



I read the news today, oh boy: uma análise da reação midiática britânica ao fenômeno da beatlemania¹

Davi Severiano SILVA²

Moacir Barbosa de SOUSA³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

A *beatlemania* foi uma manifestação social que aconteceu no início dos anos 60 na Inglaterra e alcançou o resto do mundo posteriormente. Na condição de acontecimento impactante culturalmente, ela foi noticiada em todos os meios de comunicação de massa. Assim, com a intenção de refletir e analisar tal episódio, este artigo detalha o contexto histórico da época e alguns pontos importantes sobre o despertar do movimento.

PALAVRAS-CHAVE: agenda-setting; rock; Beatles; mídia; indústria cultural.

Introdução

No início da década de 60, a Inglaterra vivia um período político bastante delicado. Assim que os meios de comunicação britânicos foram legalmente desimpedidos de abordarem o caso Profumo⁴, a população tomou um maior conhecimento sobre todo o processo que acontecia em torno desse escândalo. Ele envolvia nomes importantes do cenário parlamentar e social do país, uma ex-dançarina de cabaré e um possível espião soviético. O que antes eram apenas boatos avulsos tornou-se de domínio público rapidamente, graças ao avassalador poder informativo dos *media*..

O *Profumo Affair*, como ficou conhecido o incidente, foi um episódio que gerou um grande sentimento de decadência moral e desconfiança por parte do povo inglês diante de algumas personagens da sociedade. Durante os julgamentos e investigações, vários

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Radialismo da UFRN, email: daviseveriano91@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social do DECOM-UFRN, email: moacirbs8@oi.com.br

⁴ Escândalo sexual que envolveu o osteopata e artista Stephen Ward, a ex-dançarina Christine Keeler, o adido naval soviético Evgeni Ivanov e John Profumo, político do Partido Conservador e então ministro da Defesa da Grã-Bretanha do governo de Harold Macmillan



foram os desvios de conduta cometidos pelos envolvidos: mentiras, chantagens, falsas acusações e suicídios. Tendo em vista que durante esse período a Guerra Fria se encontrava no auge das tensões, o fato de Christine Keeler – a pivô de todos esses atos injuriosos – também ter tido um caso na mesma época com Evgeni Ivanov alarmou ainda mais as autoridades. Segundo Gould (2009), Ivanov estava ligado à embaixada soviética na cidade de Londres e provavelmente era um espião.

Não obstante, pouco tempo depois do suicídio de Stephen Ward - um dos principais envolvidos no *Profumo Affair* -, em agosto de 1963, aconteceu o que os tablóides ingleses chamaram de “o crime do século”: uma gangue realizou um roubo de 2,5 milhões de libras de um trem pertencente ao Real Governo Britânico com destino a Londres, sem deixar quaisquer pistas relevantes (GOULD, 2009). Não é difícil imaginar que esses acontecimentos mexiam com o bem-estar social do povo inglês. Tudo isso também interferia poderosamente na auto-estima da população.

Paralelamente a tudo isso, um curioso grupo de rapazes da cidade de Liverpool acabara de lançar seu primeiro LP, *Please Please Me*, em março de 63. Sua música, a despeito do que era tocado naquele período, baseava-se no puro *rock n' roll*. Esse estilo de música, diferente do que muitos pensam hoje, era considerado algo ultrapassado àquela época. Com a morte de Buddy Holly e o auto-exílio de Little Richard da cena musical, o *rock* carecia de nomes de peso e comercialmente viáveis a serem explorados pelas gravadoras. Certamente Chuck Berry e alguns outros intérpretes ainda eram capazes de chamar a atenção do público. Mas o principal agravante para o declínio do gênero musical foi o descaso de Elvis Presley em relação à sua carreira na indústria fonográfica em troca de protagonizações em filmes de qualidade técnica questionáveis. Jonathan Gould explica a motivação dessa atitude de Elvis:

