelo outro.

Conforme enfatiza Lasch (1983), o narcisista necessita estar sempre na companhia de uma audiência que o admira, que valide sua autoestima. “Nesse processo regido pela performance individual, a identidade é substituída pela



personificação e os imperativos narcísicos do ver e do ser visto se tornam mais importantes do que a interação com a alteridade” (SAID, 2013, p. 26).

Com base no pensamento de Lasch (1990), Cunha e Said (2014) destacam que na cultura do narcisismo “os indivíduos se posicionam como mercadorias em vitrines para atrair olhares, expressividade social, sedução, credibilidade, pois através do consumo podem capitanear seu próprio valor mercadológico perante a sociedade” (CUNHA; SAID, 2014, p.97).

Tomamos aqui as considerações de Jean Baudrillard (1985) que analisa o consumo a partir da Semiologia e assim fala em mercadoria-signo para afirmar que há uma fusão entre imagem e realidade, na sociedade do capitalismo tardio, operacionalizada por meio de simulações da mídia. O autor chama de redescoberta do corpo esse processo de colocar os corpos em evidência na vida social.

A ética da beleza, que também é a da moda, pode definir-se como a redução de todos os valores concretos e dos valores de uso do corpo (energético, gestual e sexual), ao único 'valor de permuta' funcional que, na sua abstração, resume por si só a ideia de corpo glorioso e realizado (BAUDRILLARD, 1985, p. 141).

Fazendo uma conexão entre mídia e sociedade, Sant’Anna (2001) faz uma reflexão sobre a subjetividade contemporânea vislumbrada a partir da corporeidade. A autora chama atenção para um totalitarismo fotogênico existente na publicidade e que está ligado ao direito à liberdade de exposição dos corpos, inclusive em suas intimidades, em um mundo onde a felicidade deixou de ser uma virtude e foi transformada em objeto de consumo.

Numa época em que “videoclipes, publicidade e consumo” formam o vitamínado ingerido por milhões de jovens, o que porventura permanece refratário ao “direito de exposição”, ao “direito de virar publicidade” e “imagem de marca” carece de sentido. “Ser fotogênico ou não ser”, eis o lema desta demanda por exposição do corpo. Como se não fosse desejável relegar nenhuma zona física à sombra. Esta tendência ganhou uma amplitude impressionante durante as duas últimas décadas (SANT’ANNA, 2001, p.66).

Nessa perspectiva, a autora argumenta que o corpo é considerado a principal marca identitária do sujeito na atualidade. No entanto, Sant’anna (2001) ressalta que



para essa realidade só se tornou possível devido o corpo ter sido transformado em um “(..) algo que possui uma certa inteligência que não se concentra apenas no cérebro. Foi preciso, ainda, libertá-lo de tradições e moralismos seculares, fornecer-lhe um status de prestígio, um lugar radioso, como se ele fosse uma alma” (SANT’ANNA, 2001, p.70). Assim, explica que o corpo na sociedade do consumo representa um território privilegiado que deve ser explorado em busca de experimentações sensíveis.

Entender os motivos que levam uma pessoa a expor sua vida sexual na internet é algo bastante difícil. Longe de querer encerrar a questão, ao considerarmos a sexualidade como uma construção social, é indispensável analisar a sociedade em que vivemos para debater os recorrentes casos de *sexting*. Consideramos que a cultura do narcisismo e a consolidação de uma sociedade do espetáculo são fatores essenciais para entender esse fenômeno.

Ao propor o conceito de espetáculo, Debord (2003) promove uma discussão acerca da profusão de imagens na sociedade moderna, na qual segundo ele “tudo se esvai na fumaça da representação” (DEBORD, 2003, p. 13) Nessa perspectiva o teórico dá o seguinte conceito para espetáculo:

É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 2003, p.15).

