

Uma narrativa jornalística sobre o Sargento Pimenta: a formação de um circuito cultural “vibrante” e o nascimento da crítica musical *pop* nos anos 1960.

Marcello M. Gabbay

*HEYLIN, Clinton. Sgt.
Pepper's lonely hearts club
band: um ano na vida dos
Beatles e amigos. São
Paulo: Conrad, 2007.*

Em junho de 2007 completaram-se quarenta anos do lançamento do álbum *Saergent Pepper's Lonely Hearts Club Banb* do grupo musical inglês *The Beatles*, considerado um marco divisor na história da música popular e da própria indústria fonográfica. O jornalista conterrâneo dos *Beatles*, Clinton Heylin realiza no livro “Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band: um ano na vida dos Beatles e amigos”, lançado em 2007 pela editora Conrad, um trabalho investigativo mais completo e interessante em relação a muitas publicações lançadas por ocasião do aniversário do álbum, geralmente, com abordagens repetitivas e superficiais sobre o disco, isolado dos contextos sociocultural e histórico em que foi produzido.

Primeiramente é preciso reconhecer que o “lugar de fala” do jornalista inglês é marcado principalmente por três aspectos: sua origem de tradição britânica, onde a mídia vem de uma vinculação predominante com o Estado (através das BBCs); o surgimento, nos anos 1960, de uma novo formato de jornalismo cultural independente e menos formal; e o surgimento, na virada dos anos 1960 para os 70 do jornalismo crítico, com caráter mais comercial e distanciado em relação ao leitor e aos informantes artistas.

A partir daí, Heylin faz uma análise dura do fenômeno cultural e comercial associado ao surgimento de *Sgt. Pepper's*, procurando desconstruí-lo ao esclarecer o que considera as circunstâncias históricas e socioculturais que influenciaram o vanguardismo dos *Beatles*, em especial do compositor e contrabaixista Paul McCartney,

a quem Heylin dedica a maioria dos créditos positivos. Ao que parece, a narrativa do jornalista inglês caminha na direção de posicioná-lo como pesquisador idôneo, comprometido com a análise histórica e vacinado contra quaisquer tendências mercadológicas de mitificação; este aspecto narrativo é marcado pelo ardor com que Heylin renega os ícones mais fortemente estabelecidos no seno comum da música *pop*, como John Lennon e George Harrison (os *beatles* mortos), o super-aclamado álbum *Smile* dos *Beach Boys* e o próprio *Saergent Pepper's*.

De certa forma, Heylin trata o próprio *Saergent Pepper's*. como um produto narrativo na medida em que analisa os contextos em que foi produzido, levando o leitor a vislumbrar a formação de uma cena cultural independente na *swinging London*¹ da segunda metade dos anos 1960 e em Los Angeles, nos EUA, que comporiam a partir daí um circuito cultural aquecido primeiramente pelos *happenings* espontâneos e em seguida pela apropriação feita pelo mercado do disco e de ídolos juvenis. Aliás, a lógica que regia a produção-circulação-consumo de discos também passa por mutações que são observadas pelo autor através da relação tensa entre os grupos e os produtores de disco, motivada pela expansão do experimentalismo e da eletrônica na música *pop* ocidental. Heylin procura demonstrar como se deu todo esse processo apoiando-se nas vozes de artistas, jornalistas, empresários e publicações da época. O estabelecimento de pontos de encontro como os clubes, galerias de arte, livrarias e mesmo residências formariam um território propício a uma busca por protagonismo por parte dos artistas que, apoiados nas viagens de ácido, tomavam coragem para experimentar novas formas e performances musicais independente da sua capacidade comercial em larga escala. Mas o autor não deixa de observar como, por outro lado, a indústria tratou de “capturar” grupos como *Cream*, *Pink Floyd*, *The Move* e o americano *Jimi Hendrix Experience*, forçados a reduzir suas experiências eletro-acústicas de 10, 20 minutos a canções-padrão para prensagem em compactos de 12 polegadas.

