



2009

Adolescência e Virgindade **Como a música pop reforça determinadas identidades culturais¹**

Marcelo MENDONÇA²

Ariane Diniz HOLZBACH³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Este artigo pretende fazer uma discussão sobre o papel da música pop na construção de identidades culturais e a cultura de massa como agregadora de valores. As identidades culturais juvenis e a eterna busca pela diferença e originalidade. Como o jovem dos anos 60 se comportava ao ouvir Elvis Presley e como o adolescente dos anos 90 reagia à Britney Spears? Em um panorama sobre as identidades juvenis desde metade do século XX, a virgindade aparece, além de uma opção, como forma de resistência.

PALAVRAS-CHAVE: adolescência; música massiva; identidades culturais; virgindade; juventude.

Introdução

O conceito de adolescência não pode ser definido de forma simples. As experiências da fase de transição da infância para a fase adulta estão em constantes mudanças. Até a primeira metade do século XX, a adolescência não existia da forma como hoje conhecemos e a transição ocorria de forma direta, ou seja, quando deixávamos de ser criança, já nos preparávamos para ser um adulto com casamento, filhos e principalmente entrar na classe trabalhadora. Fosse pela- “explosão” hormonal ou por novas concepções culturais, o fato é que a partir da década de 1950 os adolescentes (ou jovens) firmaram-se como um importante público consumidor de cultura e construtor de identidades. Determinados estilos musicais voltaram-se para esse público - como o rock dos Beatles e Elvis -, filmes como “Juventude Transviada” (1955) retrataram a juventude como contestadora dos padrões existentes e, sem dúvida,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática “Estudos Interdisciplinares da Comunicação”, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando em Estudos de Mídia, 6º período. Universidade Federal Fluminense. E-mail: marcelo.mendonca88@gmail.com.

³Orientadora do Trabalho. Doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFF. Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela UFPE. E-mail: aridiniz@gmail.com.



ajudaram a reforçar os conceitos de adolescência e juventude como conhecemos atualmente. É importante ressaltar que nos anos 50 e até mesmo hoje, a ideia de adolescência consumidora é uma concepção burguesa.

Mas nada é tão simples como parece. Se no meio do século passado bastava ser adolescente para que se entendesse o que eles propunham, grupos foram subdivididos e ganharam maior identidade. É o que hoje conhecemos como tribos. Como ressalta João Freire Filho (2007), os produtos destinados aos adolescentes, mesmo que sejam em uma atividade solitária, têm recepção coletiva e uma consciência de grupo e individualidade ao mesmo tempo. Por exemplo, no começo dos anos 2000, a rockeira Pitty entrava no cenário musical com um hino aos “adolescentes mal-aceitos” em que dizia “o importante é ser você, mesmo que seja estranho”⁴. O mesmo ocorre com as revistas destinadas aos adolescentes, sobretudo às garotas. Em circulação há cerca de 20 anos, as principais revistas femininas juvenis do Brasil trazem slogans que reforçam a ideia de individualidade. A revista *Atrevida* mudou seu slogan de “Descolada, divertida, diferente” para simplesmente “Faça diferente!”, enquanto a *Capricho* convidava as leitoras a partir da frase “Seja diferente, seja você”. As capas também reforçam a ideia com frases como “Nunca quis copiar os outros”, dita pela atriz e cantora pop Marjorie Estiano. E é nessa necessidade de diferenciação dos demais que encontramos a questão da virgindade e o reforço de determinadas identidades.



As capas das revistas *Atrévada* e *Capricho* respectivamente, referentes ao mês de maio.

⁴Trecho da canção “Máscara” - Pitty. Deckdisc / 2002.



