

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
PROJETO EXPERIMENTAL

# Revolution: interação com fãs e identidade jovem nos filmes dos Beatles

Monografia apresentada em cumprimento parcial às exigências do Curso de  
Comunicação Social da PUC-Rio para obtenção do diploma de graduação.

Mariana de Oliveira Santos

Matrícula: 1310951

Orientadora: Tatiana Siciliano

Dezembro de 2016

“And in the end, the love you take is equal to the love you make.”

John Lennon/ Paul McCartney

“Take these broken wings and learn to fly.”

John Lennon/ Paul McCartney

## **Agradecimentos**

Agradeço a minha orientadora por ter me ajudado a aprimorar minhas ideias e a colocá-las no papel, sempre me impulsionando a fazer mais.

Agradeço ao meu irmão por ter me apresentado aos Beatles, e a minha mãe e meu pai por terem me apoiado durante o intenso processo de escrita e me ouvido falar sobre o tema por horas a fio com um sorriso no rosto.

À Flávia por ter me encorajado a correr atrás do tema; à Patrícia por ter me ajudado revisando e transformando dicas em insights; e à Thaís por ter dividido as dificuldades diárias, incentivando e lendo cada etapa do processo.

Aos integrantes do curso “The Beatles: História, Arte e Legado” por terem compartilhado suas histórias comigo com tanto carinho.

E, finalmente, aos Beatles por terem me inspirado e ensinado tanto por meio de suas músicas.

## **Resumo**

O presente trabalho pretende discutir o imaginário dos Beatles a partir de seus filmes e como transmitiram a identidade jovem da banda, colaborando para a construção de um relacionamento entre eles e os/as fãs. Após descrever o contexto em que o quarteto surgiu e como a música ajudou a moldar a identidade de sua geração, a monografia aborda os Beatles como objeto acadêmico e investiga a relação dos/as fãs e a banda com base nas histórias de alguns membros do curso “The Beatles: História, Arte e Legado”. Fomentada pelas discussões feitas, a análise de filmes, escolhidos por sua importância na carreira dos Beatles, aponta valores e características da construção de imagem da banda.

**Palavras-chave:** Beatlemania, identidade jovem, fãs.

## **Abstract**

This paper discusses the imagery around the Beatles through their films and how the band transmitted their youth identity, allowing them to build a relationship with their fans. After describing the context of the band's beginnings and how the music helped to shape the identity of their generation, this piece approaches the Beatles as an academic matter and investigates the relation between the fans and the band based on the stories of a few members of the course “The Beatles: História, Arte e Legado”. Fostered by the discussions made, the analysis of the films, chosen because of their relevance at the Beatles career, points out values and traits of the band's image development.

**Keywords:** Beatlemania, youth identity, fans.

## Sumário

Epígrafe.....	2
Agradecimentos .....	3
Resumo .....	4
Introdução .....	6
<b>1. Come Together: como a rebeldia criou um mito .....</b>	<b>9</b>
1.1 Discussão sobre o conceito de juventude .....	9
1.2 A importância do Rock.....	11
1.3 Mods versus Rockers.....	12
1.4 A construção de um mito ou marca? .....	15
<b>2. From us to you: os fãs e os Beatles .....</b>	<b>18</b>
2.1 A criação da Beatlemania.....	18
2.2 Como me tornei Beatlemaniaca.....	20
2.3 História, Arte e Legado .....	22
2.4 Um pouco dos fãs .....	25
2.5 Coleccionismo .....	29
<b>3. Get Back: filmes que marcaram.....</b>	<b>35</b>
3.1 Dos palcos às telas de cinema .....	35
3.2 “A Hard Day’s Night” e “Let It Be” .....	37
<b>4. Considerações finais.....</b>	<b>45</b>
Referências Bibliográficas .....	48
Apêndices.....	50
A Programa do curso “The Beatles: História, Arte e Legado”.....	50
B Transcrição das entrevistas .....	56

## Introdução

Apesar de terem se separado em 1970, os Beatles ainda estão vivos. Estão vivos nos *boxes* especiais de suas músicas, nas homenagens feitas por outros artistas, nos documentários lançados nos cinemas e nos jovens que fazem a banda renascer toda vez que ouvem seus discos. O conjunto formado por quatro garotos de uma cidade portuária da Inglaterra começou um fenômeno estrondoso ao lançarem seu primeiro disco e ganharam o mundo.

Tudo começou no fatídico 6 de Julho de 1957, quando Paul McCartney mostra seu talento com o violão tocando “Twenty Flight Rock” para John Lennon. A letra rápida e os dedos autodidatas de Paul impressionam John e assim começa uma das parcerias mais famosas da música. A partir daí o *FabFour* começa a se formar. George Harrison entra na banda em 1958 e Ringo Starr, em 1962, substituindo o antigo baterista Pete Best. Ao longo dos quase dez anos de carreira, os Beatles enfrentaram muitas críticas, foram alvos de teorias conspiratórias, mas também conquistaram milhares de fãs que fariam de tudo para ficar perto deles. Durante esse tempo, eles foram se adaptando aos estilos que surgiam e adquirindo diferentes gostos e influências, visíveis se compararmos os ternos idênticos que usavam no começo da carreira às roupas e cortes de cabelo de estilos diferentes de cada integrante no último álbum, por exemplo.

Os shows em Hamburgo na Alemanha e no *Cavern Club* em Liverpool, no começo da carreira, impulsionaram a banda à prática incansável que viria a calhar futuramente. As contribuições do empresário Brian Epstein e do produtor George Martin foram fundamentais para aperfeiçoarem o que faziam. No entanto, como conseguiram se tornar o clássico que são? Um pouco de sorte, claro, mas como eles ainda conseguem alcançar novas gerações quase 50 anos depois de seu término? Esta monografia busca discutir como a forma de interagirem com os/as fãs contribuiu para se destacarem do resto das bandas da época. Os objetivos são entender como a juventude e a *Beatlemania* podem ser componentes importantes dentro dessa abordagem, além de identificar elementos característicos da construção de marcas e mitos nos Beatles, ao analisar os filmes feitos pela banda.

O presente trabalho engloba duas áreas da Comunicação: a Publicidade e o Cinema. O objeto do estudo será os filmes dos Beatles, os quais são significativos a medida que exemplificam como a banda construiu sua imagem e representam diversos elementos da discussão proposta por esse projeto.

Seja na alegria ou na tristeza, a música é uma grande forma de expressão, porta-voz de diversos sentimentos e momentos da vida. Como William Roy disse, “o poder da música tem sido celebrado por filósofos, poetas, estadistas e ativistas. A música tem o poder de seduzir, inspirar, acalmar e fortalecer” (*apud* FERNANDES, 2010, p.23). Canções, cantigas e todas essas variações são meios de construirmos nossa identidade social e individual, por isso parece relevante que a música seja estudada a fim de tentarmos compreender a sociedade em que vivemos.

Já a escolha dos Beatles como temática de estudo é justificada por sua influência de décadas principalmente na cultura ocidental, tanto na produção de novas músicas e bandas quanto na vida de fãs e ouvintes esporádicos. Bem como Rudolf Hecl (2006) cita em sua tese, os Beatles transcenderam a influência musical para chegar à cultura. Exemplos claros disso são os óculos redondos que John Lennon usava serem chamados de ‘lenonky’ em checo, o corte de cabelo da banda ser conhecida como ‘estilo Beatles’, além das diversas alusões feitas ao conjunto em séries de TV e filmes (HECL, 2006).

A questão de gosto pode ser facilmente descartada da discussão para afirmarmos que é inegável o quanto a banda se tornou importante para a História. Sua música conseguiu unir diversos gêneros como o *rock* americano e o *skiffle* inglês, e estilos como *mods*, *rockers*, *hippies*, entre outros. Nos álbuns como “White Album” (1968) e “Abbey Road” (1969), fica clara essa diversidade apreciada por muitos. Ouvem-se influências da música indiana, depois de terem feito um retiro no país, as temáticas de amor e paz, tão abordadas por John Lennon em sua carreira solo, e o uso de efeitos sonoros impossíveis de reproduzir ao vivo. Suas melodias foram ganhando forma, e assim, a “influência de Liverpool como um importante porto inglês e local onde muitas culturas se encontravam mais a juventude dos quatro garotos criou algo novo e refrescante” (MATZNER *apud* HECL, 2006, p.15, tradução minha).

Desde a quebra de paradigmas, com coros e roupas consideradas femininas, à inovação sonora, os Beatles conseguiriam ser uma voz importante para a geração. Não só isso, como, talvez inexplicavelmente, adaptaram-se e deram voz às gerações que vieram a seguir. Além de Paul McCartney e Ringo Starr continuarem a repassar a mensagem da banda, o interesse que os Beatles despertam nos jovens e crianças de hoje é algo que gera curiosidade. Um bom exemplo dessa influência foi o sucesso do disco “1”, lançado em 2000, um compilado de todas as músicas dos Beatles que ficaram no primeiro lugar das paradas. O álbum vendeu 1 milhão de cópias em apenas uma semana<sup>1</sup> e se tornou o álbum mais vendido da década no mundo todo. Ademais, inúmeros filmes sobre a banda são lançados frequentemente como "Good Ol' Freda" (2013) e “Eight Days a Week” (2016).

No primeiro capítulo, abordaremos a discussão em torno do conceito de juventude, recorrendo a estudos feitos sobre o assunto, além de procurar entender o contexto em que os Beatles viviam, analisando-os como fenômeno de mito e marca. Os movimentos de contracultura surgiram nos anos 60 e a juventude começou a ganhar voz efetivamente, tentando encontrar qual melhor a representaria. Com as consequências da Segunda Guerra Mundial, surgem grupos por toda a Inglaterra que começam a questionar seu modelo de vida e a quebrar padrões, e a música se torna um dos principais meios de manifestarem esses sentimentos. *Mods*, *rockers* e os Beatles entram em cena para exemplificarem as questões da época e as influências disso na constante formação da sociedade.

No segundo capítulo, o foco é nos/as fãs e em como os Beatles criaram uma intensa relação com eles/as e assim se mantiveram relevantes. A *Beatlemania* foi parte fundamental da banda e, de certa forma, parece ter se tornado referência quando o assunto é fãs. Quando se tem contato com um fã-clube, é possível perceber um novo mundo a sua volta. No Rio de Janeiro, por exemplo, há inúmeros jantares, encontros, shows, cursos, lanchonetes e muitos outros eventos e destinos com a temática da banda todo mês. São diversas pessoas de todas as idades que se propõem a organizar essas vivências e ir a cada uma delas. Por isso, nesse capítulo, proponho discutir um pouco da trajetória desses amantes da banda a partir de entrevistas em profundidade com os responsáveis e alguns

---

<sup>1</sup> ROLLING STONE. *Beatles Move One Million "1"s in One Week*, dez.2000. Disponível em: <http://www.rollingstone.com/music/news/beatles-move-one-million-1-s-in-one-week-20001227>. Acesso em: 01/10/2016.

participantes do curso “The Beatles: História, Arte e Legado”, organizado na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Já no terceiro e último capítulo, há uma análise dos filmes produzidos pelos Beatles a fim de aplicarmos a discussões geradas no decorrer de todo o texto. Além de exemplificar a *Beatlemania*, a maioria dos filmes têm enredos inusitados que abordam magia, mistério e aventura – ou até mesmo não têm enredos aparentes. Nomeados com base nas músicas da banda, “A Hard Days Night” (1964), “Help!” (1965), “Magical Mystery Tour” (1967), “Yellow Submarine” (1968) e “Let it Be” (1969) são manifestações na prática da construção de marca dos Beatles e da forma de comunicação com os/as fãs, utilizando sempre carisma, humor e doses de rebeldia jovem. Estes filmes demonstram a inovação do *FabFour* e o desenvolvimento de uma perspectiva diferente do que se vê em estudos sobre os discos da banda, ao mesmo tempo que os confirma.

## **1. Come together: como a rebeldia criou um mito**

### **1.1– Discussão sobre juventude**

A definição de o que é ser jovem sempre teve uma maleabilidade latente, afinal é uma categoria heterogênea que depende de diversos fatores interligados como gênero, etnia e classe (RAMOS, 2009). Percebe-se que, ao longo dos anos, o conceito foi adquirindo camadas de compreensão, processo que se intensificou no século XIX, abordado por Ariés (1981), em que começaram a considerar a juventude como fase importante da vida (PEREIRA e ROCHA, 2009). Essas mudanças mostram o quanto as categorias de idade são flexíveis, e os conceitos de jovem e velho são construídos socialmente, designando um papel a ser cumprido por cada um (BOURDIEU, 1983). Se antes, no próprio discurso, a presença de uma fase intermediária da vida era inexistente, hoje nossa percepção quanto ao ciclo da vida mudou. Um exemplo disso é o uso da expressão “terceira idade” quando se refere aos idosos, o que sugere que primeira idade e segunda idade seriam infância e vida adulta, respectivamente (PEREIRA e ROCHA, 2009).

Antes do século XIX, havia uma ruptura da vida infantil para a adulta quando a pessoa se tornava madura sexualmente e se casava (PEREIRA e ROCHA, 2009), assumindo responsabilidades de uma só vez sem o período de transição da juventude. Em meados

do século XX, com a mudança de “sociedade industrial de consumo” para “cultura do consumo”, é que o/a jovem se tornou o foco da comunicação de massa com seus slogans de identidade e seu estilo de vida (ENNE, 2010). As características jovens de mobilidade, transformação e contestação se encaixam aos valores da modernidade (ENNE, 2010), e a juventude passa a ser mais do que uma fase, torna-se algo que permeia toda a sociedade.

Ainda assim, a juventude é vista como um período cheio de conflitos e contradições, por isso é difícil de ser definida, como Ramos (2009) apontou. É considerada uma limiaridade em que nos encontramos durante alguns anos entre ganhar independências e ser dependente, assumir responsabilidades e obedecer a regras, ora ser adulto e ora ser criança dependendo da situação, e ter que corresponder a expectativas de dois espaços simbólicos opostos (PEREIRA e ROCHA, 2009).

