



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**A TELEVISÃO COMO MÍDIA PROPAGADORA DA  
BEATLEMANIA NA DÉCADA DE 60**

**DÉBORAH AZEVEDO COUTINHO**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**A TELEVISÃO COMO MÍDIA PROPAGADORA DA  
BEATLEMANIA NA DÉCADA DE 60**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**DÉBORAH AZEVEDO COUTINHO**

**Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A Televisão como Mídia Propagadora da Beatlemania na década de 60**, elaborada por Déborah Azevedo Coutinho.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz  
Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Expressão e Linguagens – ECO /UFRJ

Prof. Dr. Octávio Carvalho Aragão Júnior  
Doutor em Artes Visuais pela Escola de Belas Artes - UFRJ  
Departamento de Expressão e Linguagens – ECO /UFRJ

Profa. Dra. Inês Maria Silva Maciel  
Doutora em Engenharia de Produção pela COPPE - UFRJ  
Departamento de Design do Centro Universitário UNICARIOCA

RIO DE JANEIRO

2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

COUTINHO, Déborah Azevedo.

A Televisão como Mídia Propagadora da Beatlemania na década de 1960. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientadora: Cristina Rego Monteiro da Luz

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pois sem ele nem mesmo a minha vida seria possível. Foi Nele que encontrei conforto e forças para continuar essa caminhada.

Ao meu pai, Ricardo, que foi a primeira pessoa a me apresentar aos Beatles e a outras bandas incríveis e que investiu na minha educação ao longo de vinte anos de maneira incansável.

À minha mãe, Célia, pela sabedoria passada, pela paciência e pelo apoio em todos os momentos, mesmo quando eu não fui capaz de perceber. Devo agradecê-la também por ter me incentivado a considerar a ideia de cursar Jornalismo quando eu ainda nem sabia o que isso significava, há muitos e muitos anos.

À minha irmã, Beatriz, pelo incentivo, pelo ombro amigo de todas as horas e pela boa vontade de ajudar sempre que necessário. Aprecio também a sua enorme paciência em me ouvir cantar Beatles por uma infinidade de tardes seguidas.

Aos meus avós, Jorge, Lúcia e Adeilda, que contribuíram, cada um a sua maneira, para eu ser a pessoa que sou hoje. Todas as lições valiosas, o carinho e o cuidado nunca poderão ser suficientemente reconhecidos.

À minha tia Bárbara, pelo estímulo à leitura, à arte e à imaginação. Agradeço também por todas as vezes em que me fez acreditar em mim mesma e a ver que sonhos são possíveis.

A Rodrigo Guerra, que me acompanha desde antes da faculdade e que sempre me incentivou a ir além. Independente do que o futuro reserve para nós, sou eternamente grata pelo apoio e pelo carinho ao longo da minha graduação.

Aos meus amigos, sejam eles da faculdade, da escola, dos estágios ou da vida, obrigada pelas boas conversas, dicas e ideias surgidas em mesas de estudo, bar ou escritório. Aprendi lições valiosas com cada um de vocês.

À minha orientadora, Cristina Rego Monteiro da Luz, pelos conhecimentos, pelo apoio, pelo cuidado e pela confiança. Ela representa brilhantemente toda Escola de Comunicação da UFRJ, instituição maravilhosa que eu agradeço muito por ter me tornado uma pessoa melhor e uma jornalista formada.

À Cristina Viana de Araújo, pelo presente que me foi dado há quase oito anos. Quem diria que uma biografia dos Beatles ia fazer tanta diferença assim na vida de uma menina de 15 anos? Quem diria que essa seria a primeira centelha para que essa monografia acontecesse?

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

COUTINHO, Déborah Azevedo. **A Televisão como Mídia Propagadora da Beatlemania na década de 60. Rio de Janeiro, 2016.** Orientadora: Cristina Rego Monteiro da Luz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo demarcar o espaço central da mídia televisiva na difusão da Beatlemania na década 1960. Por meio da análise das principais participações em programas de TV, transmissões de shows e produções audiovisuais dos Beatles ficará evidenciada a forte relação estabelecida entre a banda e a TV neste período. Enquanto ídolos da juventude, os quatro garotos de Liverpool usaram e foram usados pelas velhas instituições de poder da Inglaterra, especialmente a realeza e a imprensa. É importante destacar que não foi apenas a televisão que propagou o fenômeno cultural da Beatlemania. Outros meios de comunicação de massa, como o rádio, o jornal impresso e o cinema, também tiveram grande importância, ao lado da própria indústria fonográfica e a publicidade. Este estudo pretende creditar à televisão, graças ao seu forte impacto imagético e à sua expansão global nos anos 1960, o *status* de uma das mídias decisivas na propagação da Beatlemania, em especial no Reino Unido e nos Estados Unidos da América.