Música Pop, Adolescência e Virgindade

Desde o surgimento do conceito de adolescente, em meados do século XX, grupos juvenis se formam para contradizer a ideia de que os jovens são submissos e apenas reproduzem aquilo que veem nos mais velhos e mostrar, geralmente de forma brutal, suas personalidades. Inicialmente, encontram-se os Trads (considerados os jovens tradicionalistas) que seguiam o padrão anterior. Na mesma época, os Teds traziam uma visão mais despojada, diferenciada do padrão do jovem que já existia, culminando no surgimento de outros grupos mais revolucionários como os Mods (os jovens que simbolizavam a modernidade), os Rockers (com uma postura mais liberal) e os Skinheads (com toda a rebeldia). É interessante notar que cada grupo tem suas particularidades como formas de se vestir, estilo musical preferido e a gramática compartilhada, formada por expressões que podem ser vistas muitas vezes como um dialeto próprio (FEIXA, 1996).

A visão de que o jovem era desviante causava preocupação nos mais conservadores, porque era ali onde eles depositavam o futuro. Essa possibilidade do jovem agir da forma como preferisse, é uma visível reconfiguração no panorama industrial da época, a partir da entrada de pessoas cada vez mais jovens nos empregos, o que dava uma maior liberdade financeira, desencadeando na maior autonomia que cada jovem tinha entre si.

Com o passar do tempo, a ideia de adolescente foi se adequando ao modelo como conhecemos atualmente. Os adolescentes de classe média em geral já não trabalham mais, e são sustentados por seus pais, assim como uma criança. Apesar dessa mudança, as classes em que a sociedade é subdividida permanecem as mesmas. Na classe dominante encontram-se os donos dos meios de produção; na classe subordinada, os dominados (MARX, 1985); dentro da classe subordinada, está a classe trabalhadora com uma pequena mudança: não são necessariamente os jovens, mas sim os pais dos mesmos; e as sub-culturas juvenis.

Hoje as pressões que o adolescente sofre são diferentes, mesmo que haja uma maior liberdade de circulação e expressão. Se antigamente os jovens eram constantemente vigiados em casa, hoje eles vivem numa espécie de sociedade disciplinar foucaultiana. Quando Foucault (1997) falou de Sociedade Disciplinar, o autor analisou uma penitenciária como controladora dos que lá estavam. Apesar de o



contexto ser outro e o cenário também, o adolescente de hoje é “vigiado” (e às vezes automaticamente) pelos Aparelhos Ideológicos de Estado de Althusser (1985), ou seja, a família, a escola, a Igreja e todos os outros meios controladores.

Os adolescentes entre doze e dezoito anos desenvolvem comportamentos muitas vezes levados pelo comportamento de seus ídolos. Toda a influência e interferência na vida dos fãs é medida pelos fazedores de tais produtos. Em geral, a música relacionada aos adolescentes dessa faixa etária é a chamada música pop.

Thiago Soares caracteriza a música pop como “bubblegum music”, ou seja, música chiclete, a qual é consumida de imediato, tem um “sabor doce e agradável”, mas logo perde o gosto e seu consumo é encerrado. Além disso, ela é “diretamente associada a uma cadeia midiática em que os aspectos comerciais são mais bem evidenciados” (JANOTTI JUNIOR e SOARES; 2007. p 95).

Os usos sociais da Virgindade

Uma das principais características da cultura agregada a música pop é o pensamento pré-estabelecido em “lançar uma moda”, fazer com que algo se torne uma sensação entre os fãs e consumidores. Tudo sem perder a identidade rebelde que os jovens costumam adotar na maior parte das vezes.

Um movimento que ganhou destaque nas mídias através da música pop, a partir dos anos 90, é a virgindade expressa nitidamente nos artistas pop.

O conceito de virgindade é relacionado diretamente com a questão cultural. Antigamente, no século XIX, quando o que conhecemos hoje como adolescência não existia, as meninas passavam da infância para fase adulta quando estava próxima aos 15 anos. As festas de debutantes serviam para mostrar as moças à sociedade, ou seja, elas aos 15 anos já não eram mais crianças e estariam prontas para o casamento e outras funções da vida adulta. As festas mudaram seus conceitos para se tornarem apenas eventos tradicionalistas, mas a transição feminina da infância para fase adulta se dá principalmente através da perda da virgindade como um momento “único e mágico”, que precisa respeitar o tempo natural de cada.