No século XXI, o investimento que as pessoas fazem nos seus corpos demonstra a preocupação com a imagem algo típico da sociedade do espetáculo. Contudo, o autor explica que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”. (DEBORD, 2003. p.14)

Patias (2006) ressalta que a indústria cultural muito contribuiu para que a sociedade do espetáculo se expandisse, pois ao retratar a vida como um entretenimento, meios de comunicação como o cinema e a televisão diminuíram a





distância entre realidade e ficção. Nesse aspecto, ele retoma as considerações de Adorno e Horkheimer sobre a fusão entre o real e o virtual, na qual o

(...) espectador de cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de ver, porque este pretende ele próprio reduzir rigorosamente o mundo da percepção cotidiana, tornou-se a norma da produção. Quanto maior a perfeição com que suas técnicas duplicam os objetos empíricos, mais fácil se torna hoje obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme. (ADORNO; HORKHEIMER, *apud* PATIAS, 2006, p.93).

Entendemos que com a internet essa fusão entre o real e o virtual ganha uma dimensão ainda maior. Diante de tudo isso, podemos inferir que ao exibirem seus corpos nas redes sociais, adolescentes e jovens são levados por uma euforia momentânea de quererem protagonizar um espetáculo. Na ânsia de alimentar um desejo narcísico, não param para pensar sobre as consequências que essa exposição pública pode lhes trazer.

## **5 Educomunicação uma possibilidade de intervenção**

O avanço dos meios de comunicação, bem como a popularização e o acesso aos meios permite que hoje tenhamos uma sociedade midiaticizada. Desse modo, a comunicação acabou adentrando os diversos campos sociais, dentre eles a educação.

Nos dias atuais, muito do que as crianças apreendem já não vem primeiramente dos pais, nem da escola, mas da própria instituição midiática, em virtude da profusão de informações que ela veiculada. Pode-se dizer, portanto, que a mídia também tem educado. Contudo, esse não é o seu papel primordial, e essa educação se dá em outros ditames, sendo fortemente norteadada pelo consumo. Desse modo, se torna cada vez mais necessário, uma educação para os media, na qual educadores e pais estejam envolvidos.

Na década de 80, baseado na pedagogia de Paulo Freire, o filósofo Mário Kaplun criou o termo educomunicação para sugerir um novo campo de estudo com o intuito de intervenção social, e as pesquisas nessa área foram ampliadas pelo Núcleo



de Comunicação e Educação da USP. A fim de uma sistematização, esse campo de estudo tem se dividido em quatro áreas: educação para comunicação; mediação tecnológica na educação; gestão da comunicação no espaço educativo e reflexão epistemológica sobre a inter-relação comunicação/educação.

Conforme Citelli e Costa (2011), a educomunicação é um campo de estudo que tem o objetivo de tentar compreender da educação formal, informal e não formal no âmbito do ecossistema comunicativo, investigando assim os processos de produção, circulação e recepção do conhecimento, na atual sociedade midiaticizada.

No que concerne o fenômeno midiático do *sexting*, torna-se de fundamental importância que as famílias e as escolas promovam discussões com os estudantes acerca dessa temática. Pois conforme enfatiza Plou (2013) sobre consequências dessa prática

As perdas que resultam destas situações e o desespero que pode ocasionar têm sido causa de suicídios entre adolescentes, de depressões sérias e ataques de pânico que em inicialmente pareciam inexplicáveis. O preocupante é que não tem como encontrar proteção a este tipo de agressão e muitas vezes as denúncias não são tomadas com seriedade pela polícia nem pelos órgãos públicos (PLOU, 2013, p.125).

Embora também se faça urgentemente necessário medidas políticas no sentido de criar leis que garantam a proteção às vítimas, bem como a punição para os agressores no ambiente virtual, acreditamos que a educação aliada à comunicação é fundamental para esclarecer os adolescentes sobre os riscos do *sexting* e promover um uso responsável das mídias e uma visão crítica sobre o que é veiculado. Corroboramos com o pensamento de Figueiredo (2014) de que esse é um desafio urgente para a comunidade escolar e familiar para que saibam usar criticamente as mídias sem se exporem a riscos de forma desnecessária. Nesse sentido, enfatiza que

O uso indevido de suas imagens, por eles mesmos, ou por outras pessoas, especialmente quando expressam momentos íntimos de vivência de sua sexualidade, tem trazido danos irreversíveis às suas vidas, quando não são a causa para que muitos ponham fim a ela voluntariamente, no desespero em que se encontram, causados pelo *Sexting* nesta perspectiva (FIGUEIREDO, 2014, p.12).