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>  | <b>8</b>  |
| <b>2. DE LIVERPOOL PARA O MUNDO</b>   | <b>13</b> |
| <b>2.1 - O surgimento do ritmo da juventude</b>   | <b>13</b> |
| <b>2.2 - Antes do sucesso</b>   | <b>16</b> |
| 2.2.1 John  | 16        |
| 2.2.2 Paul  | 18        |
| 2.2.3 George  | 19        |
| 2.2.4 De Quarrymen à formação definitiva dos Beatles  | 20        |
| 2.2.5 Ringo   | 24        |
| <b>3 A TELEVISÃO NA CONSTRUÇÃO DA BEATLEMANIA</b>   | <b>28</b> |
| <b>3.1 - <i>Thank Your Lucky Stars</i> - a Beatlemania toma conta da Inglaterra</b>                     | <b>28</b> |
| 3.1.1 <i>Juke Box Jury</i> – a TV já ganha audiência com os Beatles                                     | 33        |
| <b>3.2 - Os Beatles nos EUA e a era das turnês</b>  | <b>34</b> |
| 3.2.1 A consagração em território norte americano pela TV   | 34        |
| 3.2.2 - A Televisão nos anos 1960   | 40        |
| <b>4 O PRODUTO SIMBÓLICO DA BEATLEMANIA</b>   | <b>47</b> |
| <b>4.1 - As produções audiovisuais dos Beatles como instrumento para manter e ampliar a Beatlemania</b> | <b>47</b> |
| <b>4.2 - Depois da Beatlemania</b>  | <b>53</b> |
| <b>4.3 - Beatles, semiótica e legado</b>  | <b>60</b> |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>   | <b>66</b> |
| <b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>   | <b>69</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

Um dos maiores fenômenos da cultura pop de todos os tempos, os Beatles dominaram os anos 1960 e influenciaram os jovens com o seu comportamento. Suas produções musicais e audiovisuais trouxeram novas tendências sonoras e estéticas, que serviram como fonte de inspiração para muitos artistas e foram endeusadas por milhões de fãs. Sua imagem, espetacularizada (DEBORD; 2003) pela comunicação de massa (ADORNO & HORKHEIMER; 1975), sobretudo pela mídia televisiva, foi amplamente difundida na fase da Beatlemania e se tornou símbolo dos anseios da juventude. Com essa enorme potência simbólica, os Beatles garantiram um espaço de destaque no imaginário social e o *status* de mitos do século XX.

Esta monografia se propõe a demarcar a televisão como mídia-chave na difusão da Beatlemania, considerando especialmente o Reino Unido e os Estados Unidos do começo da década de 1960 do século XX. Essa demarcação seguirá o registro de produções audiovisuais da banda e as principais aparições em programas de TV, deixando evidenciada a forte relação entre a Beatlemania e a mídia televisiva. Também é objetivo deste trabalho pesquisar o quanto essa relação serviu aos quatro garotos de Liverpool, que se tornaram conhecidos para além da Inglaterra, e quanto beneficiou o *establishment*<sup>1</sup>, que utilizou a figura dos Beatles para se manter próximo da juventude ou para lucrar com a venda de produtos ligados à banda.

No capítulo **De Liverpool para o mundo**, será apresentado um breve histórico do *rock* na América, estilo musical que influenciou a carreira dos Beatles na sua fase inicial. O livro *O Herói de Mil Faces*, de Joseph Campbell (1992), que relata 12 estágios que devem ser superados para se tornar um herói mítico, será o fio condutor que permeará o caminho percorrido por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr até se tornarem mitos. Passando por ícones religiosos, de contos de fadas e de folclores, Campbell (1992) demonstra que suas sagas passam por fases idênticas em termos de narrativa, simbologia e arquétipos. Para ele todas as grandes histórias já contadas passam por uma estrutura

---

<sup>1</sup> Segundo o dicionário Michaelis, o termo vindo da língua inglesa pode ser definido como: estabelecimento, instituição, fundação; casa ou estabelecimento comercial, negócio; efetivo militar. *military establishment* / exército ativo, permanente. *war establishment* / efetivo em pé de guerra; as autoridades (públicas e privadas) estabelecidas; sistema governante. Fonte: [http://michaelis.uol.com.br/escolar/ingles/definicao/ingles-portugues/establishment\\_12999.html](http://michaelis.uol.com.br/escolar/ingles/definicao/ingles-portugues/establishment_12999.html). Acesso: 27/2/2016.



semelhante – por vezes idêntica – de narrativa, onde um herói sai de seu mundo comum para uma grande aventura.

Nesta aventura ele encontra um mentor para guiá-lo, passa por provações e encontra aliados e inimigos. O herói então tem que enfrentar um grande desafio. Ao superá-lo, o herói mitológico descrito por Campbell (1992) recebe uma recompensa e inicia o retorno para o seu mundo comum, completamente mudado pela experiência, ou permanece no mundo especial onde a aventura aconteceu. É importante que fique claro que o presente trabalho não se ocupa exclusivamente de registrar a jornada dos heróis de Liverpool até o sucesso, mas sim de registrar a importância da TV na construção desses heróis.

O primeiro estágio da jornada dos Beatles, “o mundo comum”, está presente em **De Liverpool para o mundo**. Nele será traçado o panorama cultural da Liverpool, cidade portuária do Norte da Inglaterra, do final dos anos 1950, onde centenas de bandas brotavam da noite para o dia e disputavam espaço para tocar para o público adolescente em clubes e cafés. Ainda neste capítulo, os Beatles são “chamados à aventura”, segundo estágio, quando são convidados para uma turnê em Hamburgo, na Alemanha. É neste lugar que a banda toma um novo rumo e aprimora o seu jeito de tocar.