No século XIX e ainda no início do século XX, havia um certificado de virgindade, o qual a noiva deveria apresentar ao futuro marido, comprovando sua “integridade física e moral”. Na cultura Muçulmana, a questão da virgindade ainda é



extremamente conservada nos casamentos. Quando uma mulher se casa e vai ter a primeira noite com seu marido, ele precisa exibir na janela o lençol manchado de sangue como prova da virgindade de sua esposa. Com a globalização e maior facilidade de acessos a outras culturas, cada vez mais meninas muçulmanas estão saindo de seus países de origem para intercâmbio em lugares com cultura mais “liberal”. Quando voltam, elas precisam se casar e para isso é fundamental que sejam (ou nesse caso, estejam) virgens, então recorrem⁵ cada vez com mais frequência a himenoplastia⁶, ou seja, reconstituição do hímen.

O Brasil acompanhou recentemente a discussão sobre o processo cirúrgico através da modelo Ângela Bismarchi que resolveu reconstituir o hímen para dar sua virgindade como um presente ao futuro marido, o cirurgião plástico Wagner Moraes, que fez a cirurgia do seu próprio presente de casamento. A nova virgindade de Ângela Bismarchi tornou-se também um produto midiático. Além de diversas entrevistas sobre o assunto, a modelo protagonizou um *reality-show* para o canal RTL⁷ da Alemanha, onde mostrou todo o processo de sua cirurgia.

Também mostrando a virgindade como um produto, encontramos diversas meninas do mundo inteiro que fazem leilões de virgindade por milhares de dólares, como a norte-americana Natalie Dylan, 22 anos na época do leilão⁸. É onde entra a questão do fetichismo. É estranho ver questões sexuais discutidas usando termos como fetiche, utilizado por Marx (1983)? O autor associa a questão do fetichismo ao produto caro que só é obtido através de muito trabalho, ou como o próprio cita “dinheiro que gera mais dinheiro, valor que valoriza a si mesmo”. E é nesse inatingível que o fetiche da virgindade se constitui, na mercadoria que ninguém jamais teve, que é rara e difícil de conseguir.

Like a Virgin – Relações entre a música pop e Virgindade

⁵Cirurgia possibilita a muçulmanas recuperar virgindade e a vida. UOL Notícias, 11/06/2008. Acessado em julho de 2009. Link: <http://noticias.uol.com.br/midiaglobal/nytimes/2008/06/11/ult574u8553.jhtm>

⁶A **Himenoplastia** é a cirurgia de reconstituição do hímen e foi criada na França.

⁷O reality-show com Ângela Bismarchi foi exibido no mês de junho de 2009 pelo canal RTL da Alemanha.

⁸Estudante dos EUA anuncia leilão de virgindade na Internet. Folha Online, 11/09/2008. Acessado em julho de 2009. Link: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u443847.shtml>



Nomes importantes, nacionais e internacionais, trouxeram à tona a polêmica questão da virgindade no *mainstream*. Como a cultura juvenil se baseia principalmente na desconstrução de um padrão estabelecido previamente, com a questão da virgindade não seria diferente. Desde o rock dos anos 60, o sexo se torna tema frequente e cada vez mais claro dentro da lógica musical para adolescentes. Nos anos 80, com a abertura neoliberal e vontade de fazer tudo ao mesmo tempo, sem censuras ou conservadorismos, observa-se um grande espaço dado pela mídia a cantores como Madonna, George Michael e outros que falavam de sexo abertamente. Era o advento que pode ser considerado como “sex pop”. Da mesma forma em que aconteceu com o rock nos anos 50/60, esse estilo de música se tornou um atentado ao moral, e muitas famílias proibiam seus filhos de escutarem tais músicas. Em meados da década de 90, voltamos para uma quebra de paradigmas. Cansados do padrão musical e filosófico, viu-se crescer um grupo que ia contra a ideia sexual latente. A música pop sexual já dividia espaço igual com a música “pop virgem”, o que culminou um outro choque no campo cultural.