Os fãs tinham suas próprias teorias quanto ao que havia acontecido com “El” [Presley]. Muitos culpavam o exército, defendendo que os rigores da vida militar haviam domado o espírito indômito de Elvis (o que seria simbolizado pelo corte militar que recebera como soldado raso, numa analogia ao mito de Sansão). Outros assumiam que a gravadora e seu empresário o haviam forçado a se afastar do rock. Mas as verdadeiras razões para o declínio artístico de Presley nasceram da natureza de sua ambição – no fato de que, apesar de adorar cantar, sua verdadeira ambição nunca tinha sido se tornar um grande cantor. Sua meta era se tornar um grande astro. E o caminho para o estrelato nos tempos de Elvis levava inexoravelmente a Hollywood. (GOULD, 2009, p.75)



Depois de conquistarem toda a região do *Merseyside* com suas eletrizantes apresentações ao vivo, tocarem em algumas cidades mais distantes como Manchester e Londres e de verem o seu single de estreia, *Love Me Do*, atingir boas posições nas paradas no fim de 1962, os Beatles ansiavam gravar um álbum o quanto antes. A primeira audição da banda para uma grande gravadora foi bastante desanimadora e confusa. Na segunda audição, porém, eles obtiveram resultados substancialmente melhores.

Após algumas mudanças sugeridas pelo produtor George Martin, a banda, enfim, estava contratada pelo pequeno selo Parlophone, da gravadora EMI. O feito de *Please Please Me*, seu segundo single, alcançar o primeiro lugar em vendas no início do ano seguinte catalisou ainda mais a vontade do quarteto em gravar um LP. Visto o frisson causado pelo grupo por onde passava e sua boa performance na parada de singles, Martin não perdeu tempo: reuniu o grupo e gravou o disco *Please Please Me* em um único dia, aproveitando 4 outras gravações feitas anteriormente que completaram a lista de faixas. E desde o lançamento do primeiro disco dos Beatles, seus status de estrelas nunca mais os abandonariam: a Inglaterra estava dominada pelo que ficou conhecido como *beatlemania*.

A popularidade dos Beatles

O som dos Beatles naqueles primeiros anos era composto pelos elementos básicos de um conjunto de rock: guitarras, baixo e bateria. O posto de cantor principal de cada música variava entre os quatro. As harmonias vocais, quer fossem em dueto ou em trio, acabaram se tornando uma de suas características mais marcantes. A posição dos músicos no palco dividia a atenção do público equilibradamente: os dois principais vocalistas, John Lennon e Paul McCartney, geralmente ficavam em extremidades distintas do palco; George Harrison, o mais introvertido, posicionava-se entre os dois, no centro; o recém-chegado Ringo Starr, por sua vez, estava sempre atrás de seus três companheiros, mas em uma superfície um pouco mais elevada.

Em termos de criatividade artística, os Beatles estavam um passo à frente da maioria dos artistas britânicos: além de interpretarem músicas de maneira competente, eles também compunham seu próprio material. Ainda que a maior parte dele fossem canções



simples, não tardou para que a dupla Lennon e McCartney fossem reconhecidos como compositores talentosos. Apenas o fato de eles se preocuparem em ter em seu repertório músicas próprias já era algo digno de nota. Mas o que impressionava era a aceitação delas por parte do público. Isso foi reafirmado quando *From Me To You*, o compacto que precedeu em uma semana o lançamento do primeiro LP do grupo também atingiu o primeiro lugar.

Não bastassem todos esses méritos musicais, os Beatles eram dotados de uma virtude essencial para um grupo de música pop: o carisma. Os sorrisos fáceis, as piadas internas, o ar de camaradagem entre si, a interação com o público nas apresentações, tudo parecia conspirar espontaneamente a favor deles. Poucos poderiam imaginar que um quarteto de jovens da cidade de Liverpool pudessem conquistar um país tão depressa. Sobre a popularidade deles, o biógrafo Arthur Davis a relata da seguinte maneira:

Por volta de 1963, a Inglaterra foi dominada por um fenômeno conhecido como Beatlemania. Por todo o país, adolescentes haviam adotado os penteados à moda Beatle (de fato, um antiestilo, que levou o grupo a ficar conhecido como os *mop-tops* – termo que pode ser traduzido literalmente como “cabeças de esfregão”) e tomavam qualquer declaração dos membros do grupo como arremedos de inspirada sabedoria ou filosofia divina [...] No entanto, gostassem ou não, os Beatles foram elevados ao *status* de ícones, especialmente depois da apresentação para a Família Real em novembro daquele ano (DAVIS, 1996, p. 30).