Foi também em Hamburgo que um dos seus membros, Stuart Sutcliffe, recusa o chamado de se tornar um herói (terceiro estágio) e o grupo grava seu primeiro *single*, *My Bonnie*. E foi graças a esse álbum que os Beatles encontram seu mentor e empresário Brian Epstein, que corresponde à quarta etapa da jornada. O capítulo encerra no quinto estágio, quando os Beatles realizam a “travessia do primeiro limiar”. É neste momento que adquirem sua formação definitiva, com Ringo na bateria, que são contratados por uma gravadora em Londres e ganham fãs fora de Liverpool.

No capítulo **A televisão na construção da Beatlemania** serão apresentadas as grandes conquistas dos quatro jovens de Liverpool em seu período áureo e a expansão da fama da banda para o mundo através dos shows, dos álbuns e dos meios de comunicação de massa, especialmente da televisão. Será exposto também um breve histórico da TV, demarcando seu papel central na sociedade dos anos 1960 e na difusão da Beatlemania. Nesta etapa, onde o fanatismo pelos Beatles toma conta da Inglaterra, dos EUA e se alastra pelo mundo, nossos jovens heróis enfrentam o sexto estágio da jornada, onde surgem “testes, aliados e inimigos”.

Para atingir a fama em todo o Reino Unido, os Beatles passam por diversos “testes”, mas sem dúvida o seu principal desafio deste período foi conquistar o público nos

Estados Unidos. Nunca antes deles uma banda inglesa tinha conseguido fazer sucesso na América. Este grande feito, que ficou representado na história pela audiência de 73 milhões de pessoas no programa de televisão *The Ed Sullivan Show* teve como aliada uma extensa campanha de marketing e como inimiga a mídia conservadora americana. Com a aprovação neste teste, os Beatles se encaminharam para o sétimo estágio (“a aproximação da caverna oculta”), onde quase atingiram a saturação devido ao excesso de fanatismo e de exposição midiática.

Como consequência do enorme sucesso entre os jovens do mundo inteiro, não apenas da Inglaterra e dos EUA, os Beatles foram convidados para tocar em longas e exaustivas turnês por mais de dois anos seguidos. A Beatlemania passou de objeto de desejo para uma “provação” (oitava fase) na vida da banda, uma vez que a rotina exaustiva dos shows atrapalhava o desenvolvimento de novas tendências na sua musicalidade. A provação era ainda maior por conta do desgaste que sofreram com tantas viagens, tantas fugas de multidões de fãs apaixonados e tanta exposição de suas vidas pessoais.

No capítulo seguinte, **O produto simbólico da Beatlemania**, será abordado como as transmissões de shows, as participações em programas e as produções audiovisuais dos Beatles influenciaram na difusão da Beatlemania. A TV é a mídia chave dessa análise, que também registrará brevemente o que aconteceu com John, Paul, George e Ringo depois do fim das turnês e pontuará os legados deixados pela banda após a sua dissolução. Apesar do foco desta monografia ser a Beatlemania, a relação construída entre a TV e os quatro garotos de Liverpool perdurou na fase posterior, o que será pontuado através de um olhar semiótico ao grupo.

É também neste capítulo que nossos heróis conquistam a “recompensa” (nono estágio) por terem sobrevivido à loucura da Beatlemania. Eles finalmente ganham o tempo necessário para desenvolver suas individualidades e sua musicalidade, elevando à banda a um novo patamar. Uma explosão de criatividade acontece em meio ao décimo estágio da jornada mítica, o “caminho de volta”. Nesta etapa, os heróis se deparam com uma ameaça muito maior, que no caso dos Beatles foi a perda de Brian. Com a morte do empresário, a banda passa pelo desafio de ter que seguir sozinha, sem seu mentor.

Para lidar com a falta de Brian e com a reestruturação de sua antiga gravadora, John, Paul, George e Ringo criam a Apple, uma empresa onde podiam gravar e gerenciar as próprias músicas. Brian continuou fazendo falta para os Beatles em alguns momentos, como quando lançaram o filme experimental *Magical Mystery Tour*. Foi a primeira vez,

desde que conheceram o sucesso, que o grupo foi duramente criticado. Apesar dessa “falha” e dos desentendimentos cada vez mais frequentes entre os membros, os Beatles transcenderam e seguiram aclamados.

Produziram, nos três últimos anos de trabalho juntos, 1968, 1969 e 1970, discos aclamados pelo público e pela crítica, como *The Beatles (White Album)*, *Abbey Road* e *Let It Be*. Suas produções audiovisuais seguintes, a animação *Yellow Submarine* e o documentário *Let It Be*, também receberam muitos elogios. Justamente nesse período, os Beatles se consagram como baluartes da contracultura e símbolos dos anseios de revolução e liberdade dos jovens. Este foi, portanto, o décimo primeiro estágio de sua jornada: a “ressurreição”.