Segundo o sociólogo Simon Frith, a terceira fase da música é a música pop, que é marcada por um “diálogo com a indústria fonográfica”, e além de movimentar os sistemas de produção, causa “transformações na própria experiência material e social da música”. O sociólogo ainda afirma que, enquanto há uma grande proximidade entre produtores e consumidores nos estágios *folk* e artístico, no pop essa proximidade não é natural. Ela é forçada através de estratégias particulares, a partir de uma construção de sentido de identidade dos ouvintes com a música. Tal ideia de identidade é engendrada no receptor através dos refrões fáceis, a repetição da mesma em diversas rádios e a presença na televisão pelos videoclipes.

Outro importante fator a ser destacado para essa particularização de um segmento dentro da música pop é a reconfiguração do acesso aos bens como rádios e toca-discos portáteis. O barateamento desses produtos os tornaram, além de proliferados, um objeto íntimo, usado dentro do quarto do adolescente, e mais tarde pode ser escutado por fones de ouvidos, demonstrando ainda maior intimidade com o usuário. O espaço por onde a música circula também traz um diferencial. Não adiantaria divulgar os artistas que fazem a música ligada intimamente à virgindade para um segmento como o *heavy metal*, por exemplo, pois esses não dariam importância ao fator.



Jeder Janotti e Jorge Cardoso (2006), por fim, definem que a música pop, qualquer que seja a mensagem que deseja ser passada, depende do reconhecimento de uma “grande gravadora e de uma acessibilidade das temáticas e das sonoridades presentes em determinadas canções”, como por exemplo a dupla Sandy e Junior que fez sucesso no Brasil ao cantar versões para músicas já consagradas por artistas como Bee Gees, John Travolta e Laura Pausini.

Virgindade e estratégia comercial de identificação

Na segunda metade dos anos 90, o mundo conheceu uma loirinha simpática, sem grandes dotes artísticos, mas com muito potencial de vendas. Britney Spears acabara de sair do “Clube do Mickey”⁹ e já entrava nas paradas de sucesso com *hits* como “Baby One More Time”¹⁰ e “Sometimes”¹¹. A imagem mostrada nos videoclipes e também nas letras das canções era de uma menina frágil e ingênua. Um prato cheio para a indústria fonográfica! A proximidade que Britney Spears foi ganhando com as meninas de sua faixa etária e até mais novas mostrava um grande potencial de vendas. A imagem da cantora não era a de uma adolescente comum pelo tamanho de seu sucesso, visto que ela era apenas uma garota beirando os dezoito anos.

Em entrevistas, Britney Spears, já famosa na MTV, começou a pregar a virgindade nos programas de televisão e tabloides internacionalmente lidos. O número de fãs da cantora, que já era grande, aumentou, e se ampliou inclusive a evangélicos – forte grupo nos Estados Unidos. A “queridinha da MTV,” que já estava faturando alguns milhões de dólares por sua música e declarações castas, iniciou um namoro com Justin Timberlake, na época, líder da *boyband* *N'Sync. Era o casal perfeito, não brigavam, sempre estavam sorrindo e nunca faziam sexo... Mas não era bem assim. Após uma briga grande entre Justin e Britney, o cantor afirmou que a virgindade dela era apenas uma estratégia comercial e que eles já haviam feito sexo diversas vezes, há anos.

⁹“Clube do Mickey” foi um programa infantil de variedades produzido pela Walt Disney Productions. Na temporada dos anos 90, o programa foi apresentado por Britney Spears e Justin Timberlake, ainda crianças.

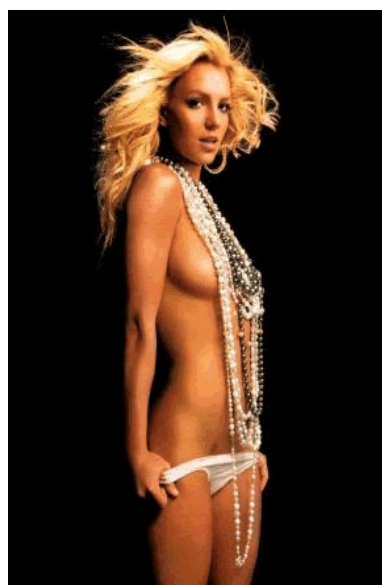
¹⁰Videoclipe “Baby One More Time” http://www.youtube.com/watch?v=_bsniYwSaWg acessado em julho de 2009.