Os Beatles e a Mídia

No caso dos Beatles, era notável a aptidão do grupo em se comportar de uma maneira que chamasse a atenção do público sem perder a linha de artistas refinados. Mas até que ponto os Beatles deixavam de ser músicos e passavam a ser objetos de desejo para milhões de garotas inglesas?

Depois das vendas descomunais de *Please Please Me*, toda a mídia britânica voltou suas atenções para aquele quarteto de rapazes liverpudlianos de boa aparência, que tinham um forte sotaque *scouse*⁵, tocavam canções de amor, vestiam ternos impecáveis, usavam

⁵ Modo de falar característico de pessoas da classe operária de Liverpool



cortes de cabelo semelhantes entre si e, de quebra, contava com a simpatia da Rainha. Não bastasse tudo isso, conseguiam vender discos como nenhum outro artista da Grã-Bretanha⁶. O próximo compacto lançado pelos Beatles foi *She Loves You* e como bem lembra a jornalista Bruna Paulin, em seu artigo *The Beatles Setting the Agenda: Considerações Sobre a Cobertura Jornalística da Beatlemania na Inglaterra*, tornou-se o single mais vendido de todos os tempos naquele país. (PAULIN, 2009, p. 9)

Tendo em vista o período turbulento em que o povo inglês vivia naquela época (desde fatos recentes, como o Caso Profumo, a problemas mais distantes, como a perda do posto de principal potência mundial para os EUA com o fim da Segunda Guerra Mundial), era interessante para os *media* britânicos desviar um pouco o foco das notícias ruins e celebrar quatro novos talentos que surgia de uma cidade portuária da Inglaterra e que faziam a cabeça dos adolescentes que os escutavam: a beatlemania, enfim, era um assunto que exigia ser comentado.

PENA (2005) afirma – sobre a teoria do *agenda-setting* - que “a ação da mídia no conjunto de conhecimentos sobre a realidade social forma a cultura e age sobre ela”. Logo, com a crescente abordagem de jornais, programas de televisão e de rádio sobre os Beatles, pessoas de diferentes classes sociais espalhadas por todas as regiões do país tomaram conhecimento de que uma certa banda de nome esquisito⁷ estava fazendo muito sucesso e enlouquecia as adolescentes onde quer que pisassem.

Curiosamente, os quatro tinham sempre frases irreverentes com relação aos jornalistas que os entrevistavam. Ao ser perguntado sobre o motivo de usar tantos anéis nos dedos, Ringo Starr justificou-se dizendo que não conseguia colocá-los no nariz. Em outra ocasião, John Lennon começou a criticar a imprensa durante uma entrevista radiofônica. O apresentador Dibbs Mather, sentindo-se bastante desconfortável, disse que esperava uma entrevista com uma personalidade legal. Qual não foi sua surpresa quando Lennon disse que não tinha tal perfil (GOULD, 2009).

⁶ Brian Epstein, o empresário da banda, merece uma boa parcela dos méritos pelo sucesso alcançado por eles. Alguns ajustes, como usar roupas diferentes dos *teddy-boys* – os típicos roqueiros brigões – e padronizar o corte de cabelo dos rapazes, foram algumas de suas sugestões para melhorar a imagem deles em relação aos paradigmas sociais

⁷ O nome deriva do termo Beatles, antiga denominação da banda. John Lennon sutilmente alterou o nome para Beatles, em referência ao modismo cultural *beat*, que tomou conta da cena musical de Liverpool no início dos anos 60.