No último estágio, o “retorno com o elixir”, o herói mítico definido por Campbell (1982) ou retorna para casa (o mundo comum de que saiu no começo da jornada) ou fica no mundo especial como uma nova pessoa, com novos conceitos e totalmente diferente do que era no início. Para nenhum dos quatro Beatles, a opção de retornar para Liverpool após o fim da banda e viver uma vida comum seria possível. Por conta de toda fama adquirida na fase da Beatlemania e pelo papel de destaque no cenário contracultural do final dos anos 1960 e início de 1970, não restou outra alternativa a não ser permanecer em um mundo especial.

Figuras do “mundo especial” da fama, os Beatles influenciaram e foram influenciados pelo movimento *hippie* e psicodélico. Considerados rebeldes desde a Beatlemania, eles tornaram-se ainda mais atrevidos durante a contracultura com cabelos mais compridos, roupas extravagantes e coloridas usadas ao fazerem declarações polêmicas na mídia, adotando atitudes questionadoras. As músicas refletiam essa aura inquieta e apresentavam novas influências, como distorções de guitarra e instrumentos indianos.

Definitivamente, após toda essa jornada, os Beatles conquistaram seu espaço como mitos no imaginário social. A influência deles foi muito além da música, ela perpassou a moda, o comportamento, a estética do audiovisual, a globalização através de um fenômeno cultural de massa, e o pioneirismo de ser a primeira banda britânica a fazer sucesso na América entre outros muitos legados e recordes. Interessante destacar que alguns dos temas mais recorrentes de sua obra, como o amor, a amizade, a liberdade e a solidão, são temas inerentes à história da humanidade e, portanto, permanecem atuais.

Talvez esse seja um bom motivo para continuar falando de Beatles: o aspecto eterno de sua obra. É evidente que a banda é um símbolo dos anos 1960. Inclusive, a mídia-chave da análise deste trabalho na difusão da Beatlemania, a televisão, teve um papel central nesta década enquanto veículo de comunicação de massa em ascensão, com forte poder imagético. No entanto, poderia não fazer sentido escrever um trabalho de conclusão de curso de Jornalismo em 2016 sobre **A Televisão como Mídia Propagadora da Beatlemania nos 1960** se o assunto Beatles não continuasse relevante para Cultura e para a Comunicação.

Esta monografia se justifica, portanto, não como um mero registro histórico de uma década cujos personagens centrais foram os Beatles. O presente trabalho se justifica por ser uma análise, com uma ótica específica e pouco usual de um meio de comunicação de massa, de um fenômeno que permanece vivo e relevante na atualidade. Jovens dos anos 2000 escutam e assistem aos Beatles na internet (era digital das redes), por *streaming*, assim como os jovens dos anos 1960 faziam com os discos e a televisão (era da indústria cultural de massa). Assim, a Beatlemania continua viva na memória e no coração de antigos e novos beatlemaníacos.

## **2. DE LIVERPOOL PARA O MUNDO**

Para compreender o grande fenômeno cultural que foram e são os Beatles é preciso resgatar a sua origem e traçar um panorama do cenário musical e midiático em que a banda surgiu. É necessário ainda revisitar o contexto em que seus membros nasceram e no qual o grupo desenvolveu a imagem que está fixada no imaginário social de gerações. Portanto, neste primeiro capítulo será apresentada uma breve contextualização das origens e evolução do *rock and roll* dos anos de 1950, que foram influências determinantes para o desenvolvimento musical dos Beatles.

Além disso, esse capítulo compreenderá uma pequena biografia de cada integrante até entrarem para o grupo, abordando os traços da personalidade de cada um e a transformação dos rapazes que formaram uma banda prestes a estourar em todas as paradas de sucesso. O resgate histórico desses perfis é necessário para a contextualização e dimensionamento do feito de quatro jovens filhos da classe operária de Liverpool que se tornaram os maiores superstars do *rock* dos anos 1960, para muito além da Inglaterra e do Reino Unido.

### **2.1 - O surgimento do ritmo da juventude**

Apesar de extremamente inovadores, os Beatles só desenvolveram a sua musicalidade quando foram impactados pelo ritmo que rompeu os padrões nos anos de 1950: *o rock n' roll*. Segundo Bertoldi (2009, p. 32), esse estilo de música estruturou-se em meio a uma cultura juvenil, que “após a Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945), deflagrou a primeira revolução sonora, cultural, que agitou o cinema, a indústria da moda e, ao lado desta, a indústria fonográfica”. Essa revolução também abrangeu o aspecto comportamental, influenciando o estilo de vida proposto pelos jovens para os jovens, a partir dos meios de comunicação de massa.

Derivado principalmente do *rhythm and blues* e do *country and western*, o *rock n' roll* é o gênero musical que nasceu em meados do século XX nos Estados Unidos da América. O *rhythm and blues*, ou *R n'B*, têm suas raízes no *blues* urbano cantado principalmente nos guetos e bares de negros no Sul americano, com a adição de guitarras elétricas. Já o *country and western* tinha sua origem no campo e seus artistas eram majoritariamente brancos pobres do Sul, em geral vaqueiros do Oeste norte-americano. Além desses dois gêneros, o rock também sofreu influências do *jazz*, do *ragtime*, do *gospel*, dentre outros ritmos afro-americanos. “Embora o *jazz* tivesse uma proposta que poderíamos chamar de dançante, não era bem isso que os jovens dos anos cinquenta estavam querendo” (BERTOLDI; 2009, p. 40).