¹¹Videoclipe “Sometimes” <http://www.youtube.com/watch?v=eNgXcenGjTo> acessado em julho de 2009.



A própria mãe de Britney Spears desmentiu a filha depois que a “bomba” estourou. Ela lançou uma biografia não autorizada da própria filha¹² e, entre outras coisas, contou sobre as inúmeras vezes que foi tirar a filha da delegacia, alcoolizada aos catorze anos. O fator é extremamente compreensível, visto que Britney Spears era apenas mais uma menina de sua geração, com a única diferença de que essa era vigiada pelos tabloides e holofotes.

As declarações da mãe e do ex-namorado culminaram numa mudança total nas vertentes de trabalho da cantora. As músicas com temáticas infantilizadas e ingênuas deram lugar a outras, com maior apelo sensual, como “I’m A Slave For You”¹³, além de cantar versos como “estou presa a você/ você não sabe que você é tóxico?”¹⁴. Também houve uma visível mudança entre os fãs da cantora. Se antes seus seguidores eram meninhas virgens e evangélicas, a partir dessa transformação, os fãs passaram a ser as meninas que já não ligavam para a virgindade e os homossexuais. A aparição mais polêmica que marcou a divisão na carreira da cantora; foi no *Video Music Awards*, promovido pelo canal norte-americano MTV, onde a cantora trocava um beijo com Madonna¹⁵.



Britney Spears em 1998 e em 2009.

¹²“Through The Storm: A Real Story of Fame and Family in a Tabloid World” - Lynne Spears

¹³Videoclipe “I’m a Slave for You” <http://www.youtube.com/watch?v=kuZKbXNGDs4> acessado em julho de 2009.

¹⁴“I’m addicted to you/ Don’t You Know that you’re toxic?” Trecho da canção “Toxic”, gravada por Britney Spears em 2005.

¹⁵A apresentação pode ser conferida em <http://www.youtube.com/watch?v=AAz13XkLeVM>. Acessado em julho de 2009.



Diferentemente do que ocorreu com Britney Spears, o Brasil também teve a sua virgem, à mesma época, mas essa imagem casta permanece até hoje. A cantora Sandy, filha do sertanejo Xororó, ficou famosa ainda quando era criança ao lado de seu irmão, Júnior. A dupla Sandy e Junior começou a cantar aos 7 e 6 anos, respectivamente. Quando participavam de programas de televisão, era frequente a pergunta sobre namoros. Naturalmente, Sandy, uma criança, não respondia se namorava ou não, e disse que só beijaria na boca aos 15 anos. A cantora não saiu de evidência e, quando completou a idade, deu uma série de entrevistas sobre o primeiro beijo. A mais famosa delas ocorreu para a revista “Carícia”¹⁶, em fevereiro de 1998, época em que a dupla havia acabado de apresentar um programa na Rede Manchete de Televisão e estava prestes a fechar contrato com a Rede Globo para um programa semanal. Na ocasião da entrevista, Sandy acabara de completar 15 anos.

Considerada um modelo de adolescente pelas famílias da época, Sandy afirmou que não daria o primeiro beijo apenas porque fez 15 anos, mas esperaria o menino certo: “Não é porque nunca beijei que vou com o primeiro que passar, no desespero!”. Ela ainda reforçou a ideia de personalidade e identidade, presente nos grupos juvenis: “Tenho consciência de que sou diferente de muitas meninas, mas simplesmente não me importo. Gosto de mim assim mesmo”. O discurso de identidade própria se mantém quando o assunto é sexo e a primeira vez: “Olha, não adianta nada transar porque suas amigas transam ou porque seu namorado está cobrando. Se você não está pronta é besteira”. E a virgindade, assim como a de Sandy, foi ganhando cada vez mais espaço na mídia brasileira, mesmo sem estarem ligados a fatores religiosos.