As contradições também se encontram no próprio conceito já que, ao mesmo tempo que a juventude é parte fundamental na construção da sociedade moderna, a ideia de transição ainda está presente. No fundo, o/a jovem está em uma jornada para encontrar sua identidade. Estar em uma fase tão maleável traz incertezas, mas também traz a “liberdade de errar”, por isso parece fazer sentido serem vistos como agentes de mudança - ideia que surge nos anos 50 e 60 (PEREIRA e ROCHA, 2009). A partir dos anos 50 e 60, a “memória afetiva” em relação ao período torna as comparações inevitáveis, o/a jovem se torna um símbolo de resistência, e espera-se que ele/a conteste e questione tudo a sua volta (ENNE, 2010).

Sem a transformação desse/a jovem em um completo adulto/a de imediato, deduz-se que esse espaço criado é de conflitos, desvio e provocação (COHEN, 2011). A rebeldia nasce. Não por meio da completa ruptura com o sistema vigente como se imaginaria, mas em uma “re-existência” por meio de um processo complexo de críticas, como Jacinta Gomes (2009) percebeu em seu estudo com jovens do hip hop no Rio de Janeiro (PEREIRA e ROCHA, 2009). Esta forma de resistência pode ser observada nas inovações sutis feitas pelos Beatles anos atrás. As temáticas de suas músicas fugiam do estilo roqueiro tradicional, falando de amor, fidelidade e lealdade; e “a ideia de reciprocidade, na relação homem-mulher, talvez seja a chave para entender a transição que foi operada pelos Beatles, do *rock n’roll* para o *rock*.” (SINGER, 1985, p.59). Seu visual comportado e cabelo longo remetiam a traços femininos, além do uso de coro nas músicas, recurso

usado por bandas de mulheres em geral (SINGER, 1985) - que ficaram conhecidas como *Girl Groups* nos Estados Unidos exatamente pela típica harmonização de vozes e foram um importante passo para a história das mulheres no *rock n' roll*<sup>2</sup>. As músicas dos Beatles tinham trechos como “Você não precisa de mim para mostrar o caminho” e os falsetes reforçavam “a feminilidade do grupo” (SINGER, 1985, p.59). Sem querer ou não, a banda começou a contestar certos estereótipos de gênero.

## 1.2 – A importância do *rock*

O *rock* foi o fio condutor encontrado pelos/as jovens para transmitirem suas ideias e criarem sua identidade. As letras das músicas falavam sobre um mundo melhor e os sons desafiavam o passado dando voz às subculturas formadas na época, já que as artes hegemônicas não supriam estas necessidades (HOBSBAWM, 2013). Tudo começou com o *skiffle*, ritmo afro-americano do *folk* que usava instrumentos feitos manualmente, o que atraiu jovens de classes mais baixas que começaram a ver a música como forma de ascensão social (PERONE, 2009). Este estilo musical teve forte presença no início de muitas bandas inglesas da época. Os Beatles, por exemplo, começaram como Quarry Men, uma banda *skiffle* composta por três dos quatro integrantes do *FabFour*. Assim, as influências do *blues*, *jazz*, *country* e a diversidade de cada uma delas formaram a combinação necessária para o nascimento do *rock n' roll* (RAMOS, 2009), que, por sua vez, foi um dos componentes fundamentais para a formação da chamada cultura jovem (Brandão e Duarte *apud* PEREIRA e ROCHA, 2009).

Para as crianças que cresceram nos anos 50, a música foi a forma de expressarem sua insatisfação com restrições sociais (PERONE, 2009). É neste momento que os movimentos de contracultura nascem, colocando o/a jovem como ator/a social importante, o/a mais adequado/a para o posto por “ainda não estar tão amarrado/a a estruturas e convenções, que melhor pode fazer uso dessas possibilidades de construir e inventar subjetividades a partir de bens de consumo” (ENNE, 2010, p.27). A rebeldia se torna o principal contribuinte para mudanças comportamentais, mesmo que não tenha quebrado todos os padrões estabelecidos, tendo como exemplos o surgimento da

---

<sup>2</sup> History of Rock. *Girl Groups: A Short History*. Online. Disponível em: [http://www.history-of-rock.com/g\\_g-history.htm](http://www.history-of-rock.com/g_g-history.htm) Acesso em: 03/11/2016

minissaia, da pílula anticoncepcional e dos namoros mais abertos vistos na Jovem Guarda (RAMOS, 2009).

Mesmo sem terem vivido a Segunda Guerra Mundial, os/as jovens dessa época conviviam com suas consequências. No Reino Unido, os bombardeios afetaram áreas residenciais e escolares, e os problemas na economia aumentaram as lacunas entre classes sociais (PERONE, 2009). Além disso, a guerra elevou os/as jovens a um certo patamar de importância, já que muitos soldados tiveram que deixar cedo suas vidas normais para participar das batalhas. O período pós-guerra criou a maior geração jovem sem casar desde então, o que significava menos amarras sociais e mais liberdade de ação (COHEN, 2011). Eles/as ganham espaço de fala e começam a questionar o modelo de sociedade em que vivem. Que tipo de cultura leva a uma guerra de proporções tão grandes e violentas? Como poderiam continuar a viver na mesma lógica de pensamento depois de tudo que a população sofreu?

Com essas indagações em mente, nasce o *rock n' roll* nos Estados Unidos na década de 50, tornando-se um padrão de comportamento jovem disseminado em vários países (RAMOS, 2009). No entanto, é somente nos anos 60 que estes movimentos se consolidam e ganham um aspecto político definido, e o “lazer disruptivo” do proletariado norte-americano se torna o desejo de transformação individual inerente a todo e qualquer jovem (SINGER, 1985). Com base nisso, a classe trabalhadora inglesa e sua sede por mudanças sociais se torna a nova voz da cultura juvenil e difunde seus ideais, aproveitando a rede de conteúdo musical, audiovisual e impresso que unia jovens do mundo todo (FELDMAN, 2009).

### **1.3 – *Mods versus rockers***

Tudo começou com os *teddy boys*, o primeiro grupo a marcar sua inovação entre os/as jovens ingleses/as (COHEN, 2011). Eles nasceram da classe trabalhadora do sul de Londres e eram brutos, indignados e provocadores, características representadas em suas ações (COHEN, 2011). Conhecidos como *teds*, eles tomavam o espaço da rua como se fossem suas casas e davam voz à resistência destruindo locais públicos como cinemas e atacando quem não fosse bem-vindo (INGLIS et al, 2000). Apesar da violência, isso chama a atenção dos jovens, mais grupos aparecerem e a contestação que os *teds* começaram cria duas forças opostas: *mods* e *rockers* (PERONE, 2009).

Enquanto os/as *mods* herdaram sua confiança, vaidade e agitação, os/as *rockers* eram similares aos *teds* por não terem aderido ao novo modelo criado pelos/as *mods* e serem mais diretos (COHEN, 2011). De um lado, os/as *mods* andavam em suas lambretas italianas, usando ternos e ouvindo *jazz*, *blues* e música jamaicana (PERONE, 2009). Eles/as se declaravam a voz da modernidade – daí o nome *mod* -, versões mais sofisticadas e estilosas dos/as jovens (PERONE, 2009). De outro lado, os/as *rockers* andavam em suas motocicletas grandes e pesadas, usando couro preto e ouvindo rock americano de artistas como Elvis Presley (PERONE, 2009). Os dois grupos não se davam bem e os conflitos eram cada vez mais intensos. Esta busca por representatividade dos dois lados levou, inclusive, a confrontos físicos como o da praia de Brighton em 1964, em que a briga entre *mods* e *rockers* envolveu a polícia e chegou a ser manchete nos jornais da época.

Em meio aos dois estilos, os Beatles pareciam englobar a época como um todo. Tendo em vista a influência dos *teds*, John Lennon chegou a questionar se era um, mas percebeu que estava somente na superfície do conceito e nunca seria perigoso como eles (INGLIS et al, 2000). Além das influências americanas, os Beatles eram de classe média-baixa e o fato de terem estudado arte sobressaía seu contato com as ruas, em oposição aos *teds* (INGLIS et al, 2000). Já as semelhanças físicas com os/as *mods* eram evidentes, com seus cabelos e ternos arrumados, e a influência musical dos/as *rockers*, comprovadas pelas jaquetas de couro que os Beatles usavam antes, era clara. Assim, pode-se dizer que a banda de Liverpool tinha uma característica dos/as jovens mais modernos: a capacidade de “reunir experiências de múltiplos lugares e domínios dispersos, (...) harmonizar diferenças e (...) compatibilizar coisas provindas de universos lógicos distintos” (PEREIRA e ROCHA, 2009, p.46). No final das contas, os Beatles misturaram *mods*, *rockers* e inclusive *hippies*, variando de intensidade em diversos pontos de sua carreira (Muncie *apud* FELDMAN, 2009). Eles se tornam os *bricoleurs* de Lévi-Strauss (*apud* PEREIRA e ROCHA, 2009), capazes de estar em vários grupos, cumprir diversas funções sociais diferentes e acessar emoções de forma fácil e rápida.

De acordo com o músico Paul Berlotino, apesar de não terem sido considerados *mods* no Reino Unido, os Beatles se tornaram representantes do grupo nos Estados Unidos, assim como outras bandas da *British Invasion* (FELDMAN, 2009). Seus cabelos compridos

*mop-tops* foram extremamente discutidos pela imprensa; e seu visual feminino foi significativo na mudança da estética masculina, já codificada nos *mods* em 1963 – o que entrou em choque com os estadunidenses mais velhos (FELDMAN, 2009). Este tipo de conflito entre gerações é uma constante na relação com jovens, afinal é criado por meio do contraste “entre sistemas de aspirações constituídos em épocas diferentes” (BOURDIEU, 1983, p.7).

*Babyboomers* do mundo todo queriam deixar de lado os horrores da guerra e abraçar a modernidade. *Mods* e *rockers* representavam os sentimentos ambivalentes remexidos pelas mudanças sociais do período pós-guerra (COHEN, 2011). Se na Inglaterra as consequências da guerra trouxeram este mal-estar, o processo não demoraria para chegar na Alemanha e no Japão. Estes países estavam sofrendo uma crise de identidade e ideologia profunda depois da Segunda Guerra Mundial, e seus/suas jovens viram na cultura *mod* uma forma de renovação da sociedade (FELDMAN, 2009).

Com essa subcultura se tornando menos regulatória e mais universal, a palavra *mod* virou sinônimo de cultura jovem em muitos países (FELDMAN, 2009). O que antes era uma revolução predominantemente masculina, agora era um movimento internacional de estilo e idealismo juvenil (FELDMAN, 2009). Os/as *rockers* passam a ser vistos/as como pouco estilosos/as e restritos/as a uma única classe social, enquanto os/as *mods* eram mais vendáveis comercialmente (COHEN, 2011). Dessa forma, o estilo *mod* se expande e começa a ecoar na música popular, na tecnologia e na moda, influenciando desde o minimalismo à arquitetura futurística (FELDMAN, 2009).

Se, nos anos 60, a autenticidade tão característica dos/as jovens criou grupos de pertencimento e rivalidades, ao longo dos anos, ela foi se transformando na construção de um indivíduo que, não necessariamente é de um único grupo, mas se apropria de diversas características para criar sua identidade – representado pelos Beatles desde aquela época. O potencial de metamorfose visto nos jovens do mundo contemporâneo os permite, assim, cumprir diversos papéis sociais e ter uma participação fluída nos grupos em que atuam (ENNE, 2010).

#### **1.4 – A construção de um mito ou uma marca?**

Segundo Barthes (2001), mitos são sistemas que criamos como forma de mensagem para nos comunicarmos. Qualquer coisa pode se tornar um mito, afinal “o universo é infinitamente sugestivo” (BARTHES, 2001, p.131). O mito se consiste de seu próprio objeto, mas também da forma como falamos dele, e o autor exemplifica nesse trecho:

Uma árvore é uma árvore. Sim, sem dúvida. Mas uma árvore, dita por Minou Drouet, já não é exatamente uma árvore, é uma árvore decorada, adaptada a um certo consumo, investida de complacências literárias, de revoltas, de imagens, em suma, de um uso social que se acrescenta à pura matéria (BARTHES, 2001, p.131-132).

Seja nas mitologias gregas ou na simbologia sagrada de um trono, mitos perpetuam histórias que representam a sociedade e cada um de nós como indivíduos. Eles falam sobre nós e nosso pensamento simbólico para nós mesmos (ROCHA, 2010). Eles parecem ser universais e verdadeiros o suficiente para serem lembrados décadas ou séculos depois de sua origem, o que só confirma a relevância de entendê-los. Mitos englobam um mundo de significações, essenciais para explicarmos nossa existência e entendermos nossa cultura (FERNANDES, 2010).

Quando os Beatles ‘conquistaram’ os Estados Unidos há 52 anos atrás em seu primeiro show no país, a banda de Liverpool oficialmente ganhou o mundo. Eles se tornaram um fenômeno mítico e, apesar da carreira deles ter durado em torno de dez anos, a intensidade da vivência foi enorme: shows eram feitos quase diariamente nas turnês e especulações eram feitas o tempo todo. Desde as teorias conspiratórias de que Paul McCartney morreu em um acidente de carro até a queima de discos dos Beatles como retaliação ao “Beatles são maiores que Jesus” de John Lennon, ficou óbvio o quanto a imagem da banda foi sendo moldada. O desenvolvimento de um mito gira exatamente em torno da forma como se lida com os significados múltiplos que surgem, como podemos ver na mítica do The Doors, construída a partir da morte de Jim Morrison e das controvérsias de sua vida (FERNANDES, 2010).