Impulsionados pela expansão do consumo que reforçava o capitalismo ocidental no pós-guerra nos EUA, a juventude buscava algo novo e empolgante para expressar novos ideais e a libertação de regras morais percebidas como opressoras. Esse algo novo era o *rock n' roll* e foi através dos veículos de comunicação de massa que ele se difundiu e se caracterizou como uma forma de arte popular na sociedade capitalista industrial (ADORNO & HORKHEIMER; 1975). Nesse período, o rádio já tinha seu espaço cativo nos lares norte-americanos e contribuiu para esse processo de difusão. Segundo Bertoldi (2009), foi apenas nos anos 1950 que as gravadoras despertam para a importância do rádio na promoção de vendas de álbuns. Por isso, tentavam influenciar emissoras radiofônicas e disc-jóqueis (DJs) a tocarem os discos dos seus artistas.

Ainda de acordo com a autora, é preciso lembrar que a cultura do consumo é uma cultura da comunicação visual, e que portanto o cinema, posteriormente a televisão, foi fundamental para que o *rock* e a identidade da juventude que ele propunha se expandissem pelos EUA e, em seguida, para todo o mundo. Maior do que o som das rádios, o poder da imagem avassalou o imaginário jovem dessa nova sociedade de consumo e do espetáculo

(DEBORD; 2003) e se fixou permanentemente nesse imaginário e no das gerações seguintes através de seus aspectos simbólicos (PEIRCE; 1977).

Nesse sentido, não foram exportados para o mundo durante esse período apenas os bens materiais industrializados americanos, como eletrodomésticos, maquinários, automóveis, *fast-foods*. O *american way of life* chegou pelos meios de comunicação de massa aos outros países, especialmente através de bens simbólicos, como a moda e o entretenimento. Calças jeans, filmes de velho-oeste e o novo ritmo musical *rock n' roll* foram alguns dos elementos que reforçaram a influência americana nos hábitos de consumo do mundo, sobretudo no hemisfério ocidental. O público das ruas se apropriava do estilo dos astros que viam nas telas do cinema e, posteriormente, da TV, gerando um consumo da cultura industrializada (BENJAMIN; 1982).

Bertoldi (2009, p. 47) afirma que “quando o rock and roll explodiu nos Estados Unidos da América, em 1950, o planeta já estava contagiado pela rebeldia sem causa dos personagens cinematográficos de Marlon Brando e James Dean”. E foram justamente os filmes protagonizados por Brando (“O Selvagem”, em 1953) e Dean (“Juventude Transviada”, 1955) que auxiliaram a difundir o novo som do *rock and roll*. “Sementes de Violência” (1955), de Richard Brooks, também contribuiu para essa difusão quando incluiu *Rock Around the Clock*, gravada por Bill Haley and His Comets, na trilha sonora do filme. Essas três obras cinematográficas refletem a identidade desejada pelos jovens daquele período: o comportamento rebelde, viril e às vezes até violento, a moda das jaquetas pretas de couro, jeans azul apertado, blusa branca justa, cigarros, cabelos compridos e botas, e a música vibrante, dançante, selvagem - ou seja, o *rock*.

Por já ser um veículo consolidado entre as camadas mais populares, o rádio naturalmente já tocava *rock* e o cinema, desde os primeiros anos da década de 50, tinha exibido os ideários dos “rebeldes sem causa”. A TV, no entanto, só foi realmente despertar para o novo ritmo, de acordo com Bertoldi (2009), quando em 1956 um jovem branco com gíngua de negro apareceu no famoso programa de auditório *The Ed Sullivan Show*. Este jovem era Elvis Aaron Presley e ele só pôde se apresentar sob a condição de que não fosse filmado da cintura para baixo, já que os seus intensos movimentos pélvicos eram considerados obscenos. O excesso de sensualidade nas danças de Elvis e a irreverência do *rock and roll* fizeram com que o estilo musical fosse constantemente criticado pelas autoridades e famílias tradicionalistas.

Apesar dessa oposição, o *rock* sobreviveu às críticas e se firmou como símbolo dos anseios de liberdade de uma geração. E para acompanhar esses ideais, era necessário que a imagem dos cantores e das bandas do *rock* reverberasse e transmitisse a energia da juventude. Portanto, apesar da música animada e da simpatia, Bill Haley, que era “um cara meio gordinho, de meia-idade”, estava fadado a ser ultrapassado por “um cantor igualmente empolgante a essa nova música empolgante, o *rock’n’roll*”, como Elvis (DAVIES; 2015, p. 100). Como evidenciado por Bertoldi (2009, p. 65), “Em Elvis, o novo herói americano cristalizado, através de Marlon Brando e James Dean, ganhava finalmente corpo, um rosto e uma voz. Elvis Presley foi o primeiro músico a fixar a imagem do roqueiro com uma guitarra dependurada no peito”.