A explosão na sua carreira se deu a partir do ano de 1999. As meninas já seguiam o estilo Sandy de ser; a menina tinha um programa de televisão na Rede Globo, ao lado do irmão. O programa levava o nome da dupla, “Sandy e Junior”, e ela interpretava a si mesma e reforçava sua personalidade de pobre menina rica. Era uma das poucas personagens que não beijavam na boca no seriado. O CD “Quatro Estações – O Show Ao Vivo” vendeu 2,5 milhões de cópias; a dupla fez um show para 1,7 milhão de pessoas no Nordeste (mais que o dobro de habitantes da cidade); estreou a novela “Estrela Guia” onde era protagonista, também na Rede Globo, e ficava no ar de domingo a domingo; em 2002, foram os primeiros artistas brasileiros a lotarem o

¹⁶Entrevista concedida a revista Carícia da Editora Abril, por Juliana Mariz, em fevereiro de 1998.



Maracanã. Tanta exposição causou um cansaço na imagem dos irmãos, que buscavam um público diferenciado, mais velho, e se livrarem do estigma da “perfeição”.

No ano de 2003, a dupla lançou um álbum intitulado “Identidade”, o qual fugia um pouco dos padrões anteriores. O CD vendeu apenas 300 mil cópias, número pequeno se comparado aos anteriores. A cantora ainda protagonizou a campanha do Ministério da Saúde, sobre o uso de preservativo, ao lado do irmão. Sandy, inclusive mentiu para a mídia, como revelou a revista Istoé¹⁷ em 2003:-

“Se um repórter me perguntava se já havia dado meu primeiro beijo, em vez de responder que isso era assunto meu, eu respondia. Sem ter como me preservar, abria várias coisas ou acabava contando mentiras. (...) Meu primeiro beijo não aconteceu quando eu tinha 16 anos e não foi com o Lucas (da Família Lima). Foi com 14 para 15, na festa de formatura da oitava série. Beije um menino da minha classe, com quem convivia há tempos. Namoramos durante um ano e dois meses em segredo”.

Na mesma entrevista, quando questionada sobre a perda da virgindade, Sandy diz “Se eu transei e com quem, é coisa que nem a minha mãe sabe. Esta é a primeira e última vez que falo sobre isso. Cada um que pense o que quer”. A mudança de comportamento se refletiu no afastamento dos fãs.

Vale lembrar que pouco tempo antes, Wanessa Camargo, cantora do mesmo segmento que Sandy, revelou à revista Veja¹⁸ que já havia tido sua primeira vez. O cantor Zezé Di Camargo, pai da cantora, soube do caso através da revista.

O irmão da Sandy e ex-fiel escudeiro, Junior, sofreu menos com a pressão da mídia sobre sua virgindade. Em 1999, o cantor revelou para a revista Canal Extra¹⁹ que também era virgem. Como a pressão entre os meninos é maior, muitas pessoas e até mesmo a mídia, deixavam subentendido que o cantor era homossexual. Um ano depois, Junior deu outra entrevista para a mesma revista, dizendo que não era mais virgem, e dando até detalhes demais. Xororó deu entrevistas na época dizendo com orgulho que não dava camisinha para o filho, pois esse conseguia com os seguranças. Se o assunto era sobre a virgindade de Sandy, o cantor não respondia nada.

¹⁷Revista Istoé. 3 de dezembro de 2003. Nº 1783. Editora Três. Entrevista concedida a Sara Duarte.

¹⁸Revista Veja. 26 de fevereiro de 2003. Nº 1791. Editora Abril. Entrevista concedida a Sergio Martins.

¹⁹Revista Canal Extra. 1º de agosto de 2002. Nº 102. Editora Globo.

O machismo certamente está presente na questão da virgindade entre os *popstars*. Quando uma menina afirma ser virgem, ela sofre um fetichismo e vai parar nas listas de mulheres sexy. Com os garotos, a receptividade é outra.