A construção de uma imagem não depende só do que se quer comunicar, mas da percepção das pessoas, como fica claro na cobertura da mídia, que parece intensificar ações e reações, criando um imaginário referente a quem está na frente dos holofotes. Assim como podemos perceber no cotidiano atual da internet, boatos e teorias são criadas a todo momento para corroborar a imagem concebida. Bandas, artistas e celebridades se transformam em representações idealizadas; por isso, personagens conseguem perdurar à

sua própria existência física, e suas histórias emocionam e alimentam uma imagem vívida na mente das pessoas, representando ideias e conceitos abstratos (FERNANDES, 2010).

Um ótimo exemplo disso é o mito “internacional” do caubói americano, estudado por Hobsbawm (2013). Apesar de ter diversas equivalências nas culturas locais de cada país, a figura do caubói americano se tornou representante de tudo que estas histórias contam. Seja nos gaúchos argentinos ou nos condutores de gado da Austrália, a imagem de um homem corajoso em cima de um cavalo ganhou importância curiosa quando se observa filmes e romances de faroeste (HOBSBAWM, 2013). As similaridades na superfície pareciam esconder as camadas de significado mais profundas que esses homens tinham em cada cultura, como o teor político inexistente no caubói americano em oposição aos “cavalheiros selvagens” fundamentais na história de alguns países (HOBSBAWM, 2013). O imaginário se torna tão forte que parece que o sentimento criado em torno do conceito é algo muito maior que a própria correspondência à realidade vivida.

Por que os Beatles conseguiram transpor gerações e se manter vivos? Por que os The Doors ganham fãs cada vez mais novos e intensos? (FERNANDES, 2010). Por que os caubóis americanos se tornaram tão populares internacionalmente? (HOBSBAWM, 2013). Estes são questionamentos que marcas míticas são capazes de trazer. Estas são perguntas que não precisam ter uma resposta única, mas que valem a pena serem feitas. Podemos inferir que, no caso dos Beatles, no entanto, o que era um mito foi ganhando o status de marca também, começando com o trabalho do empresário da banda.

Brian Epstein ouviu falar dos Beatles pela primeira vez quando três clientes de sua loja de discos pediram a gravação de “My Bonnie” da banda no intervalo de dois dias e ele não a tinha<sup>3</sup>. Sem querer, os Beatles já começaram sua jornada com uma característica importante de marca: a propaganda boca a boca (Gale e Wood *apud* KHAUJA e MATTAR, 2006). Isso foi o suficiente para despertar o interesse de Epstein, ir a um dos shows da banda no Cavern Club e apostar no potencial dos Beatles, representando-os. Pode-se dizer que Brian Epstein foi essencial para a construção da imagem dos quatro garotos, começando por sua primeira ordem: trocarem as jaquetas, calças jeans e topetes

---

<sup>3</sup> VEJA. *O mentor da revolução*. São Paulo, Edição Especial Beatlemania, fev. 1964. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/historia/beatles-beatlemania-1964/entrevista-brian-epstein.shtml>. Acesso em 20/09/2016.

ao estilo Elvis Presley por suéteres, ternos e franjas. Assim, no meio de tantas bandas do mesmo estilo, o empresário aplicou um dos traços de uma marca sólida: o consumidor deve percebê-la como diferente das demais (KHAUAJA e MATTAR, 2006).

Comparar marcas e música é extremamente válido, tendo em vista o valor da música na criação de identidade e convivência social, que nos ajuda a entender os campos simbólicos que essas duas esferas envolvem, principalmente quando se fala de emoção (FERNANDES, 2010). O poder da música de estimular memórias e lembranças, e assim tocar as pessoas, cria momentos únicos e inesquecíveis, algo importante para um mito ou uma marca se manter relevante ao longo dos anos (KHAUAJA e MATTAR, 2006). Por isso, o estudo sobre *Sound Branding* vem crescendo, já que as marcas precisam de memorização e fidelidade, que se alinham a lembrança e afetividade gerada pela música.

Assim como o sistema capitalista, as marcas constroem “uma cultura, ou seja, um sistema de valores, de objetivos, de mitos” (Lipovetsky *apud* FERNANDES, 2010, p.15). Dessa forma, uma marca abrange criar mitos, significados e representações que envolvam as pessoas emocionalmente. No caso dos Beatles, a criação do mito parece ter sido consequência involuntária do fenômeno, que, aos poucos, foi se transformando devido à preocupação crescente com o modo como transmitiam sua imagem. Uma banda não deixa de ser um produto comercial e de estar inserida na lógica de consumo, porém é fundamental que seus fatores subjetivos sejam levados em conta (FERNANDES, 2010). Os panfletos entregues nos shows dos Beatles com o perfil de cada integrante ou os diversos cursos sobre a história da banda são fortes indicadores do peso do caráter pessoal nesse tipo de marca.

Durante um show para família real inglesa em 1963, John Lennon fez uma piada polêmica falando para as pessoas ricas da plateia sacudirem suas joias enquanto cantassem, e dividiu opiniões. Independente de ter sido um comentário infeliz ou uma crítica social importante, a situação deixa claro o quanto o caráter humano de uma banda torna seus integrantes parte inerente à marca, ou seja, tudo que falam e fazem influencia a construção de sua imagem (FERNANDES, 2010). Se dependesse do empresário da banda, Lennon nunca teria feito o comentário fatídico na frente de Elizabeth I, mas a rebeldia dos jovens falou mais alto. Era nesses momentos que os Beatles eram vistos como “heróis da classe operária” (NOGUEIRA, 2013), jovens corajosos que desafiavam o poder.

Eles traziam traços da geração que se rebelava contra os pais e, se não pelas roupas, pelo comportamento – o que impulsionou a revolução sexual dos anos 60 (RAMOS, 2009). Estar conectado com seu público é algo importante para conquistar fãs. Como podemos observar, a carreira dos Beatles acompanhou diversas mudanças de pensamento que ocorreram na sociedade. Se antes falavam de amor e o quanto queriam ser correspondidos; no final dos anos 60, já falavam da necessidade de um amor universal com “All You Need Is Love”. Apesar de não se verem como vozes de uma geração (INGLIS et al, 2000), a banda cresceu junto com seu público e, a partir dessa relação íntima e interativa, seus/suas fãs se tornaram verdadeiros apóstolos - defensores fiéis da marca (FERNANDES, 2010).

A *Beatlemania* surge e o fenômeno Beatles atinge proporções inimagináveis. A banda se conectava com milhares de jovens, só nos Estados Unidos, por meio de “301.600.000 tocadores de disco, rádios e TVs (...). Os Beatles internacionalizaram a cultura de sons e danças jovens”, conforme matéria da Look Magazine (FELDMAN, 2009, p.362, tradução minha), fazendo seus/suas fãs se sentirem representados pelas letras e melodias dançantes. Aos poucos, os choros e gritos foram ganhando espaço e a *Beatlemania* se tornou um assunto indissociável da banda. Até hoje, ela é representada por tardes melancólicas com os amigos, músicas tocadas no rádio, coleções de vinis em casa, noites ao som de covers, entre outros. Percebe-se que, por mais que os ânimos tenham se acalmado, a intensidade continua tão grande quanto na época, conforme será mais discutido no capítulo dois.

## **2. From us to you: os fãs e os Beatles**

### **2.1 – A criação da Beatlemania**

Apesar das diversas especulações, o termo *Beatlemania* apareceu escrito pela primeira vez em outubro de 1963 no jornal Daily Mail<sup>4</sup>, em que o jornalista Vicent Mulchrone questionava aos pais se deixariam suas filhas casarem com um Beatle. Alguns dias antes

---

<sup>4</sup> WICKMAN, Forrest. “BEATLEMANIA!” Is Born. *Slate’s Culture Blog*, Online, 24 out. 2013.

Disponível em:

[http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/10/24/beatlemania\\_origin\\_50\\_years\\_ago\\_the\\_beatles\\_played\\_london\\_palladium\\_and.html](http://www.slate.com/blogs/browbeat/2013/10/24/beatlemania_origin_50_years_ago_the_beatles_played_london_palladium_and.html) Acesso em: 26/10/2016.

do termo aparecer, os Beatles haviam feito um show no programa “Val Parnell’s Sunday Night at the London Palladium”, que chamou atenção por causa da confusão ao término do show em que os integrantes da banda tiveram que sair correndo para escaparem dos/as fãs – cena ainda pouco comum na época (WILKMAN, 2013). Não demorou para outros jornais usarem o termo e assim torná-lo quase tão icônico quanto a banda.

Sendo em sua maioria jovens e adolescentes do sexo feminino, as ‘fãs histéricas’ se tornaram prova da popularidade que a banda atingiu na época. Apesar de não terem sido os primeiros músicos a provocar esse tipo de reação nos/as fãs – algo que já era visto com Elvis Presley -, seu público atingiu escalas nunca vistas antes (INGLIS et al, 2000). Existem muitas suposições sobre a razão para os Beatles terem provocado tamanha reação, no entanto, algumas se destacam. Segundo Susan Douglas, a *Beatlemania* foi uma maneira de “meninas se rebelarem contra a rígida demarcação social da femilidade pós-guerra”, já que o estilo feminino dos Beatles deturpava os limites de gênero e assim elas “gritavam em gratidão” (*apud* FELDMAN, 2009, p.29, tradução minha). Apesar de achar exagerado a hipótese de que os gritos e desmaios eram formas inconscientes das mulheres se libertarem sexualmente, John Muncie afirma que a *Beatlemania* foi uma oportunidade rara para essas jovens contestarem padrões (INGLIS et al, 2000).

Como os Beatles eram quatro, os/as fãs tinham “diversas formas de se conectar com o grupo como fenômeno, (...) gostando de um membro da banda primeiro e então, talvez, da banda inteira” (GREIL MARCUS *apud* FELDMAN, 2009, p.363, tradução minha). Um objeto que exemplifica com clareza esse argumento é o programa do show do Royal Hall Harrogate em 1963 (figura 1), em que se pode ler um perfil de cada integrante da banda com seus hobbies e personalidades. Se as fãs se identificavam com cada perfil, os fãs masculinos chegavam a imitar seu Beatle favorito aprendendo um instrumento e usando perucas do cabelo característico da banda – um dos itens mais populares da época (SUSAN DOUGLAS *apud* FELDMAN, 2009).

No entanto, a relação entre os Beatles e seus entusiastas não parece ser algo estático com uma participação passiva desses/as fãs. O processo de criação de um artista não acaba quando ele lança sua música, há diversos dispositivos que mediam essa relação e fazem a criação ser algo constante e maleável. Segundo Antoine Hennion, “as pessoas são ativas e produtivas; elas transformam incessantemente tanto objetos e obras quanto

performances e gostos” (2011, p.256), por meio da ‘degustação’ – ação de fãs que reafirma o perfil engajador presente em todos na sociedade. Por isso, fica clara a importância de analisar esses/as entusiastas e tentar compreender como seu processo de degustação contribuiu para a formação de identidade e imaginário dos Beatles. No processo inverso, analisar os Beatles pode nos ajudar a entendermos nós mesmos como fãs e como membros de uma sociedade que é transformada por música e cultura.

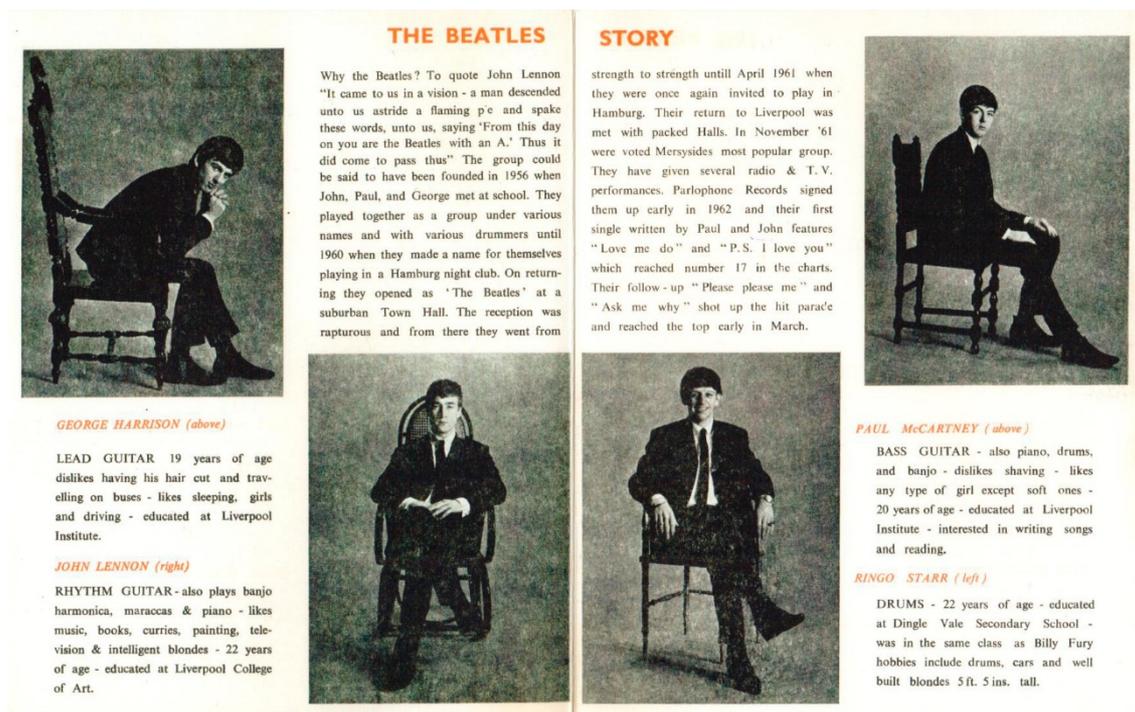


FIGURA 1 - Réplica da parte interna do programa do show no Royal Hall em Harrogate no dia 8 de Março de 1963 distribuído como souvenir na época. Arquivo pessoal.

## 2.2 – Como me tornei Beatlemaníaca

Todas as tardes era a mesma coisa: depois da escola, meu irmão escutava música alta no quarto dele e, a uma parede de distância, eu as ouvia também. Tocava de tudo, de The Killers à Chico Buarque, e os Beatles estavam no meio. Eu não ligava muito até que meu irmão decidiu pegar o meu iPod e enchê-lo com a discografia completa dos Beatles e de outras bandas. Foi assim que ele, seis anos mais velho, influenciou meu gosto musical. Naquele momento eu tinha tudo nas minhas mãos, mas o interesse maior só viria mais tarde.