Experiências na Europa, no âmbito da educação para os media, têm sido bastante benéficas. Podemos citar como exemplo a Organização Não-Governamental Pantallas Amigas, que produz conteúdos na internet, voltados para crianças e adolescentes, com o objetivo de divulgar a importância de navegar na rede de forma segura e responsável. A preocupação com essa educação para os meios de comunicação está inclusive na Recomendação da Comissão Europeia, sob o termo Literacia mediática, que é conceituada como “a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em seus diversos contextos” (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 2009).

## 6 Considerações Finais

Consideramos, portanto, que o fenômeno do *sexting* tem provocado uma profunda alteração nos modos de viver a sexualidade, especialmente entre os jovens, sendo necessário, um olhar mais atento para essa questão que tem provocado graves problemas sociais. Contudo, acreditamos que simplesmente culpar a pessoa que expôs sua intimidade a alguém através da internet, pelas consequências sofridas depois por uma publicização indesejada desse mesmo conteúdo, não resolve o problema, mas apenas aumenta o preconceito e a falta de conhecimento em torno dessa temática.

Pode-se dizer que a visibilidade tornou-se, na sociedade contemporânea, a nova condição ontológica dos sujeitos, em que é preciso ser visto para existir. Ao ponto de até mesmo a intimidade sexual ter sido invadida por essa visibilidade. Nesse sentido, a internet tem servido de vitrine, para a exibição espetacular dos corpos desnudos, que se tornam uma mercadoria a ser consumida pelo público.

O consumo passou a estar ligado à satisfação dos desejos, a internet permitiu o grande fluxo de informações, mensagens e imagens que seduzem os usuários a navegarem em um mar de infinitas possibilidades. A cultura narcisista de culto ao corpo e a exigência de uma constante felicidade, é acompanhada da necessidade de



validação do outro, o que de certo modo explica a crescente exposição da intimidade das pessoas nas redes sociais.

O sujeito precisa da autorização do outro para ser feliz, e essa validação se estabelece por meio da audiência que se concretiza nas “curtidas” e compartilhamentos. Isso tudo porque vivemos na sociedade do espetáculo, onde o importante é ser visto, ou seja, o que interessa é a imagem, a aparência e a estética. E o corpo tornou-se o principal capital dos sujeitos, no qual é importante investir.

Assim consideramos que a educação para os meios de comunicação é importante, entre outros motivos, para mostrar aos adolescentes e jovens que uma vez colocado na internet, um conteúdo nunca mais poderá ser apagado ou retirado de lá, pois em questão de segundos o mesmo pode ser arquivado por qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo, tornando a ser publicado.

Portanto, a liberdade permitida pela internet deve ser acompanhada por um uso responsável da mesma, que busque o máximo de segurança possível nesse ambiente. Nesse aspecto, inclui-se a conscientização acerca não apenas da produção e do envio de conteúdos eróticos, mas também do compartilhamento dos mesmos sem pensar nos prejuízos que pode causar às pessoas que aparecem nas imagens.

Portanto, cabe à família e à escola, bem como a própria mídia, orientar os jovens sobre os riscos de expor a intimidade na internet. Contudo deve-se buscar meios inovadores que sejam realmente eficientes para alcançar os estudantes, através de metodologias que não desprezem a capacidade crítica desses sujeitos e a importância que a internet representa para eles que já nasceram na era digital. Entender que a internet constitui um fator preponderante na construção da subjetividade das pessoas hoje, e que vivemos em uma sociedade midiaticizada são pontos fundamentais para refletir sobre fenômenos sociais como o *sexting*. Desse modo, acreditamos que a educação é um lugar privilegiado para promover esse debate e uma conscientização, a fim de tentar evitar que mais adolescentes e jovens tenham suas vidas destruídas.