O Anel da Pureza e os meninos virgens

Recentemente, o trio de irmãos norte-americanos Jonas Brothers revelou ser virgem. Os cantores e atores contratados pela Disney são fiéis da Igreja Assembléia de Deus nos Estados Unidos e estão utilizando uma estratégia diferente para atrair o público adolescente, indo contra todos os outros ícones pop que trabalham com a questão da sensualidade e sexualidade, como Jesse McCartney e Chris Brown.

É compreensível que os meninos sejam virgens, afinal, o mais velho do trio tem dezoito anos. De qualquer forma, uma das medidas para popularizar a banda e a virgindade entre os adolescentes, é o uso do Anel da Pureza. Os três irmãos usam. O anel da pureza surgiu na década passada, com o grupo evangélico norte-americano TLW, sigla que significa “True Love Waits” – O amor verdadeiro espera, em português – e é mantido pela Lifeway Christian Resources²⁰. Idealizador do “anel da pureza”, o jovem pastor Denny Pattyn declarou que o anel ajudaria a propagar as ideias contra a liberdade e banalização do sexo ocorridas a partir a década de 1960. No princípio, para usar o anel era preciso que se fizesse um ritual familiar e religioso, onde o usuário precisaria confirmar a vontade de preservar a castidade perante a família e a igreja, e o compromisso de só trocar o anel pela aliança de casamento.



Com o tempo e a popularização, os adeptos simplesmente compravam o anel e se comprometiam com a “pureza”. Em sua maioria, os usuários atuais do anel são fãs

²⁰Lifeway Christian Resources é uma entidade religiosa que existe desde 1891. Situada em Nashville/EUA, a empresa não recebe nenhum apoio do governo e ajuda entidades carentes além de promover missões pelo mundo. Em todas as sedes e pela Internet, podem ser compradas Bíblias, livros de literatura cristã, álbuns de música e, é claro, o Anel da Pureza.



dos Jonas Brothers. Em entrevista concedida a mim, Anaize Jacinto²¹, membro ativo da comunidade virtual “Anel da Pureza” no Orkut e fã da banda, acredita na pureza dos cantores e quer segui-la também. Entretanto, a menina diz que uma de suas amigas não é mais virgem, porém usa o anel da pureza, por causa dos Jonas Brothers. Os signos são apropriados das mais diversas formas, seja realmente para comprometer-se com a castidade ou simplesmente para aderir à moda dos que “fazem diferente”.



Getty

É frequente e crescente o número de adeptos, inclusive entre as estrelas da Disney. Miley Cyrus – a intérprete da Hannah Montana – também é usuária do anel TLW, mesmo sem ser evangélica. Sobre a pureza da cantora e atriz, há dúvidas. Algumas fotos da menina, em poses sensuais e com roupa íntima, caíram na internet. A cantora ainda manteve um relacionamento de alguns meses ao lado de um modelo de roupa íntima quatro anos mais velho que ela. Mesmo assim, a atriz de apenas dezesseis anos afirma ser virgem e atualmente namora um dos integrantes do Jonas Brothers. Seus fãs, maioria de crianças, tornam-se seguidores. O mesmo ocorre com as popstars em menor escala: Demi Lovatto e Selena Gomez, protagonistas do filme *Camp Rock* ao lado dos Jonas Brothers.

Fora do núcleo Disney, Jordin Sparks, a vencedora do reality-show *American Idol* 6, também está entre os adeptos do Anel da Pureza. A estadunidense de 19 anos sempre se mostrou serena durante o *reality-show*, mas ainda não havia se pronunciado sobre a virgindade. Durante o VMA 2008 – famosa premiação musical promovida pela

²¹Anaize Jacinto tem 16 anos, mora em Florianópolis e é estudante do Ensino Médio.



MTV -, a cantora se irritou com as piadas do apresentador Russel Brand sobre a virgindade dos meninos do Jonas Brothers e, ao subir no palco para receber seu prêmio, ao invés de agradecer solenemente como de costume, a cantora fez um desabafo contra o apresentador e declarou também ser virgem e usuária do Anel da Pureza. Ainda na mesma premiação, o apresentador desculpou-se com Jordin Sparks.