Ainda assim é difícil apontar o momento exato em que me tornei fã dos Beatles. Tudo aconteceu de uma forma muito natural, aos poucos. Lembro de como minha curiosidade

me fez entrar na internet e passar um bom tempo tentando gravar o nome de cada um dos integrantes para reconhecer quem era quem. Comecei a perceber o quanto eu conhecia dos Beatles sem ao menos saber, músicas que estavam no fundo da minha memória. No meu aniversário de 14 anos eu ganhei o videogame *Wii* e, assim que o *Rock Band* dos Beatles foi lançado, a compra estava feita. Infelizmente os instrumentos não eram o baixo do Paul ou a bateria do Ringo – estavam esgotados -, mas o jogo era da banda, o que já foi o suficiente. Quando tocamos pela primeira vez, apaixonamo-nos por aquele mundo cheio de cores e desenhos.

Nessa época, eu estava começando a aprender piano e me pareceu natural aprender as músicas deles. Meu professor me incentivou a abrir um livro de partituras só da banda e a aprender uma música atrás da outra. Em 2010, Paul McCartney fez seu show de retorno ao Brasil. Mais uma vez, ainda um tanto desligados, meu irmão e eu perdemos a venda dos ingressos. Fiquei decepcionada com a oportunidade perdida e, a partir desse dia, tomei uma decisão: acompanharia a vida do Beatle constantemente. Se ele voltasse para o Brasil, eu estaria lá. Apaixonei-me pelo piano psicodélico do Paul a ponto de quase pintar o meu todo. Procurava ler todo livro de romance que fizesse alusão à banda. As batidas da bateria de “Twist and Shout” no *Rock Band*, a letra apaixonante de “Blackbird”, as teorias conspiratórias sobre a banda e o dedilhado de “Let It Be” no piano me fizeram mergulhar no tema.

Comecei a prestar cada vez mais atenção a qualquer menção dos Beatles onde quer que fosse. Percebi o quanto conhecia da carreira-solo de Paul McCartney e, alimentada pelas constantes notícias dele, o cantor se tornou minha porta de entrada para os Beatles. Minha mãe, fã deles na época, voltou a ter contato com a banda e se tornou minha grande companheira nessas descobertas. Foi assim que, em 2013, participamos do curso “Conversando Beatles: Especial John Lennon”. Ali, eu conheci pessoas que viveram a época dos Beatles e sabiam tudo que se podia sobre a banda. Essa fonte de conhecimento me fez querer saber mais e mais, por isso, em 2014, encontrei eles de novo no curso “The Beatles: História, Arte e Legado”. Dessa vez estava sozinha e intimidada por ser a mais nova da turma, mas o grupo de fãs maiores de 50 anos – em sua maioria - me recebeu de braços abertas.

Em uma metrópole como o Rio de Janeiro, existe uma “coexistência de diferentes estilos de vida e visões de mundo” (VELHO, 2013, p.71), que nos permite estar em contato com algo que possa simular a estranheza tão citada por Roberto Da Matta ao falar da transformação do familiar em exótico e vice e versa (*apud* VELHO, 2013). Assim aderi ao pensamento de Gilberto Velho de que “o que vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido” (2013, p.47). Entendo que, apesar de estar familiarizada com esse grupo, não significa que compreenda as lógicas de suas interações completamente. Para isso, era preciso que me aprofundasse.

### **2.3 – História, Arte e Legado**

Todo/a fã tem uma história para contar. Uma música que o/a introduziu à banda, alguém que o/a apresentou a um disco ou uma loucura que fez para ir a um show. Para entender como os Beatles criaram um relacionamento tão profundo com seus/suas fãs, permanecendo vivos na sociedade, ficou claro que conversar com algumas pessoas sobre suas trajetórias até se tornarem os amadores de Antoine Hennion (2011) – ou seja, quem ama algo - era a melhor abordagem. Todo ser humano está conectado com a coletividade usando-a como via para seus propósitos e essas interações revelam “toda a sutileza de tato que reflete os elementos da sociabilidade” (SIMMEL, 1983, p.177). Por isso, fiz oito entrevistas em profundidade com alguns/algumas participantes do curso “The Beatles: História, Arte e Legado”, sendo três entrevistas com professores e cinco, com alunos/as - todos entre 44 e 67 anos, com apenas uma aluna de 27 anos. Cada um/a trabalha em ramos profissionais dos mais diversos, englobando Marketing, Química, Medicina, Engenharia Química, Turismo e Análise de Sistemas, mas se unem por um interesse em comum: os Beatles. A sociabilidade faz com que cada integrante desse grupo possa participar igualmente da conversa a partir de um conteúdo comum, “é o jogo que se ‘faz de conta’ que são todos iguais e, ao mesmo tempo, se faz de conta que cada um é reverenciado em particular” (SIMMEL, 1983, p.173).

Além de buscar entender a história de cada um/a, o objetivo das entrevistas era analisar como o curso influenciou a vida dessas pessoas. Afinal, são diversos indivíduos que se dispõem a doar um tempo de suas vidas semanalmente para compartilhar suas experiências. Assim, as perguntas variaram desde fatos e memórias que os/as marcaram em relação à banda a como conheceram o curso e o que levaram como resultado no final. Como o próprio nome diz, o curso se funda em três pilares da vida dos Beatles: História,

Arte e Legado. Cada um foi escolhido com determinado propósito, de acordo com um dos criadores do curso, Eduardo Brocchi<sup>5</sup>, diretor do departamento de Engenharia Química e de Materiais da PUC-Rio. Além do curso abordar a cronologia da banda desde as influências dos anos 50 até o início das carreiras solo, ele amplia a discussão para inovações técnicas musicais com conversas sobre harmonia e performance. No título do curso, no entanto, fazem questão do uso da palavra “Arte” e não “Música”. Segundo Brocchi, a escolha foi feita tendo em vista que os integrantes da banda tiveram contato com direção de filmes próprios, exposição de suas pinturas, criação de seus livros e diversas outras experiências que abordam as artes no geral. Por fim, o “Legado” no nome traduz exatamente o que queriam e parece ser completamente natural já que o curso é prova viva disso, além de fazer parte de seu conteúdo, por falarem sobre bandas que foram influenciadas pelos Beatles e o que veio a seguir.

O curso consiste de quatro meses de aulas semanais, começando em abril e terminando em julho, quando não chega até agosto a pedidos. No entanto, ele também tem uma versão menor de quatro semanas feita para o projeto PUC+50, que propõe cursos gratuitos ou baratos para pessoas com mais de 50 anos realizado pela universidade. Assim como outros alunos, Martha Magalhães<sup>6</sup> contou como o curso da PUC+50 foi estendido para seis semanas porque as pessoas pediam mais aulas. Em geral o curso menor sempre acaba com metade do número de alunos/as que começa, mas os/as que restam parecem ser sempre os/as mais engajados. Não só isso como a turma de 2015 se tornou um grupo muito próximo que permanece junto já há um ano. Martha Magalhães contou que nem a coordenadora do CCE (Cursos de Especialização e Extensão) previu que o curso fosse dar tão certo. Eduardo Brocchi falou que a ideia do PUC+50 foi aderida rapidamente pelos professores, no entanto, fizeram questão que o curso fosse de pelo menos quatro semanas. Brocchi reproduziu a surpresa dos próprios organizadores: “Mas o padre Hortal fala do conflito do Oriente Médio em duas aulas, e vocês querem quatro?”, dando a entender o quanto não imaginam que os Beatles podem render.

O conjunto de nove professores do curso é composto por uma variedade de áreas desde Letras e Comunicação a Análise de Sistemas e Engenharia. Luís Otávio Pinheiro e

---

<sup>5</sup> Entrevista pessoal realizada em 18/10/2016.

<sup>6</sup> Entrevista pessoal realizada em 21/10/2016.

Eduardo Brocchi, por serem criadores do curso, entram como os professores principais dando a maioria das aulas, responsáveis pela parte da Música e História, respectivamente. Brocchi explica que construíram o curso a partir dos Beatles na sociedade: “Beatles em Filosofia com o Gustavo [Gadelha], Beatles em MPB com Júlio [Diniz], Contracultura com o Fred [Coelho]”, além de terem aulas sobre o cenário dos anos 50 com Carlos Augusto Barbosa, mídias de gravação com Rafael Rusak, gravações alternativas com Leonardo Alencar e adaptação de músicas com Leonardo Donner, criador do Bloco do Sargento Pimenta – a mais nova adição. Para completar, o curso inclui a palestra de Lizzie Bravo, que morou em Londres sozinha aos 15 anos e, por estar sempre na frente do estúdio Abbey Road, teve contato próximo com a banda e gravou a segunda voz da versão original de “Across the Universe”.

Ter um grupo grande de professores para coordenar e alinhar conteúdo para que qualquer um entenda não é algo fácil de ser feito. Além de ser engenheiro, Luiz Otávio Pinheiro<sup>7</sup> é músico e procura se desdobrar o máximo ao dar suas aulas para que as tecnicidades sejam mais fáceis de digerir. Além disso, ele expande o tema: “Eu dou muita aula sobre o ‘entender a música’. Gosto muito de trabalhar em cima disso, das recordações que você teve, que tipo de background você traz para você entender e assim gostar ou não daquela música.” Por mais que o objetivo seja compartilhar e se descontraír, fica claro o quanto se dedicam ao curso. Luiz Otávio Pinheiro, por exemplo, começou a comprar inúmeros livros sobre a banda depois que a ideia do curso foi concebida. Além disso, começou a usar seus livros sobre marca e comportamento para aplicar nos Beatles e assim enriquecer as aulas.

Os três professores entrevistados ressaltaram uma parte importante do curso: a PUC. Foi a partir desse espaço em comum que o curso se tornou possível. Eles percebem que o nome da faculdade pesa quando mencionam a existência do curso, como Luiz Otávio Pinheiro mesmo diz, “a PUC tem uma chancela enorme” e gera interesse. Coincidência ou não, sete dos oito entrevistados são ex-alunos da PUC, além da maioria dos professores fazerem parte da equipe acadêmica da universidade. Segundo Eduardo Brocchi, depois de decidirem colocar o curso nas mãos do departamento de Letras por causa da

---

<sup>7</sup> Entrevista pessoal realizada em 13/10/2016.

incompatibilidade com Engenharia, conseguiram a adesão de diversos outros professores rapidamente, e foi assim que criaram o corpo docente do curso.

Apesar da primeira turma ter sido mais homogênea, normalmente mais da metade dos/as alunos/as têm pelo menos 50 anos e vinte por cento das turmas têm em torno de 20 anos. A experiência da maioria, por ter vivido na época, se torna um tanto nostálgica. Cada um/a conta suas histórias com a banda e dividem seu conhecimento. Apesar de grande parte dos/as alunos/as serem apenas curiosos/as em relação aos Beatles, Eduardo Brocchi falou que sempre se impressiona com o nível de conhecimento e riqueza de detalhes de alguns/algumas. Martha Magalhães contou um pouco de como é a experiência do curso: “Para o pessoal da minha idade [58 anos] aquilo é como se a gente voltasse para aquela época. A gente se sente jovem de novo.”

#### **2.4 – Um pouco dos fãs**

Apesar de falarmos sobre alunos/as e professores, a hierarquia é quase inexistente, por mais que a diferença esteja clara nos discursos. A paixão pelo assunto estava presente em todas as entrevistas, mas é perceptível que os professores tendiam a ser mais detalhistas e didáticos, tornando difícil, algumas vezes, que falassem sobre suas experiências pessoais. No entanto, essa linha tênue existe e é comprovada pela história de Leonardo Alencar<sup>8</sup> com o curso. Ele participou como aluno do primeiro curso em 2012 e virou professor nos anos seguintes por causa de seu conhecimento sobre as gravações dos Beatles. Quando o curso surgiu muitas pessoas acharam que se baseava em uma premissa prepotente. Alguns/algumas dos/as entrevistados/as perceberam e percebem a atitude até hoje, e fazem questão de desmitificar a crença. Leonardo Alencar conta que muitas pessoas o perguntavam se realmente era necessário ter um curso para ensinar Beatles e acredita que elas não entendiam a proposta: “O curso foi uma ideia para você conversar sobre Beatles, como uma reunião de amigos, para você discutir e trocar experiências.” Estar ali uma vez por semana é uma forma de se descontraírem e se conectarem com cada um/a dali. O comprometimento é prazeroso, porque, como a aluna Isabela Siqueira<sup>9</sup> disse, “quando você gosta muito de uma coisa, não é um peso para você ir, mesmo que seja 7 horas da manhã ou 11 horas da noite”.

---

<sup>8</sup> Entrevista pessoal realizada em 17/10/2016.

<sup>9</sup> Entrevista pessoal realizada em 22/10/2016.

Essa premissa ficou muito clara na fala dos/as entrevistados/as. Por mais que alguns/algumas sejam mais engajados/as que outros, todos possuem um senso de unidade e apoiam essa relação que criaram a partir do curso. Tudo começou depois da edição de 2014, quando a aluna Aimee Fisch<sup>10</sup> decidiu criar um grupo de e-mails para manterem contato. Durante seis meses, eles/as se encontravam toda a semana “para continuar a falar sobre Beatles, porque a gente não queria deixar acabar aquilo”, como ela mesma disse. As pessoas do curso se tornaram uma grande parte dele. Cláudio Moura<sup>11</sup>, também aluno, fala que brincou ao final dos quatro meses que iria falar para a mulher que tinha sido reprovado só para fazer o curso de novo - o que não é algo raro. Boa parte dos/as alunos/as gostaria de fazer ou fez o curso mais de uma vez, o que é significativo.