Heylin também observa uma mudança marcante no jornalismo cultural dos anos 1960, precisamente em 1967 quando, segundo o autor, os jornalistas trocam o papel de “repórteres indistintos” (marcados pela proximidade íntima com a cena e com os atores que a compunham, numa narrativa mais condescendente em veículos impressos especializados de médio e pequeno portes) pelo de “críticos” (marcados pelo distanciamento em relação ao artista, numa narrativa mais ácida e ponderada,

¹ Ao pé da letra, “Londres vibrante” designa uma cena cultural vanguardista específica que se deu na capital inglesa na segunda metade nos anos 1960. O termo foi largamente difundido a partir de sua utilização em um editorial da revista norte-americana *Life*, em abril de 1965.

reivindicando a objetividade jornalística, agora em veículos de grande porte e circulação). A formação de um jornalismo cultural crítico se consolidou, segundo o autor, a partir de 1972 na Inglaterra, enquanto que nos EUA o perfil dos jornalistas e veículos ainda era mais celebrativo (Heylin, 2007, p. 173). Na verdade, construía-se a partir daí uma distinção simbólica entre a mídia e a cena cultural, um “muro” que deveria ser pichado pela crítica, como relata o jornalista Keith Altham, que à época escrevia para o periódico *New Musical Express* (Heylin, 2007, p. 163):

Acabou o relacionamento entre os jornalistas e os astros, [então] isso significava que agente não tinha acesso, e a amizade havia se rompido. Daí o natural era que o relações públicas criasse um muro entre o astro e a mídia – e se existe um muro, o jornalista não tem alternativa a não ser pichá-lo.

O livro trás, como resultado da pesquisa documental do autor, vários recortes de jornais da época e transcrições de fontes da mídia, biografias, pesquisas afins e entrevistas feitas por Heylin. Assim, é possível acompanhar como o circuito cultural da conexão Londres-Los Angeles passou dos restritos grupos de poetas, bandas e amigos para os pequenos e emergentes periódicos especializados *Mersey Beat*, *Beat Instrumental*, *Beatles Monthly*, *KYA Beat*, *International Times*, aos mais expressivos *Disc and Music Echo*, *Melody Maker* e aos grandes como o *New Musical Express* e as revistas *Life*, *Time* e *Rolling Stone*. A propósito, os diversos recortes documentais trazidos por Heylin apontam também um curioso choque semântico provocado pelas mudanças culturais, onde, por exemplo, o adjetivo *moderno* era usualmente associado ao excesso ou “entulho” (Heylin, 2007, p. 163, 169).

Ao final, o autor, não deixa de estabelecer um marco histórico representado pelo lançamento de *Sgt. Pepper's*. A própria divisão do livro em três partes – sendo a primeira relacionada às situações preliminares ao disco, no ano de 1966; a segunda ao ano de 1967; e a terceira ao restante do tempo, de 1968 a 2007 – é uma forma de confirmar o disco e suas circunstâncias socioculturais e estéticas como divisor de águas. Na última parte, Heylin ainda comenta a chegada do CD e os vários equívocos em relação à adaptação do mercado fonográfico à nova mídia, passando inclusive pelo atual “problema” dos *downloads*. Temos aí uma leitura interessante, seja pelo aspecto documental e histórico acerca de um fato consagrado e bastante mitificado pela narrativa midiática, seja pelo conflito criado entre a batalha de Heylin contra um pressuposto incontestado, que é o álbum, e a sua própria posição forçosamente crítica, carregada de valores pelo seu “lugar de fala”, mas pretensa à neutralidade ideológica.

Um ótimo material para exercitar várias formas de naturalização do discurso no jornalismo cultural, no senso comum, na cultura *pop* e na obra em si.

MARCELLO M. GABBAY é doutorando em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e membro do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da ECO/UFRJ – LECC.