## Referências

BARROS, Suzana da Conceição. **Sexting na adolescência**: análise da rede de enunciações produzida pela mídia. 2014. 188f. Tese (Doutorado em Química da Vida e Saúde) - Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2014. Disponível em: <[http://www.sexualidadeescola.furg.br/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&download=225:sexting-na-adolescencia-analise-da-rede-de-enunciacoes-produzida-pela-midia&id=3:teses&Itemid=73](http://www.sexualidadeescola.furg.br/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=225:sexting-na-adolescencia-analise-da-rede-de-enunciacoes-produzida-pela-midia&id=3:teses&Itemid=73)>. Acesso em 28 dez. 2014.

BAUDRILLARD, J. **A sombra das maiorias silenciosas**: o fim do social e o surgimento das massas. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

CITELLI, A.; COSTA, M. C. C. **Educomunicação**: construindo uma nova área do conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Recomendação da Comissão de 20 de Agosto de 2009 sobre literacia mediática no ambiente digital para uma indústria audiovisual e de conteúdos mais competitiva e uma sociedade do conhecimento inclusiva. **Jornal Oficial da União Europeia**. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009H0625&from=PT>>. Acesso em: Acesso em 28 dez.2014.

CUNHA, Nina. ; SAID, Gustavo. Mídia, consumo e subjetividade contemporânea: uma subjetividade narcísica?. In: RÊGO, Ana Regina.; FERREIRA, Vinícius. (Org.) **Jornalismo: cidadania & pesquisa: 30 anos do Curso de Jornalismo da UFPI**. Teresina: Edufpi, 2014.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Digitalização em PDF, originária de [www.geocities.com/projetoperiferia](http://www.geocities.com/projetoperiferia), 2003. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>>. Acesso em: 28 dez. 2014.

DELEUZE. Gilles. **Conversações**. São Paulo: Ed.34, 1992.

FIGUEIREDO, Camila Detoni Sá de. **Sexting**: a compreensão de adolescentes sobre o fenômeno. Estudo de caso em uma escola da rede pública estadual em Florianópolis – SC, Brasil. In: Congresso Ibero-americano de Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação. Buenos Aires, 2014. Disponível em: <<http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/902.pdf>>. Acesso em 28 dez. 2014.



FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**: a vontade de saber. 18. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 34. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007b.

LASCH, Christopher. **A cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

OFFICIAL WEBSITE OF THE EUROPEAN UNION. **Literacia mediática no ambiente digital**. Disponível em:<  
[http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/am0004\\_pt.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/am0004_pt.htm)  
>. Acesso em 28 dez.2014.

PANTALLAS AMIGAS. **Sexting ;no lo provoques!**. Disponível em:<  
<https://www.youtube.com/watch?v=mhTcNsNJM9o>>. Acesso em 28 dez. 2014.

PANTALLAS AMIGAS. **Sexting ;no lo transmitas!**. Disponível em:<  
[https://www.youtube.com/watch?v=C\\_nX4975Vv0](https://www.youtube.com/watch?v=C_nX4975Vv0)>. Acesso em 28 dez. 2014.

PANTALLAS AMIGAS. **Sexting: ;no lo produzcas!**. Disponível em:<  
<https://www.youtube.com/watch?v=GVF-hJx0Aqw>>. Acesso em 28 dez. 2014.

PATIAS, Jaime Carlos. O espetáculo no telejornal sensacionalista. In: COELHO, Cláudio N. P.; CASTRO, Valdir José de. (orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

PLOU, Dafne Sabanes. Novos cenários, velhas práticas de dominação: a violência contra as mulheres na era digital. In: NATANSOHN, L. Graciela (Org.). **Internet em código feminino**. Teorias e práticas. E-book. Ed. em português revista e ampliada.. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2013. v. 1. 192p. Disponível em:<  
<http://gigaufba.net/internet-em-codigo-feminino/>> Acesso em: 28 dez. 2014.

SAID, Gustavo. Espelho, espelho meu, existe alguém mais visível do que eu?. **Revestrés** – literatura, arte, cultura, v.7, p.26-27, 2013.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **Corpos de passagem**: ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação da Liberdade, 2001.