Atualmente eles/as têm um grupo no *whatsapp* chamado *Beatlesfriends* com mais de 30 pessoas. Ele engloba encontros semanais em bares e restaurantes da cidade que são tão fiéis quanto eles/as quando o assunto é Beatles. As conversas do grupo, no entanto, não são inteiramente sobre a banda, mas fazem questão de chamarem atenção quando o desvio é grande. Somando tudo isso, pode-se dizer que “o maior legado [do curso] foram os amigos”, como Isabela Siqueira resume muito bem.

É curioso ver o quanto esse legado do curso me parece diretamente ligado aos Beatles. No meio de tudo que a banda representava na época, um símbolo parece forte: a amizade. Eles eram vistos como um grupo de amigos que, juntos, mudariam o mundo. Não é por acaso que Leonardo Alencar e Eduardo Brocchi fizeram a mesma comparação ao falarem dos Beatles: “‘Um por todos, todos por um’ tipo os três mosqueteiros. Eu me lembro de achar bacana aquele negócio, D’Artagnan ser o quarto e tal. E Beatles eram a mesma coisa, por coincidência quatro também”, Brocchi contou, adicionando que, por ser de colégio interno, esse senso de união era forte nele. Já Leonardo Alencar falou que, ao ouvir seu pai e tio contando histórias dos anos 60, ele imaginava como deveria ser legal descobrir o mundo com seus amigos. Essa ligação social parece ser fundamental ao redor da banda. Ser um/a dos/as primeiros/as a ter acesso a um lançamento dos Beatles era motivo de orgulho na época. Aimee Fisch e Cláudio Moura têm histórias parecidas nesse

---

<sup>10</sup> Entrevista pessoal realizada em 13/10/2016.

<sup>11</sup> Entrevista pessoal realizada em 15/10/2016.

sentido, já que se tornaram o foco das atenções dos/as amigos/as por terem discos importados. Cláudio Moura conta: “Quando descobriram que eu tinha o disco [de “Hey Jude”] em casa, parecia uma coisa meio extraterrestre. Faziam filas na minha casa. As pessoas entravam em dupla, escutavam a música e depois saíam”. Em uma interação social, o assunto se torna apenas o meio e a conversa se torna o objetivo final, dando valor à forma como “mútua determinação e interação dos elementos da associação” (SIMMEL, 1983, p.169), o que significa que o assunto é importante, mas a interação entre as pessoas, ou seja, a relação entre esses/as fãs, é a essência.

Além da amizade, percebe-se outro fator ligado ao nome da banda: a inovação. A música que contagiava os/as jovens da época com sua alegria e ritmo diferentes trouxe novidades que fizeram os/as fãs se sentirem queridos. A maioria das bandas da época focava nos singles e não ligava para os LPs, pois os/as jovens não tinham muito dinheiro e, em geral, compravam mais os discos compactos. Os Beatles, segundo Leonardo Alencar, foram os primeiros a dar importância para o LP e não encher os discos de “tapa-buracos”. Como atual professor do curso nesse assunto, Leonardo Alencar acrescenta: “O George Martin, uma vez, falou que quando gravavam um álbum, eles pensavam em cada música como se cada uma fosse um single.” Não demorou para outras bandas imitarem os Beatles nesse quesito.

A preocupação com os/as fãs também pode ser exemplificada com o fato do *FabFour* ter sido um dos primeiros a colocar encartes das letras nos álbuns. Ninguém sabia muito inglês, segundo Cláudio Moura, então a maioria das letras eram cantadas na “embromação” ou por meio das traduções feitas por bandas brasileiras. Quando “Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band” chegou com o encarte, Cláudio Moura percebeu uma revolução na forma como ouvia as músicas, já que poder ler as letras o ajudou a finalmente entender o que diziam. Além disso, houve inovações técnicas que influenciaram a forma com que fãs como o Luiz Otávio Pinheiro viam a banda. Para começar, a harmonia de vozes feita pelos Beatles impressionava já que era algo muito difícil de se reproduzir, o que era perceptível nas músicas mais simples escolhidas por bandas covers. Além disso, por ser um grande fã da música dos anos 50, Luiz Otávio Pinheiro gosta de apontar que o baixo elétrico bem tocado de Paul McCartney fazia toda a diferença e “dava um colorido diferente ao *rock n’ roll*”.

Seja por meio da emoção melódica ou da razão técnica, os Beatles conseguiram tocar essas pessoas e marcar suas vidas de maneiras diferentes. Para algumas, como Aimee Fisch, a intensidade só chegou aos 60 anos; para outras, como Leonardo Alencar, chegou aos oito anos de idade. Algumas fizeram coisas que nunca achavam que fariam, outras não. Aimee Fisch, por exemplo, é tão apaixonada pelo curso, como diz, que sai distribuindo panfletos onde quer que esteja: “Da onde que eu ia ter a cara de pau de sentar na mesa dessas pessoas para falar de um curso de Beatles? Nunca. No entanto, a paixão é tão grande que você faz coisas que nem acredita que está fazendo.” Esse sentimento é bem conhecido por Maria de Lurdes Bastos<sup>12</sup>, outra aluna do curso, que dirigiu sozinha de uma cidade à outra nos Estados Unidos, deixando suas amigas para trás mesmo sem gostar de dirigir, só para ir no show do Ringo Starr.

Muitos/as foram influenciados a conhecer os Beatles por meio de namorados/as e amigos/as, mas principalmente por suas famílias, fato que alimenta mais uma vez os valores que a banda parece emanar até hoje. Isabela, por exemplo, tem 27 anos e faz questão de dizer o quanto seu pai influenciou seu gosto musical. Os Beatles se tornaram um ponto em comum em suas vidas, algo que os aproxima. Assim como eles, Leonardo Alencar também criou esse vínculo com o pai e o tio. Olhando nessa perspectiva, a história de Maria de Lurdes Bastos com seus três filhos é semelhante. Desde pequenos foram influenciados pela mãe, que sempre gostou do *FabFour*, e hoje são grandes incentivadores dela. São eles que vão atrás das notícias, compram *boxes* e discos para completar coleções, e acabam influenciando os amigos que antes tinham preconceitos quanto à banda, mas hoje adoram. Os exemplos são infinitos. Aimee Fisch emprestou seus discos e influenciou seus primos a descobrirem os Beatles, enquanto Martha Magalhães e sua irmã, quando pequenas, eram convencidas pelo irmão a dividirem suas mesadas para comprarem álbuns importados da banda.

Pode não ser unânime, mas a morte de John Lennon, por sua importância e as condições do fato, abalaram profundamente muitos fãs. Eles não viam o acontecimento como a morte de uma celebridade, mas como a de um familiar próximo, como Eduardo Brocchi contou. Além do conteúdo compartilhado, a interação social desses/as fãs se caracteriza por um sentimento comum entre eles e a satisfação que isso os traz (SIMMEL, 1983).

---

<sup>12</sup> Entrevista pessoal realizada em 20/10/2016.

Segundo Georg Simmel, “a sociabilidade, se se quiser, cria um mundo sociológico ideal, no qual o prazer de um indivíduo está intimamente ligado ao prazer do outro” (1983, p.172). É possível que o curso seja isso: um lugar em que podem se juntar e se entender como fãs, alimentado pelas relações de união e comunidade presentes em seu relacionamento com a banda como se fossem uma pequena família.

## 2.5 – Coleccionismo

Além dos relacionamentos e da música, obviamente, os/as fãs entram em contato com os Beatles por meio de objetos. Um vinil ou uma almofada da banda pode carregar inúmeros significados aos olhos de um/a fã, o que nos leva a colecionadores como Eduardo Brocchi e Leonardo Alencar. Pode-se dizer que eles têm um projeto, conceito utilizado por Alfred Schutz, que se articula com suas memórias para assim criar uma simbologia e construir uma identidade como indivíduos (VELHO, 2013, p.40). Esses LPs, livros e recortes de revistas são objetos que os remetem a momentos de suas vidas e por isso ganham importância. São itens que perderam seu valor de uso para serem valorizados por seu significado, capazes assim de permanecerem vivos ao longo dos anos e serem raramente vendidos por seus donos, mesmo em casos de dificuldades financeiras (POMIAN, 1984).

Com apenas 12 anos, Leonardo Alencar já tinha toda a discografia em vinil dos Beatles e das carreiras-solo até o momento, em 1984. Assim que saíram os cds, naturalmente comprou todos. Sua paixão começou cedo e ele se esforçava para guardar seu dinheiro, usando todas as mesadas que ganhava. Suas primeiras memórias envolvem exatamente esse contato com os discos, ouvindo-os com o pai e o tio a sua volta. Já Eduardo Brocchi começou seu acervo em 1967 e conseguiu a marca de cinco mil itens só de recortes, revistas e livros que ocupam um apartamento de dois quartos e uma sala. Aos 16 anos, ele comprou o livro “A História dos Beatles” de Hunter Davies (figura 2), item propulsor de sua ‘Beatleteca’<sup>13</sup>. No entanto, não se considera um colecionador. Para ele, o título é para aqueles que compram artigos raros, o que não é seu foco. Apesar de ir a leilões quando faz sua viagem anual a Liverpool, Eduardo Brocchi vai atrás do comum, de algo que remete ao evento: os catálogos. Ele afirma que seu acervo pode ser considerado

---

<sup>13</sup> Visita pessoal feita ao apartamento de Eduardo Brocchi, conhecido como Beatleteca, na Av. Vieira Souto, Ipanema. Fui ao local, que recebeu o nome por ser quase inteiramente voltado para a coleção, no dia 13/11/2016, onde fui recebida pelo colecionador, que guiou a visita e explicou cada parte do acervo.

expressivo muito mais pela quantidade do que pelas raridades. Uma característica curiosa é que a coleção tem muitos livros repetidos, que parecem ser não só edições diferentes do mesmo livro como literalmente o mesmo. Apesar de Brocchi ter argumentado que muitos eram presentes que não quis trocar ou foram comprados de novo por engano, ele contou que já comprou dois exemplares de uma revista difícil de achar “desesperadamente” quando a encontrou. Esse detalhe pode mostrar que seu desejo de obter tudo relacionado a algo que gosta é maior do que o valor da unidade. Além disso, como mesmo diz, Eduardo Brocchi é compulsivo em suas compras. Quando não tem determinado número de uma revista que sabe ter Beatles, fica inquieto até conseguiu-la. Se lê um livro falando de 50 CDs com a temática da banda e não os tem, compra todos de uma vez.

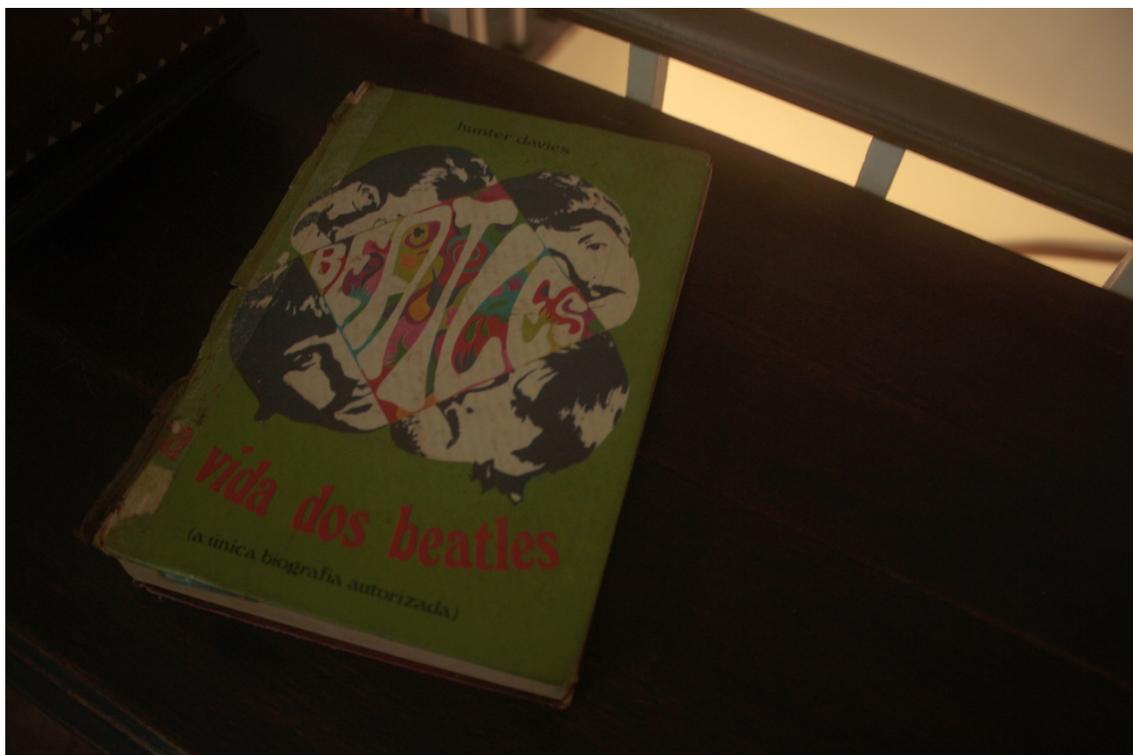


FIGURA 2 - Livro "A vida dos Beatles" de Hunter Davies, o primeiro livro da Beatleteca. Foto minha.

Recentemente, com a carreira estável, Eduardo Brocchi se dá o luxo de comprar coisas mais caras e valiosas, mas a grande maioria são pequenas lembranças: recortes de jornais, revistas (figura 3) e qualquer coisa em que o nome dos Beatles esteja presente, independente do conteúdo exato. A Beatleteca também inclui inúmeros discos, que englobam desde a carreira da banda a artistas que foram influenciados pelo *FabFour* de alguma forma nos estilos musicais mais variados. Segundo Eduardo Brocchi, não tinha dinheiro para comprar livros caros, mas comprava todo o resto. Quando ia a uma livraria,

“se tinham dez livros dos Beatles, comprava os dez” – o que nos leva a uma característica que aparece em muitos/as colecionadores/as: não ler o que compram (BENJAMIN, 1987). Quando questionado se havia lido tudo da Beatleteca, Eduardo Brocchi negou rindo, confirmando assim a teoria de Walter Benjamin (1987) de que os/as colecionadores/as só começam verdadeiramente suas coleções no momento em que param de ter a leitura como pré-requisito para um livro entrar em suas prateleiras.