Seguindo os passos trilhados por Bill Haley and His Comets e por Elvis Presley vieram outros roqueiros de sucesso, como Chuck Berry, Carl Perkins, Buddy Holly, The Everly Brothers, Fats Domino, Jerry Lee Lewis, Little Richard, Gene Vincent, Eddie Cochran. Todos esses, em alguma medida, influenciaram o comportamento dos jovens daquela época e serviram de inspiração para vários grupos e cantores de gerações seguintes, tanto nos EUA como em outros lugares do mundo. Entre seus discípulos está a banda de *rock* inglês The Beatles. Como será explicitado mais detalhadamente no decorrer do capítulo, o início da trajetória artística dos quatro garotos de Liverpool tinha clara inspiração no visual (cabelos compridos e roupas pretas de couro) e no comportamento selvagem, rebelde e sexual dos seus ídolos americanos.

## 2.2 - Antes do sucesso

Como grandes ídolos modernos que foram, existem incontáveis obras sobre a história dos Beatles com os mais variados enfoques. Assim como Hunter Davies<sup>2</sup> (“The Beatles: a única biografia autorizada” 2015) fez em sua obra, essa breve biografia será contada em ordem cronológica. Primeiro, será apresentada individualmente a origem de cada integrante com o objetivo de mostrar desenvolvimento de suas personalidades a partir do contexto familiar. Posteriormente será feita a cronologia da banda até os momentos anteriores ao sucesso, passando pelas diferentes formações e transformações

---

<sup>2</sup> Hunter Davies é jornalista, escritor e nasceu em 1936, na Escócia. Por 18 meses, entre 1967 e 1968, acompanhou os Beatles em diversos compromissos e realizou dezenas de entrevistas, não só com John, Paul, George e Ringo, mas com familiares, profissionais envolvidos com a banda, amigos e colegas. O trabalho de Hunter é considerado o único autorizado, porque foi o único produzido com a colaboração e o incentivo dos próprios Beatles.



de estilo, além das influências profissionais determinantes, como a do empresário Brain Epstein.

### 2.2.1 - John

John Winston Lennon nasceu em 9 de outubro de 1940, em Liverpool, e não é o mais velho dos Beatles, mas foi o mentor por trás da banda que viria a originá-los. Seus pais, Alfred Lennon e Julia Stanley, se separaram quando ele ainda era bebê e concordaram em deixar o menino ser criado pela irmã de Julia, Mimi, e seu marido George. A tia de John era disciplinadora, mas permitiu que sua personalidade autoritária e criativa se desenvolvesse. Lennon era uma criança inteligente e aprendeu a ler e escrever muito cedo. Com sete anos, escreveu seus primeiros livros e sempre queria ser o líder das brincadeiras com outras crianças.

Aos 12 anos John foi estudar na Quarry Bank High School e liderava uma gangue com seus amigos Pete Shotto e Ivan Vaughanm. Ivan estudava no Institute e sempre apresentava a John novos amigos que pudessem entrar na gangue. Ainda nesta fase, em 1953, tio George morreu e John se reaproximou muito de sua mãe, o que fez aflorar o seu lado mais rebelde e debochado. Lennon se tornou um adolescente agressivo, que se envolvia em muitas brigas e tinha um relacionamento difícil com os professores. A cada ano seu rendimento escolar piorava, mas ele sempre teve interesse e talento para artes. Escrevia poemas, desenhava e, nos últimos anos da escola, começou a se interessar por música pop, especialmente após o surgimento de Elvis Presley. Davies (2015) contextualiza esse momento da vida de John e de outros garotos da mesma faixa:

Ninguém prestava muita atenção, pelo menos não garotos britânicos da idade de John Lennon. Música pop, até meados dos anos 1950, era de certa forma escassa e não tinha qualquer ligação com a vida real. [...] Então, três coisas aconteceram. Em 12 de abril de 1954, Bill Haley & His Comets gravaram “Rock Around the Clock”. Demorou um ano para essa música chegar à Grã-Bretanha e repercutir por lá. Porém, quando chegou, como música-tema do filme Sementes de Violência, o rock atingiu com força total à região, e as cadeiras de cinema começaram a ser destruídas. [...] O segundo evento aconteceu em janeiro de 1956, quando Lonnie Donegan produziu “Rock Island Line” [...]. O que era novo e interessante era o fato de que ela foi tocada com instrumentos que qualquer um poderia tocar. Lonnie Donegan popularizou, assim, o *skiffle*. Pela primeira vez, qualquer um podia tentar tocar um instrumento, sem nenhum conhecimento musical ou mesmo talento. [...] O terceiro, e de certa forma o mais emocionante evento da música pop na década de 1950 – e pessoa mais influente da música pop de todos os tempos, até o surgimento dos próprios Beatles –, foi Elvis Presley [...]. Em maio (de 1956), “Heartbreak Hotel” estava no topo das paradas de 14 países diferentes. [...] Todos os Beatles, assim como milhões de garotos da mesma idade, foram afetados. Eles todos têm a mesma memória de bandas surgindo em todas as turmas da escola e em todas as ruas perto de suas casas. Da

noite para o dia, surgiram cerca de cem clubes em Liverpool com bandas de *skiffle* fazendo fila para tocar. Foi a primeira vez em várias gerações que a música não era mais propriedade de músicos – qualquer um podia levantar e ir tocar. Era como dar kits de pintura para macacos: algum deles estaria fadado a produzir algo bom em dado momento. (DAVIES. 2015, p. 99 - 101).