Nas palavras de Theodor Adorno (2002, p. 10), “os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão facilmente”. Isso significa que a indústria possui certos modelos para que um determinado indivíduo seja explorado por ela. Para o teórico alemão, um artista se pré-molda ao que é considerado como padrão para que ele possa ter visibilidade entre as pessoas. Os Beatles, como cantores, instrumentistas e compositores, eram figuras musicalmente admiráveis. Como objetos de alto apelo comercial, eram amplamente explorados pela mídia. A arte dos Beatles, sua música, era por vezes relegada para o segundo plano, sobrelevada por um caráter extremamente comercial promovido pelos meios de comunicação. O objetivo era claro: popularizar a imagem deles. No entanto, a aparência de bons moços não condizia com a vida que levavam.

John Lennon, em entrevista à revista Rolling Stone em janeiro de 1971, disse que a imprensa fazia questão de que a imagem *clean* do grupo fosse mantida. Afinal, os benefícios vinham para todos: os Beatles, enfim, tinham alcançado o estrelato; a mídia tinha um talento nacional a ser explorado como pauta – e que incomodava os artistas americanos no quesito de vendas de discos, trazendo uma virtude patriótica ao caso; e a massa tinha seus ídolos.

Considerações Finais

Visto isso, pode-se fazer algumas observações: o talento dos Beatles como músicos é reconhecido e a *beatlemania* existiu, com ou sem o apoio massivo dos meios de comunicação de massa. A *beatlemania* foi um fenômeno sócio-cultural que marcou toda uma geração. Porém, seu potencial foi amplificado pelos *media*, seja em compensação às recentes tragédias que aconteceram naqueles últimos meses ou apenas como um objeto de pauta fácil de utilizar. Facilmente cabível tanto na teoria da Indústria Cultural quanto na do agendamento, esse episódio possui uma forte relação com os estudos na área da comunicação.

Os Beatles foram a maior banda de música popular de todos os tempos. As vendas de seus discos superaram as de qualquer outro artista. Suas músicas estão entre as mais bem-sucedidas da história e já foram executadas por milhões de rádios ao redor do mundo.



Suas aparições na televisão registraram alguns dos maiores índices de audiência dos anos 60, e ainda hoje servem de parâmetro para produtores audiovisuais. Nenhuma outra banda influenciou a cultura musical do século XX com tanta ênfase quanto eles. Isso é comprovado quando verifica-se o alto índice de cantores que tocam as canções deles, que fazem versões de suas músicas e que imitam peças do vestuário dos Beatles, mesmo décadas depois.

Estudá-los como grupo, como figuras midiáticas, como artistas e como ícones culturais é algo que já foi feito diversas vezes. Inúmeros livros sobre eles, em conjunto ou individualmente, já foram lançados. Mas é papel das ciências humanas prosseguirem em conhecê-los e identificar a dimensão do potencial que eles ainda possuem.

O assassinato de John Lennon, em 1980, marcou toda uma geração. Foi o fim de um ciclo, não só para ele e para os seus ex-companheiros, mas para aqueles que viveram intensamente a cultura dos anos 60 – que é, para alguns, a década mais importante do século passado. Os Beatles, sua vida, seu declínio e sua queda, nos ajudam a refletir sobre o poder da música. Mais do que isso, eles são uma maneira diferente de compreender um pouco mais sobre o ser humano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GOULD, Jonathan. **Can't buy me Love: os Beatles, a Grã-Bretanha e os Estados Unidos**. Tradução Candombá. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. Tradução Julia Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005

DAVIS, Arthur. **The Beatles: Dito e não Dito**. Tradução Heitor Pitombo. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1996.

RUSSEL, Jeff. **The Beatles: gravações comentadas & discografia completa**. Tradução Candombá. 2. ed. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

PAULIN, Bruna. **The Beatles setting the agenda: considerações sobre a Beatlemania na Inglaterra**. In: X Intercom Sul, 2009, Blumenau. X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul - anais. São Paulo : Intercom, 2009. v. CDROM.



WENNER, Jann S. ; LEVY, Joe (Ed.). **Rolling Stone: as melhores entrevistas da revista Rolling Stone**. Tradução Emanuel Mendes Rodrigues. São Paulo: Larousse do Brasil, 2008.