FIGURA 3 – Um dos diversos exemplares da revista Record Collector que mencionam os Beatles da coleção de Eduardo Brocchi ao lado de panfletos do curso. Foto minha.

É possível que muitas pessoas não entendam o que faz alguém comprar centenas de itens de uma banda. É possível que a única pessoa que entenda realmente o sentimento que se dá nessa relação é o/a próprio/a colecionador/a. Eduardo Brocchi nunca entendeu o porquê de bandidos roubarem quadros de pintores famosos se nunca poderiam vê-los abertamente ou mostrá-los para alguém. No entanto, depois de anos juntando seu acervo, ele conta que encontrou a lógica daquilo tudo: “Hoje eu entendo um ladrão desse... Você tem um acervo de coisas que lhe dão prazer. Pronto, ponto final.” Isso nos mostra uma certa independência e individualidade de muitos colecionadores. Ter um objeto que lhe traz prazer é o suficiente, essa relação íntima não precisa ser dividida – mas pode ser.

Eduardo Brocchi planeja transformar sua Beatleteca em um espaço de encontro para que outros/as fãs possam desfrutar de seu acervo, cumprindo assim a tese de Krzysztof Pomian (1984) de que toda coleção tem como objetivo intrínseco ser vista. Em suas palavras, “tudo se passa como se não houvesse outra finalidade do que acumular objetos para os expor ao olhar” (POMIAN, 1984, p.52). O plano é que tudo seja doado para a PUC, cuja responsabilidade seria administrar o local. O projeto desperta curiosidade, já que a doação do conteúdo demonstra um desapego interessante que converge com o fato de uma coleção ter muito de seu/sua dono/a, sendo algo muito difícil de se desvincular (BENJAMIN, 1987). Ao mesmo tempo que o acervo tem objetos que contam uma história universal, também contam a história do/a colecionador/a. Eduardo Brocchi relatou que, quando estava estudando em Londres, foi a uma apresentação da Orquestra Filarmônica em homenagem aos Beatles com a presença de Paul McCartney na plateia. Depois da apresentação, ele foi até o lugar do cantor e pegou o programa que deixaram na cadeira, “se ele folheou ou deixou de folhear, não interessa, mas tem um valor sentimental para mim.” Por si só, a frase parece mostrar as diversas contradições existentes em uma coleção.

Outro ponto importante em uma coleção é a forma como ela se organiza. Ter um número grande de itens exige uma sistematização para que tudo seja encontrado e visto. No caso de Eduardo Brocchi, ele separa suas estantes por assuntos específicos da vida dos Beatles, que podem não necessariamente coincidir com a cronologia da banda. De acordo com Walter Benjamin, assim como “toda paixão confina um caos”, colecionar tenta organizar o caos das lembranças (1987, p.228). Dito isso, o processo de construir uma coleção é feito exatamente por esse embate entre ordem e desordem (BENJAMIN, 1987). Se por um lado toda coleção tende a ser organizada por alguma lógica, por outro, o processo de compra muitas vezes foi feito antes da coleção ser chamada assim ou segue uma ordem diferente. Benjamin questiona exatamente isso: “o que é a posse senão uma desordem na qual o hábito se acomodou de modo que ela só pode aparecer como se fosse ordem?” (BENJAMIN, 1987, p.228). Ao andarmos pela Beatleteca, fica claro o quanto esses opostos convivem no mesmo espaço. Apesar de cada móvel e prateleira ter uma temática, os livros e discos não estão organizados em nenhuma ordem alfabética ou hierarquia específica – a não ser as revistas de colecionador. No entanto, o que se sobressai é o número de objetos que decoram o local. São inúmeros quadros, bonecos, caixinhas e objetos carregados de lembranças dos Beatles (figura 4) que estão presentes em cada

estante e mostram, mais uma vez, a desordem nesse meio. A presença desses itens, assim como a de um display de vidro com chaveiros e ingressos antigos de shows e exposições, expressa a personalidade da coleção. É inegável tamanha impressão que um/a colecionador/a pode deixar em seu acervo, afinal o próprio ato de organizar objetos já mostra como ele/a vê os Beatles, que é provavelmente diferente do modo como outros/as fãs os veem. Além disso, acredito que a própria forma de apresentar o espaço seja outra individualidade. Se desconsiderarmos a apresentação por andar do duplex onde fica a Beatleteca, a visita começou com os cds de outros artistas em homenagem dos Beatles (figura 5), paixão mais recente de Eduardo Brocchi, seguindo assim no sentido anti-horário: livros do início da banda, Hamburgo, *British Invasion*, revistas, discografia completa, cds, discos de vinil, particularidades de cada integrante, edições raras, filosofia, sociologia, romances, chegando até o primeiro livro da coleção. O ciclo assim se completa.



*FIGURA 4 – Um dos cômodos da Beatleteca. Foto minha.*



ter mais acesso a imagens da banda, que eram escassas na época, como Eduardo Brocchi conta. Tudo começou em 1964 com “A Hard Day’s Night” e foi assim que a banda encontrou uma forma inovadora de conversar com fãs de diversos países. Eram esses filmes que transmitiam, mais uma vez, todos os valores e a identidade dos Beatles para seu público, como aconteceu com Martha Magalhães, que se encantou pela primeira vez com o *FabFour* assistindo “Help!”. Por isso, o capítulo seguinte desta monografia focará em entender como esses filmes caracterizaram esse contato com a banda.

### **3. Get back: filmes que marcaram**

#### **3.1 - Dos palcos às telas do cinema**

Passada a fase de turnês e aparições ao vivo na televisão, os Beatles encontraram nos filmes uma forma de transmitirem sua música de forma fácil e eficaz para atingir seus/suas fãs globalmente (INGLIS et al, 2000). Além disso, a escolha ajudou a expandir e intensificar a experiência que cada fã tinha com a banda, por meio de uma “sinergia da franquia de marca” (PEREIRA, SICILIANO e ROCHA, 2015, p.11). Se a expansão da marca Beatles já existia por meio de objetos comerciais como bonecos, discos e fantasias, com os filmes, eles exploraram uma faceta estratégica que aprofundou sua relação com os/as fãs: o consumo de experiência. Observando a banda, fica claro que “cada vez mais narrativas estão se tornando a arte de construção de universos, à medida [...] [em que se criam] ambientes atraentes que não podem ser explorados em uma única obra, [...] ou mídia”, como Jenkins afirma (*apud* PEREIRA, SICILIANO e ROCHA, 2015, p. 11). Cada filme criado ajudou a expandir tudo que os Beatles representavam e ajudou os/as fãs a imergirem dentro desse mundo cheio de referências próprias e significações específicas. Infelizmente, segundo Bob Neaverson, por mais que tenham grande importância, os longa-metragens não têm a devida atenção, raramente ganhando discussões aprofundadas (INGLIS et al, 2000). O autor faz questão de argumentar que é visível a influência dos filmes dos Beatles no aumento de investimentos no cinema britânico na época e nos vídeos pop que seguiram o estilo inovador da banda, que fazia vídeos independentes de autopromoção (INGLIS et al, 2000).

Para Campbell, no hedonismo moderno nascido no século XVII, “os estímulos [do prazer] passam a ser evocados através da imaginação (...). Deste modo, mais do que as sensações,

são valorizadas as emoções (...)” (PEREIRA, SICILIANO e ROCHA, 2015, p.10), o que nos leva aos projetos da banda que mais exploram fantasias e sonhos. O filme “Yellow Submarine” (1968) se destaca claramente por seu estilo gráfico único, que traz uma característica surrealista - também vista nos outros filmes em proporções diferentes. Essa “rejeição da lógica narrativa convencional” (INGLIS et al, 2000, p.155, tradução minha) também é nítida em “Magical Mystery Tour” (1967), famoso por suas piadas internas e cenas desconexas. Foram filmes como estes que abriram portas para outras obras como a série de filmes “Monty Python”. Cada um dos cinco filmes do *FabFour* apresentou algo novo, reforçando tanto valores como amizade e família, recorrentes nas entrevistas do capítulo dois dessa monografia, quanto rebeldia, característica dos jovens da época explorada no capítulo um.

O primeiro filme da banda, “‘A Hard Day’s Night’, (...) desenvolveu suas identidades como quatro indivíduos (ao invés de um ‘monstro de quatro cabeças’) que eram incríveis, espirituosos, sarcásticos, profundos e compassivos” (INGLIS et al, 2000, p.152, tradução minha). Ao longo das narrativas, podemos dizer que cada integrante vai se tornando um personagem específico, reafirmando apelidos como “o Beatle engraçado” de Ringo. Já “Help!” (1965), assim como o álbum lançado dias antes, criou imagens marcantes e reconhecidas como a dos quatro integrantes formando a palavra com o corpo. Se o primeiro filme contava o cotidiano da banda, “Help!” foi uma tentativa de criar algo mais extravagante: “Uma paródia do thriller ao estilo James Bond da metade dos anos 60, ‘Help!’ evitou o estilo semi-documentário de ‘A Hard Day’s Night’ e envolveu o grupo em uma aventura fantástica que os levou para lugares exóticos” (EVANS, 1984, p.57, tradução minha), como as Bahamas e os Alpes suíços.

A experimentação, assim, atinge seu ápice com “Magical Mystery Tour”, idealizado por Paul McCartney, que remetia à viagem de ônibus sob o efeito de LSD do grupo de escritores *Merry Pranksters*. Apesar da narrativa ousada, o primeiro projeto deles depois da morte do empresário da banda foi, coincidentemente ou não, o primeiro fracasso dos Beatles (EVANS, 1984). Três anos depois, eles voltam ao sucesso como heróis no desenho “Yellow Submarine”. No entanto, apesar de terem composto quatro músicas inéditas para o filme, a participação da banda foi pequena: gravaram apenas uma cena e suas vozes foram dubladas por terceiros. Ainda assim, ele se tornou “um dos filmes britânicos mais originais e aventureiros dos anos 60” (INGLIS et al, 2000, p.157, tradução

minha) e restituiu a importância da banda nesse meio, influenciando um novo estilo de animação e representando o estilo visual do final dos anos 60. Era uma “mistura de ‘*art nouveau* e psicodelia, op e pop, dadaísmo e surrealismo, Hieronymus Bosch e o simples absurdo’, como uma resenha americana descreveu” (EVANS, 1984, p.84, tradução minha). Por fim, eles terminam suas carreiras na música e no cinema com “Let It Be” (1970). O estilo do longa-metragem assumiu a forma de documentário representando “a única gravação extensiva da banda no modo ensaio/estúdio” (INGLIS et al, 2000, p.157, tradução minha). Lançado depois do fim da banda, por si só, o filme ficou marcado pelos indícios do final dos Beatles.

Para a análise que será feita nesse capítulo, pretendo destacar dois filmes: “A Hard Day’s Night” e “Let It Be”. Escolher o primeiro e o último longa-metragem feito pelos Beatles me pareceu a forma ideal de abordar a trajetória que a banda fez no decorrer dos cinco. Além disso, tendo em vista o peso das duas obras, o paralelo entre a apresentação de uma banda que está no auge e a forma de mostrá-la em seu fim pode levar a ricas discussões. Tanto o cinema quanto a televisão têm como características inerentes uma construção de identidades a partir de representações feitas em seu conteúdo, ou seja, por uma “construção simbólica e intersubjetiva que auxilia os sujeitos a compreenderem o contexto em que vivem” (ROCHA *apud* SIMÕES, 2009, p.6). Logo, estudar estes filmes pode nos dizer sobre como os Beatles construíram essa identidade e a transmitiram. É significativo observar que há diferenças claras nas representações, inclusive por conta do estilo de cada filme, assim como há valores inerentes à banda que continuaram a ser abordados. No decorrer do estudo, procurei me basear em dois tipos de análise: textual e poética. Considerei o filme como um texto a medida que identifiquei códigos perceptivos e específicos, mas, por outro lado, procurei identificar sentimentos gerais que os filmes transmitiam e entender certos percursos narrativos na criação deles, sem deixar de observar a importância dos planos e outros artifícios visuais (PENAFRIA, 2009).

### **3.2 – “A Hard Day’s Night” e “Let It Be”**

Não poderia ser diferente: a temática central do primeiro filme dos Beatles é a *Beatlemania*. O filme lançou em 1964 no auge do fenômeno e no mesmo ano em que a banda fez sua primeira visita aos Estados Unidos. Pode-se dizer que o longa foi importante para construir a imagem do quarteto para o novo país, que pouco conhecia o grupo, além de expandi-la mundialmente. Ao acompanharmos sua preparação para um

show na televisão, o próprio filme parece simular a participação da banda no “The Ed Sullivan Show”, que ocorreu em fevereiro de 1964.

Tudo começa com Ringo Starr, John Lennon e George Harrison correndo de inúmeros/as fãs na rua. Ao som da música que dá nome ao filme, a quantidade de jovens correndo parece não ter fim. Os três despistam os/as fãs criando cenas divertidas, como fingirem falar no telefone das cabines telefônicas, aparecerem escondidos em uma cabine de fotos ou pularem um muro e caírem sentados em uma pilha de jornais. Somos apresentados assim a Paul McCartney disfarçado com barba e bigode atrás de um jornal acompanhado de um senhor, que logo será apresentado como seu avô. Os quatro assim se encontram e entram em um trem. Por si só, a cena inicial mostra certas características da banda que serão desenvolvidas: são jovens inteligentes e sarcásticos que, juntos, se divertem sempre que podem. A fama não os deixa irritados com o tumulto, e sim, aproveitam momentos assim e se divertem com os/as fãs. A partir daí, os espectadores acompanham os quatro integrantes na viagem de trem e nos bastidores até o grande show que farão ao vivo na televisão.