O *skiffle*<sup>3</sup> é um estilo de *jazz*, nascido na década de 1920, decorrente do *blues*, do *ragtime* e da música *folk*, interpretado por bandas compostas de instrumentos padrão e improvisado. O estilo se tornou popular e foi desenvolvido na Inglaterra durante os anos 1950, decorrente da música caipira e *rock 'n' roll*. Era tocado com um grupo heterogêneo de instrumentos, como guitarra, tábua de lavar (*washboard*) e jarro de cerâmica. E quando a febre das bandas de *skiffle* começou em Liverpool, John ganhou um violão de sua mãe. Ela o ensinou alguns acordes no banjo e ele os praticava escondido de Mimi, que não gostava de música pop e não incentivava *hobbies* que na visão dela não levariam o sobrinho a lugar algum.

Mesmo sem a aprovação da tia, o rapaz formou uma banda com outros *teddy boys*<sup>4</sup> da escola. Além de John, que era o líder, a formação original tinha: Eric Griffiths no violão, Pete Shotton na tábua de lavar roupa (*washboard*), Len Garry, Colin Hanton na bateria e Rod no banjo. Os rapazes tocavam em festas e tinham discussões constantes sobre o papel de cada um no grupo, o que levava a uma intensa troca de integrantes. O amigo de Lennon, Ivan Vaughan, que já tinha trazido Len Garry para se juntar à banda *Quarrymen*, nome em homenagem à escola Quarry Bank High School, trouxe em 6 de julho de 1957, outro amigo para conhecer John, na festa da igreja. Neste dia, John Lennon conheceu Paul McCartney.

### 2.2.2 - Paul

James Paul McCartney nasceu em 18 de junho de 1942, em Liverpool, e seus pais tinham origem irlandesa. Mary Patricia, sua mãe, era enfermeira domiciliar, Jim

<sup>3</sup> Fonte: <http://dictionary.reference.com/browse/skiffle> (tradução livre da autora). Acesso: 3/12/2015

<sup>4</sup> A subcultura dos *teddy boys* era composta por jovens ingleses em geral de origem humilde. Com suas lapelas aveludadas e bolsos com abas, as jaquetas dos *teddy boys* tornaram-se um símbolo desta tribo, mas também havia as gravatas finas com laço, as calças justas de cintura alta, as meias coloridas e os calçados estilo de camuça com sola grossa (“creepers”). Seu penteado era inspirado em Elvis, mas com um topete mais fofo e um “rabo de pato” atrás. Os *teddys* eram muitas vezes violentos, mas nem todos tinham esse comportamento. Muitos buscavam apenas uma identidade própria através da moda e da música. O auge do fenômeno foi entre os anos 1950 e os 60, mas essa moda teve reedições em décadas posteriores. Fonte: <http://www.canalmasculino.com.br/o-estilo-das-tribos-teddy-boys/> “O Estilo das Tribos: Teddy Boys” - portal R7. Acesso: 3/12/2015

McCartney, seu pai, era vendedor de algodão e Michael, seu irmão, nasceu em 1944. Já na escola primária, a Stockton Wood Road Primary, Paul apresentava talentos diplomáticos apesar de ser uma criança muito quieta. Passou facilmente para o Liverpool Institute e estava sempre entre os primeiros da turma. Em 1953, aos 11 anos, ganhou um prêmio por uma redação, matéria em que ia muito bem. Apesar de menos dedicado à educação na adolescência, Paul não era mau aluno. Era um rapaz sexualmente precoce e fazia desenhos obscenos para a turma rir (assim como Lennon).

Quando criança, Paul fez duas aulas de piano, mas não levou adiante, e falhou de propósito no teste para o coro da catedral de Liverpool. Mais tarde, fez parte do coro de St. Barnabas, perto de Penny Lane, e chegou a ganhar um trompete velho de um tio, com o qual ele conseguiu tirar algumas músicas sem que ninguém o tivesse ensinado. Aos 12 anos, Paul era fã de música pop e foi muito influenciado pelo *skiffle*, por Bill Haley e por Elvis Presley. Mas foi apenas com a morte da mãe, aos 14 anos, que Paul se interessou definitivamente por música. Comprou um violão, se esforçou para aprender a tocar sozinho e passou a imitar Elvis e Little Richard. Nessa fase, McCartney vestia uma jaqueta esportiva branca – por causa da música pop ‘*A White Sports Coat*’ -, calças pretas bem justas e usava o cabelo cortado estilo Tony Curtis.

Paul estava tão interessado em garotas quanto no violão. Por isso concordou com seu colega de escola Ivan Vaughan em ir a uma festa de igreja no verão de 1957. E foi neste evento que conheceu os membros da *Quarrymen*, incluindo seu líder - John Lennon. Paul entrou para banda em uma semana e desde então Lennon e McCartney não pararam conversar sobre música, andar e compor juntos. Pete Shotton e Ivan Vaughan começaram a se sentir excluídos e saíram da banda definitivamente, o que fez Paul convidar um grande amigo de escola para se juntar ao grupo. Seu nome era George Harrison.