Conclusão

Para que a música pop massiva alcance realmente seu objetivo, ela precisa criar uma rede de seguidores. Seja um grupo de pessoas cantando o mesmo refrão, uma expressão cantada, uma coreografia viciante ou até mesmo os hábitos dos artistas. Tão importante quanto a estética, as letras ou os arranjos, a recepção da música pop juvenil é o que cria os alardes, imprime capas de tabloides e cria identificação com o público consumidor. Até onde a virgindade desses artistas é construída como um produto midiático e até que ponto ela é real? Não faz diferença para o estudo (mas para o fã deve fazer!).

A virgindade não é exclusividade dos artistas da música pop e seus fãs, muitas das vezes está ligada a grupos religiosos, mas é inegável que os artistas têm influência sobre grande parcela dos adeptos da “moda”. Levando-se em consideração a possibilidade de discussão sobre o assunto com clareza nos meios de comunicação de massa, poderíamos citar também personagens de telenovela que abordaram o tema, como Edwiges (personagem de Carolina Dieckmann em *Mulheres Apaixonadas*) e Hércules (personagem de Danton Mello na primeira fase de *Malhação*), ele na metade da década de 90 e ela já no início dos anos 2000, época em que o assunto já vinha sendo trazido à tona. Ambos os personagens usavam a virgindade como forma de resistência. Edwiges guardava a sua virgindade até o dia de seu casamento e entrava em conflito com os personagens que pensavam diferentemente, inclusive seu namorado, Cláudio, interpretado por Erik Marmo. Já Hércules era um garoto do interior recém-chegado no Rio de Janeiro que preservava sua virgindade, mas era alvo de desejo das meninas da academia.

Assim como os “modernists”, ou “mods” (citados na página 3) foram essenciais para a cultura juvenil na metade do século passado, os adolescentes que pregam a virgindade são importantes para a Cultura juvenil atual. Da mesma forma que Elvis



ajudou a criar gostos e estilos, Britney assim o fez e até refez ao assumir uma nova identidade, mudando maior parte de seu público.

Não há um juízo de valor sobre a pureza presente ou não em cada artista neste trabalho, mas o impacto que ela causa nos adolescentes que estão inseridos nos meios onde esses *popstars* atuam é extremamente importante ser discutido.. É visível que os pais dos adolescentes apoiam a força da virgindade na mídia, mas viveram em outra época.

A identificação com o público-alvo torna-se notoriamente inserida na música pop, atingindo aqueles que pregam o amor livre, a falta de apego afetuoso ou a virgindade, o que ajuda a demonstrar como a música pop reforça identidades e comportamentos. A música pop ainda tem o poder de atuar sobre aqueles que pensam diferente.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis; **Aparelhos Ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro, Graal, 1985. 2ª edição.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das trocas simbólicas**. Trad. De Sérgio Micelli et al. São Paulo: Perspectiva, 1987.

FEIXA, Carles. "Antropología de las edades". In: PRAT & MARTÍNEZ (orgs.). **Ensayos de Antropología Cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat**. Barcelona, Ariel, 1996.

FILHO, João Freire. **Reinvenções da resistência juvenil – os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2007.

FILHO, João Freire; **Novas Perspectivas para o Estudo da Relação entre Discursos Midiáticos, Juventude e Poder**. São Paulo: XV Encontro da Compós, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A Vontade de Saber**. Trad. de Maria T. da Costa Albuquerque.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

JANOTTI JUNIOR, J. S. **Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular**. *Interin*. V. 4, p. 1-12, 2007.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; e CARDOSO FILHO, Jorge. **A música popular massiva, o mainstream e o underground – trajetórias e caminhos da música na cultura midiática**. São Paulo: XV Encontro da Compós, 2006.



KELLNER, Douglas; **Sociedade Miatizada**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2006.

MARX, Karl; **O Capital**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985. 2ª edição.