Apesar de demonstrar o que seria o cotidiano da banda nessa vida caótica de shows diários e como lidavam com isso, “A Hard Day’s Night” também é uma obra de ficção, ou seja, uma história construída que simula a realidade ou não. Por ser o primeiro filme, é importante observarmos que a presença do avô fictício de Paul parece ser um indício do absurdo que veio a caracterizar os filmes da banda, a partir do momento em que o personagem provoca sempre o inusitado e incita os pequenos conflitos na narrativa. No entanto, ele tem outro papel importante: representar a geração mais velha. Antes de mais nada, é válido mencionar que todos os dramas que acontecem no filme são feitos de forma extremamente leve. Ainda assim, eles existem e, como elementos narrativos que constroem a imagem da banda, é importante que sejam analisados. De uma forma sarcástica, o avô é visto como rebelde e representante da geração que está “levando o país às ruínas”, como John diz em determinada cena – o que logo fica comprovado quando avô de Paul dispersa Ringo de ler seu livro e o influencia a sair quando não devia. Fica claro que invertem o discurso muitas vezes feito sobre a juventude e, de forma indireta, criticam essa posição que algumas pessoas mais velhas assumem.

O conflito entre gerações, no entanto, aparece sutilmente logo no começo de “A Hard Day’s Night” quando a banda está no trem e seu empresário, Norm, faz um discurso sobre como “só essa vez, vamos tentar nos comportar como cidadãos respeitáveis. Não vamos causar problemas, pregar peças (...)” (tradução minha) e ninguém está prestando atenção de verdade. Dessa forma, apresentam John como o maior responsável pelas confusões passadas, quem já responde à fala de Norm o chamando de porco. Outra amostra desse tipo de embate é quando, logo depois, outro passageiro divide o mesmo compartimento do trem que os Beatles. A cena toda alterna entre os quatro reivindicando seus direitos a ouvir música alta no rádio ou deixar a janela barulhenta do trem aberta e o homem questionar que seu direito de escolha também é importante. A discussão chega ao ponto de o passageiro falar que lutou na guerra por eles e Ringo responder “Eu aposto que você se arrepende de ter ganhado” (trecho de “A Hard Day’s Night”, tradução minha). O perfil questionador e humor satírico do grupo é assim apresentado.

É interessante observar que o filme parece transmitir um panorama da juventude na época. Isso parece ficar claro quando George se engana e acaba participando de uma seleção de modelos para representarem determinada marca voltada para esse público. George é muito honesto e logo diz que não gosta da camisa que estão vendendo, o que faz o responsável se questionar se isso seria uma nova tendência, mas logo descarta a hipótese. No fundo, a confusão parece mostrar o quanto os/as jovens se sentiam mal representados/as e, apesar de parecerem passageiros para possíveis departamentos de marketing, os Beatles eram a nova cara dessa geração. Uma geração que não queria que ninguém lhes dissesse o que vestir ou consumir.

Pensando nessas características, uma das cenas mais importantes de “A Hard Day’s Night” é a coletiva de imprensa que a banda enfrenta. Ali vemos um processo que deveria ser extremamente comum na vida de cada um dos Beatles tomando o formato irônico de sempre. Por meio de diversos cortes e sobreposições, vemos como, ao longo de milhares de perguntas feitas por jornalistas, a banda sofre por não ter tempo de comer ou beber nada que passa por eles. O pequeno caos proporciona falas que levantam críticas indiretas e dizem muito sobre a banda. Uma das que chamam mais atenção, em um mundo dividido por *mods* e *rockers*, é a resposta de Ringo ao ser indagado em qual categoria se encaixariam: “[Somos] *mockers*”, ou seja, zombadores. Assim, o filme parece confirmar as características mistas que os Beatles apresentavam na época, com roupas parecidas

com os *mods* e música que remete aos *rockers*, e, ainda assim, criando algo novo. Para James E. Perone, “com seu sutil antiautoritarismo e senso de absurdo, eles realmente eram o sentido literal de ‘zombadores’” (2009, p.1, tradução minha).

Além disso, eles deixam claro algumas perguntas rotineiras em relação a suas vidas pessoais que parecem ser repetitivas, por isso a crítica vem de forma descontraída e irreverente. Paul, por exemplo, passa a responder todas as perguntas do final da coletiva com a mesma resposta: “Não, somos apenas bons amigos” (trecho de “A Hard Day’s Night”, tradução minha). Já John, quando é perguntado sobre seus hobbies, escreve a resposta no caderno da jornalista e a deixa chocada. Enquanto isso, perguntam para George qual é o nome do penteado do grupo e ele responde que o chama de Arthur.

No entanto, apesar de questionadores, os Beatles parecem ser responsáveis também, tendo em vista que, mesmo desobedecendo o empresário e saindo quando não devem, eles se importam com o grande show e ensaiar quando necessário. Valores como amizade e família giram constantemente em torno da banda, algo que pudemos perceber também nas entrevistas com os/as fãs analisadas no capítulo dois. A própria introdução de um avô, alguém que eles devem tomar conta, traz o ambiente familiar da forma mais literal, além de podermos ver a própria banda como uma pequena família. Por mais que haja dramas, a união entre os quatro integrantes é um dos pilares de “A Hard Day’s Night”. A maior dificuldade do filme, que é quando Ringo acredita que todos da banda o excluem e decide explorar as ruas da cidade sozinho, exemplifica muito bem isso, já que o próprio Ringo, ao conhecer um garoto e ver como é fiel aos amigos, reconhece a ligação que tem com os outros integrantes da banda e os perdoad. A solução se volta ao simples fato de ele ser lembrado da amizade que têm. Aliás, a própria “briga” é interessante já que é unilateral, não tendo assim qualquer embate físico ou verbal a não ser um comentário mal-humorado de Ringo para George – o que comprova a leveza dos conflitos do filme.

O filme desenvolve um cenário em que podemos ver pedaços da vida dos Beatles, criando um mosaico de cenas que nos aproximam deles de um jeito informal, e, como disse, mostra como pareciam ser amigos inseparáveis. Quando Paul e George se comunicam só através das expressões faciais para conseguirem fugir da coletiva de imprensa, os *close-ups* usados nos ajudam a construir uma proximidade com eles (SIMÕES, 2009) por parecermos estar vivenciando um momento íntimo entre os dois. Outra situação que pode

ser pontuada é a voz em *off* utilizada na cena do trem em que o quarteto sai do compartimento para dar espaço para o passageiro com quem discutiam, mas um deles chama o senhor em *off* e fazem careta juntos na porta de vidro. Podemos dizer que a ambiguidade e subjetividade do *voice-over* demonstra a união da banda naquele momento (PENAFRIA, 2009). No trecho da canção “Can’t Buy Me Love”, podemos ver como os quatro se divertem sozinhos na parte abandonada de um terreno. Além de romper com os padrões da época e introduzir a música como “uma entidade abstrata capaz de emocionalmente pontuar ação que não está ligada a performance” (INGLIS et al, 2000, p.154, tradução minha), a cena contrasta com os *close-ups* por ser um plano aberto ao mesmo tempo que traz a ideia de descontração, intimidade e união entre a banda. A própria escolha da música parece ser adequada para mostrar os valores que enaltecem.

Há uma relação íntima com o público que, aos poucos, vai sendo construída. Todo o ar de bastidores e preparação para o show deixa os/as fãs verem a realidade de seus ídolos. A cada situação, vemos o quarteto como pessoas que se rebelam, mas ao mesmo tempo têm seus valores. Apesar da fama, cenas como Paul, George e John tentando paquerar duas jovens no trem e sendo impedidos pelo avô de Paul os tornam mais reais, mais humanos. A passagem parece mostrar que são jovens comuns com problemas comuns. Cada um se apresenta “como alguém que se destaca dos outros pelos valores evidenciados em sua trajetória e, ao mesmo tempo, como semelhante aos outros, o que promove uma humanização do herói” (SIMÕES, 2009, p.10). Dessa forma, os/as fãs se identificam com os membros da banda, mas, ainda assim, percebem os fatores que os destacam.

Ao entendermos a imagem dos Beatles desenvolvida, podemos ver inúmeras diferenças e semelhanças entre o primeiro filme e “Let It Be”. O longa-metragem, gravado em 1969, foi um marco importante na carreira do grupo. Depois de diversas complicações e desistências, o filme que, a princípio, marcaria a volta dos Beatles aos palcos, foi lançado um ano depois, em 1970, e virou prova do fim da banda, que se desmanchou antes da estreia. Fica claro que pretendiam finalizar um ciclo, tendo em vista que o projeto antes se chamava “Get Back” e teria uma capa que recriava a capa do primeiro álbum (EVANS, 1984), só não sabiam que seria o fim. Por isso, tudo mudou. O filme passou a se chamar “Let It Be” com a foto de cada um dos integrantes separados em quadros em um fundo preto como capa. Em “Let It Be”, ainda há resquícios que remetem a essa ideia de renovação do ciclo que a banda tinha originalmente. Um exemplo é o papel de Paul como

porta-voz do passado, trazendo nostalgia ao contar pequenas anedotas no decorrer do filme sobre criação de músicas, entre outros.

Se antes “A Hard Day’s Night” simulava o que seria o cotidiano da banda, “Let It Be” parece ser o máximo que chegaram a mostrar da realidade. Depois de três filmes fora desse contato com o real, os/as fãs foram apresentados à intimidade da banda mais uma vez. O filme se definiu como uma “sessão de estúdio sem ensaios” (EVANS, 1984, p.102, tradução minha), criando uma aproximação com a banda no que parecia ser sua forma mais crua. Cenas como George tendo problemas com o microfone, verificação de equipamentos, cada um dos integrantes chegando no estúdio, conversas escondidas e visitas inesperadas tornam essa realidade palpável. É importante ressaltar que em todo filme, por mais que pareça ser a representação do mundo sem filtros, sempre há os objetivos de seu criador e cortes que implicam em escolhas carregadas de intenção. Seja pelo pouco envolvimento da banda no final do projeto ou não, o filme traz conflitos reais entre os quatro integrantes, o que é curioso quando pensamos que a banda se dispôs a ser mostrada dessa forma, todavia, o filme continua sendo uma edição.

Pode-se dizer que, se comparados com os de “A Hard Day’s Night”, os conflitos continuam leves, mas, por serem mais reais, têm um peso maior na narrativa da banda. Enquanto ensaiam “I Got A Feeling”, Paul para o ensaio diversas vezes para acertar a guitarra de John, que parece irritado. Em outro momento, Paul e George param a música para entender como coordenarão os instrumentos, mas George chega a falar que não se importa e pode tocar como Paul quiser ou não tocar se ele não quiser também. Além disso, como espectadores, presenciamos uma conversa entre Paul e John, em que Paul, de costas para a câmera, comenta suas insatisfações em relação à George. Por estar muito presente, Paul parece ser o líder do grupo naquele momento. Além de se envolver na maioria dos conflitos, também é o único a interagir com a câmera, dizendo algo para ela. Se seguirmos os modos de endereçamentos de Daniel Chandler, pode-se dizer que há características da orientação direta no filme (*apud* SIMÕES, 2009), principalmente em uma cena em particular. Ao enfrentar problemas com o microfone, George leva um choque durante os ensaios. Depois de um tempo tentando entender o problema, George leva outro choque, Paul olha para a câmera e diz: “Se esse rapaz morrer, a culpa será de vocês” (trecho de “Let It Be”). Ao mesmo tempo que fala com os produtores, ele parece fazer uma

brincadeira com o público que assiste o filme. Paul não convoca os espectadores exatamente, mas os transforma em alguém que está presente e fala diretamente com eles.

Para Georg Simmel (2011), “o indivíduo não atinge a unidade de sua personalidade exclusivamente por uma harmonização exaustiva” (p.570), afinal os conflitos estão integrados à vida em sociedade e têm um papel positivo na interação entre as pessoas. Sendo assim, “Let It Be” parece equilibrar momentos de descontração que remetem à valores como amizade e família com cenas de discordâncias e desarmonia. Os próprios cortes feitos durante as músicas, unindo assim gravações diferentes da mesma canção, mostram humores diferente entre os integrantes. Além disso, o filme parece estar dividido em três partes: galpão, estúdio da Apple e show no telhado da gravadora. Se no galpão, havia muitas reclamações sobre arranjos e como deveriam tocar; no estúdio, as gravações são mais completas e parecem não dividir opiniões. Ao passar por todos esses espaços, o clima entre a banda vai mudando, assim como a narrativa mostra o percurso da banda desde os ensaios mais experimentais até o show em si, o que remete a ideia por trás de “A Hard Day’s Night”, em que acompanhamos a chegada da banda, ensaios e bastidores até chegarmos ao grande show.

No entanto, se em “A Hard Day’s Night”, os Beatles são apresentados por suas identidades, mas sempre vinculados ao coletivo com um projeto em comum; em “Let It Be”, suas individualidades se sobressaem. O filme parece retratar a fama de uma banda mais experiente e independente diferente da fama despreocupada do primeiro filme. Os Beatles já não pareciam ser mais só os quatro. Ao longo do filme, vemos duas figuras constantemente com a banda: Yoko Ono, que logo foi vista como o pivô da separação, e Billy Preston, que se torna o tecladista da banda no álbum. A união, de certa forma, de uma banda antes de quatro amigos, é vista com interferências externas. Ainda assim, há valores cruciais que permanecem no grupo. Os/as fãs podem desfrutar momentos em “Let It Be” em que Paul e Ringo inventam uma música, enquanto se distraem tocando piano juntos; ou então George, no violão, e Ringo, no piano, tocam “Octopus Garden” descontraidamente, acompanhados depois por John na bateria – cena inédita já que John e Ringo não estão com seus instrumentos mais conhecidos. São nessas ações que a amizade deles permanece fortemente representada. Ademais, trechos que mostram Yoko e John dançando enquanto os outros tocam “I Me Mine” ou a interação de Ringo e John com a enteada de Paul, que visita o estúdio, renovam a característica familiar da banda.

Assim, mais uma vez, os Beatles são humanizados. Se em “A Hard Day’s Night” essa humanização era feita por meio de situações cotidianas, agora adicionam as discordâncias e desavenças tão comuns em nossas vidas.

Há muitas maneiras de interpretar “Let It Be” quando se é fã, mas parece haver uma sensação conflituosa no filme. O longa traz certo desconforto ou simples tristeza aos/às fãs por verem o que seria o começo do final da banda, mas, ao mesmo tempo, muitas pessoas focam nos momentos de diversão entre os quatro e em como, apesar de tudo, ainda eram amigos. Pode não ser um ponto de vista unânime, mas parece que a diferença das sensações quanto a filmes como “A Hard Day’s Night” são perceptíveis, já que o primeiro filme da carreira tinha um tom mais leve e descontraído.

A trajetória feita por “Let It Be” parece ser crescente, que nos apresenta drama, mas melhora cada vez mais a interação entre a banda, chegando a um momento extremamente conhecido da carreira deles pelos/as fãs: o “show no telhado”. Segundo Luís Otávio Pinheiro, entrevistado presente no capítulo dois, a expressão é um jargão específico do vocabulário dos/as fãs da banda, assim como “Álbum Branco”. Sem querer, ele parece aludir ao universo de Jenkins que os Beatles parecem ter criado, com gírias e significações próprias. Além de ter sido uma experiência criada pela banda quando ocorreu, a presença do “show no telhado” em “Let It Be” remete a uma memória afetiva e uma ressignificação por parte dos/as fãs criando um “consumo de experiência”. Cada cena gera uma reação diferente para cada um que as assiste, pois

quanto mais fã o consumidor for, maior seu potencial de reconhecimento dos fragmentos presentes na narrativa, promovendo o deslocamento da subjetividade e a integração sensível – intensa em efetividade, envolvente como imersão, totalizadora como realidade simulada e, assim sendo, capaz de definir o que chamamos de “consumo de experiência” (PEREIRA, SICILIANO e ROCHA, 2015, p.16)

Depois de anos sem cantarem ao vivo, os Beatles decidem fazer um show no telhado de sua gravadora, Apple Records, e surpreender os passantes e moradores da região. Assim como muitas ações em sua carreira, o show foi um ponto de inovação e, assim como o filme, marcou o fim dos Beatles como sua última apresentação ao público. Recriando uma volta do grupo aos palcos, o “show no telhado” traz a ideia de rebeldia jovem tão característica da geração da banda ao filme. Enquanto tocam, o filme assume um ar documental e vemos diversas pessoas expressarem suas opiniões sobre o show que está acontecendo. Enquanto um homem elogia a banda falando que são únicos e cantam bem,

uma mulher fala meio irritada que não consegue ver sentido naquilo. Um homem fala que a música é agradável, mas uma imposição que atrapalha os negócios da área. Já duas jovens falam que era “fabuloso” e “fantástico” (trecho de “Let It Be”). Da mesma forma que equilibra bons e maus momentos da banda, o longa equilibra as opiniões. Se por um lado vemos essa neutralidade, por outro, pode-se dizer que atrapalhar o cotidiano das pessoas é um ato contestador da banda. Ademais, as críticas chegam aos policiais, que não demoram para chegar ao telhado do show no momento em que a banda termina uma música. O desconforto é visível, os integrantes se olham, mas decidem continuar tocando. A decisão em si já representa novamente o ar rebelde da banda, além da música escolhida, “Get Back”, ser sugestiva aos policiais em trechos como: “vá para casa”, “volte para o lugar de onde veio”<sup>15</sup>.

É visível que as cenas finais parecem remeter à juventude que a banda nunca perdeu, por mais que estivessem mais velhos. Seus comentários sarcásticos presentes em “A Hard Day’s Night” podem ser vistos em “Let It Be”, como a fala final de John remete. Depois de tocarem “Get Back”, a banda começa a guardar os instrumentos quando John chega ao microfone e fala: “Agradeço em nome da banda, e espero que tenhamos passado no teste” (trecho de “Let It Be”). Pode-se dizer que a escolha da última música a ser tocada e a fala final do filme, que remete ao início da banda cheio de testes e audições, funcionam como o fechamento de ciclo que a banda tanto queria.

#### **4. Considerações finais**

A forte presença dos Beatles na vida moderna é inegável. Podemos ver a nossa volta inúmeros/as fãs e leigos/as que reproduzem seu legado por meio de músicas, discos, roupas, objetos, bonecos, entre outros. Desde seu primeiro álbum em 1962, a banda construiu uma imagem impactante em sua geração, ao mesmo tempo que foi impactada pela mesma. Pode-se dizer que esta monografia cumpriu seu papel ao discutir como o *FabFour* se constituiu como mito a partir do relacionamento criado com os fãs e valores desenvolvidos em seus filmes e álbuns.

---

<sup>15</sup> Letra da música disponível com tradução no site Vagalume: <https://www.vagalume.com.br/the-beatles/get-back-traducao.html> Acesso: 05/12/2016.

Ao procurar entender o que define o jovem, este trabalho começou criando a base para entendermos o momento em que a banda vivia. Por ser conceituada de forma tão diversa e cheia de contradições, a juventude apresentou ao mundo a resistência e contestação que ajudaram a moldar a geração nos anos 50 e 60. Tendo em vista as condições na Inglaterra no período pós-guerra, a música se tornou a porta-voz da insatisfação, os movimentos de contracultura foram criados e o embate entre *mods* e *rockers* abriu novas discussões. Ao mesmo tempo que os Beatles construíram algo novo, contestando os padrões de gênero com suas roupas e músicas, traziam características dos dois grupos rivais para isso. Suas canções de amor eram cada vez mais ouvidas e os Beatles começaram a ganhar o mundo.

A *Beatlemania* chegou. Apesar de já terem presenciado reações ‘históricas’ de fãs com Elvis Presley, o mundo viu uma popularidade de escalas estrondosas com o quarteto. Os/as fãs se viam representadas nas músicas e no estilo que deturpava os limites de gênero, assim como imitavam cada integrante aprendendo instrumentos e usando perucas semelhantes ao penteado característico dos Beatles.

Tendo em vista a importância dos/as fãs na história da banda, o presente trabalho procurou se aprofundar nessa questão por meio de entrevistas em profundidade com alguns/algumas integrantes do curso “The Beatles: História, Arte e Legado”, promovido pela PUC-Rio. De cada conversa, pode-se tirar conclusões que ajudaram a entender melhor a relação de afeto que cada fã cria com seus/suas ídolos/as, desde a música até objetos colecionáveis. Além da importância da PUC na constituição do curso, sentimentos relacionados à amizade e família se mostraram extremamente fortes no discurso de cada um/a dos/as entrevistados/as. Falas como “um por todos, todos por um”, de Eduardo Brocchi e Leonardo Alencar, “a gente se sente jovem de novo”, de Martha Magalhães, e “o maior legado [do curso] foram os amigos”, de Isabela Siqueira, indicam a nostalgia e a união que rodeia o grupo. Analisando o conteúdo desse trabalho e as entrevistas, não posso deixar de notar que o próprio modo de nos referirmos a cada integrante da banda pelo primeiro nome na maioria das vezes demonstra, por si só, como o grau de intimidade e humanização presente nos Beatles e em outros grupos é construído de maneira tão intensa.

A discussão ajudou a nortear a análise dos filmes, principalmente “A Hard Day’s Night” e “Let It Be”. No decorrer do terceiro e último capítulo é notável que pôde-se comprovar teorias a cerca de valores como amizade, família, rebeldia e juventude. Ao serem apresentados em “A Hard Day’s Night”, os Beatles são jovens sarcásticos, cheios de humor e vida, que questionam os padrões impostos ao mesmo tempo que são responsáveis e prezam os laços entre si. Já em “Let It Be”, o quarteto se mostra mais individualizado, enfrentando a realidade e conflitos que, apesar de indicarem o fim da banda, os tornam mais humanos.

A análise de todos esses conceitos não poderia ser mais atual, já que, em setembro de 2016, o filme “The Beatles: Eight Days a Week” foi lançado. O longa-metragem acompanha a turnê feita pela banda em 1966 por 90 cidades de 15 países e contou com a colaboração de Paul McCartney, Ringo Starr, Yoko Ono e Olivia Harrison, viúva de George Harrison. Pode-se dizer que, além de serem apresentados a uma geração mais nova, o filme recente evoca o imaginário Beatles na mente de fãs e leigos/as. Pude presenciar a repercussão da estreia por meio dos entrevistados, que conseguiram links para baixar o conteúdo rapidamente, mas fizeram questão de todos irem ao cinema juntos para acompanharem o filme. Como uma marca que se renova a cada ano, os Beatles preservam sua posição na sociedade fazendo lançamentos de produtos de tempos em tempos, o que fica claro se vemos o apresentação dos cds digitalizados da banda em 1987, do Anthology, projeto que reuniu os ex-Beatles ainda vivos, em 1995 e do “1”, coletânea de sucessos da banda, em 2000<sup>16</sup>. Para alguns/algumas fãs como Eduardo Brocchi, até mesmo o disco da carreira-solo de Ringo Starr chamado “Ringo”, de 1973, pode ser considerado uma obra da banda, já que os quatro integrantes participam, apesar de ser em músicas separadas.

Essa jovialidade que a banda parece ter – e que somos constantemente lembrados por meios dos novos lançamentos – atraem públicos de todas as idades. São diversas gerações que convergem e trocam experiências de uma forma peculiar. Muitos podem não ser fãs, mas têm seu interesse instigado pela banda. A entrevistada Isabela Siqueira, de 27 anos, conta que, apesar de não ter amigos de sua idade que são fãs como ela, percebe que sempre

---

<sup>16</sup> AGOSTINI, Renata. Beatles, a construção de uma marca eterna. *Revista Exame*, online, 10 out. 2010. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/construcao-marca-eterna-538601/>

que fala sobre os Beatles, a atenção das pessoas é prendida. Parece que quanto mais procuramos entender o universo criado pela banda, mais as palavras de Mike Evans (1984) fazem sentido: “(...) os Beatles capturaram muito mais do que o sentimento, o estilo e as atitudes de uma era; eles eram atitudes que muitos continuariam a se identificar, e para qual os Beatles se mantiveram símbolo essencial” (p.102, tradução minha). Eles foram uma banda que questionou e polemizou, mas também uniu e encantou. Eles estavam presentes nos olhos de cada entrevistado, em cada emoção retratada, e estão presentes em trabalhos como este, sempre instigando e nos fazendo perguntar “Como eles conseguiram?”.

### **Referências bibliográficas**

- BARTHES, Roland. O mito é uma fala. In: *Mitologias*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.
- BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca. In: *Rua de mão única – Obras Escolhidas, Volume II*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. A juventude é apenas uma palavra – Entrevista com Pierre Bourdieu. In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.
- COHEN, Stanley. Contexts and Backgrounds: Youth in the Sixties. In: *Folk devils and moral panics: The creation of the Mods and Rockers*. Nova York, Routledge Classics, 2011.
- ENNE, Ana Lucia. Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, vol.7 n.20, nov.2010.
- EVANS, Mike. *The Art of the Beatles*. Nova York, Beech Tree Books, 1984.
- FERNANDES, Sofia Cortes. *As bandas como marcas que constroem os novos mitos: o caso dos The Doors*. Lisboa, Instituto Politécnico de Lisboa, 2010.
- FELDMAN, Christine Jacqueline. “*We are the mods*”: *A Transnational History of a Youth Culture*. Pittsburgh, University of Pittsburgh, 2009.
- HECL, Rudolf. *The Beatles and Their Influence on Culture*. Brno, Masarayk University, 2006.
- HENNION, Antoine. Pragmática do gosto. *Desigualdade & Diversidade - Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, Rio de Janeiro, n.8, jan./jul.2011

- HOBSBAWM, Eric. *Tempos Fraturados - Cultura e Sociedade no Século XX*. São Paulo, Companhia das Letras, 2013.
- INGLIS, Ian et al. *The Beatles, Popular Music and Society: A Thousand Voices*. Nova York, St. Martin's Press, 2000.
- KHAUAJA, Daniela Motta Ribeiro, MATTAR, Fause Najib. Fatores de marketing na construção de marcas sólidas: estudo exploratório com marcas brasileiras. *Revista de Gestão USP*, São Paulo, v.13 n.4, out./dez.2006.
- PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes – conceitos e metodologia(s). *VI Congresso SOPCOM*, Lisboa, abr.2009.
- PEREIRA, Cláudia, ROCHA, Everardo. *Juventude e Consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro, Mauad X, 2009.
- PEREIRA, Cláudia, SICILIANO, Tatiana, ROCHA, Everardo. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. *Logos 43, Dossiê: Cotidiano e Experiência*, Rio de Janeiro, v.22 n.2, 2º Semestre 2015.
- PERONE, James E. *Mods, Rockers, and the Music of the British Invasion*. Westport, Praeger, 2009.
- POMIAN, Krzysztof. Coleção. In: *Enciclopédia Einaudi, Volume 1: Memória-História*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1984.
- RAMOS, Eliana Batista. Anos 60 e 70: Brasil, juventude e rock. *Revista Ágora*, Vitória, n.10, 2009.
- SIMMEL, Georg. O conflito como sociação. *RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, Paraíba, v.10 n.30, dez.2011.
- \_\_\_\_\_; Sociabilidade - Um exemplo de sociologia pura ou formal. In: *Georg Simmel: Sociologia*. São Paulo, Editora Ática S.A., 1983.
- SIMÕES, Paula. Representações de celebridades na cena midiática contemporânea: a narrativa biográfica de Diego Alemão em *Por trás da fama*. *Revista Lumina*, Juiz de Fora, vol.3 n.2, dez.2009.
- SINGER, André. Mudou o rock ou mudaram os roqueiros? *Lua Nova*, São Paulo, vol.2 n.1, jun.1985.
- ROCHA, Gilmar. Verbete sobre Mito. In: *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação Volume 1: conceitos*. São Paulo, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- VELHO, Gilberto. *Um antropólogo na cidade*. Rio de Janeiro, Zahar, 2013.