### **2.2.3- George**

George Harrison era o mais jovem dos Beatles e o único entre eles a vir de uma família grande. Nascido em 25 de fevereiro de 1943, em Liverpool, era o caçula dos quatro filhos de Harold e Louise Harrison. Sempre muito independente, George foi uma criança inteligente e precoce. Teve bom desempenho na escola primária, a Dovedale Primary. Em 1954 foi estudar no Liverpool Institute, onde Paul já estudava. No Institute, George era conhecido pelo seu visual extravagante. Usava roupas muito justas,

coloridas e com tecidos incomuns por baixo do paletó do uniforme para expressar sua individualidade e sua rebeldia.

Assim como Lennon e McCartney, Harisson não havia demonstrado nenhum interesse por música quando criança. Mas aos 14 anos ganhou um violão da mãe, que o incentivava a fazer o que tivesse vontade e ir atrás dos seus sonhos, e passou a treinar até os dedos sangrarem. Pouco depois, formou uma banda - *The Rebels* - com seu irmão Peter e uns amigos. Embora participasse de outros grupos de vez em quando, George não tocou mais com uma banda propriamente dita até Paul chamá-lo para se juntar aos *Quarrymen*.

George começou a falar com Paul logo após entrar no Institute, mas eles se tornaram realmente amigos quando a moda do *skiffle* começou e ambos ganharam violões. McCartney já fazia parte dos *Quarrymen* há pelo menos um ano antes de Harisson se juntar a eles, no início de 1958. Foi a idade de George que fez John demorar a convidá-lo para a banda, mas o jovem Harisson conhecia muito mais acordes que Lennon e McCartney. E ensinou muito do que sabia aos dois, que a cada novo acorde aprendido escreviam uma música. Nesse período, a *Quarrymen* ainda não tinha integrantes fixos além dos três, que agora estavam deixando o *skiffle* e os instrumentos improvisados para trás e queriam tocar o *rock n' roll* que ouviam nas rádios, por isso precisavam desesperadamente de um bom baterista.

#### **2.2.4 De Quarrymen à formação definitiva dos Beatles**

Apesar da displicência dos últimos anos de escola, John passou para a Escola de Artes em 1957, onde conheceu duas pessoas importantes: Cynthia Powell, que veio a se tornar sua esposa anos depois, e Stuart Sutcliffe, que apesar de não saber tocar nenhum instrumento e não entender muito de música pop trouxe novas tendências e ideias para a *Quarrymen*. Aliada às novas influências, McCartney, Harrison e Lennon melhoraram a infraestrutura da banda com o uso de novos amplificadores, o que criava um som mais potente do que as batidas suaves do *skiffle*. Tocavam em clubes de associações profissionais vestidos como *teddy boys cowboys*, com camisas estilo *cowboy* pretas e brancas com bolsos com franja e gravatas pretas de cordão.

Ainda nesse período, passaram a se chamar *The Moondogs* e chegaram a participar do programa de televisão *Carroll Levis Discoveries*, que era conhecido por lançar bandas ao estrelato. Apresentaram-se bem, mas não puderam ficar até o final do show. Não

ganharam a competição e nem foram notados pelos olheiros profissionais. Pouco depois, por influência de John, Stuart comprou um baixo e entrou na banda. Os rapazes o ensinaram alguns acordes, mas Stu aprendeu mesmo foi nos palcos. Nesse contexto, os grupos *beat* tinham tomado conta de Liverpool e os *Moondogs* estavam se apresentando cada vez mais nos pequenos bares e cafés que começaram a surgir e organizar shows para adolescentes.

O *beat* era considerado amador e bagunçado, por isso nunca tocavam em bares tradicionais de *jazz* como o Cavern Club. Boa parte das bandas *beat* estava tentando inovar usando instrumentos elétricos e amplificadores, algo que as bandas de *skiffle* nunca fizeram. Este cenário musical corresponde ao primeiro estágio da Jornada do Herói (CAMPBELL, 1992). É deste “mundo comum” do *rock n’ roll* britânico de Liverpool que emergiu o mito que ainda viria a ser chamado The Beatles.

Paul estava sempre tentando conseguir alguma publicidade nos jornais para a banda, que ainda não tinha nome definitivo. Foi apenas em 1959, já pensando no próximo teste que poderiam ter, que começaram a considerar seriamente a questão. Inspirado em Buddy Holly and The Crickets (grilos, em inglês), John buscou um nome de duplo sentido que tivesse uma referência a outro inseto. E veio o nome *beetle* (besouro), mas ele decidiu soletrá-lo de maneira diferente: *Beatles*, para fazer uma referência à música *beat*. Foi assim que o nome surgiu, mas até o final de 1959, por influência de amigos, a banda se chamava *Silver Beatles*.

O novo teste chegou e não passaram, mas ainda assim eles foram convidados para uma turnê de duas semanas pela Escócia como banda de apoio de Johnny Gentle, um artista em começo de carreira. Os *Silver Beatles* tiveram uma participação bem pequena, mas foi o primeiro compromisso profissional propriamente dito e a primeira turnê. No entanto, a temporada na Escócia foi curta e não rendeu novos contratos. No retorno para Liverpool, adotaram *Beatles* como nome definitivo e até conseguiram algumas apresentações no Cavern Club, mas passaram a frequentar mais assiduamente o Casbah, uma cafeteria-club de bandas *beat*.

O local foi fundado pela mãe de Pete Best, um rapaz bonito e tímido que tocava bateria e ajudava na gerência do clube. Ele fazia parte da *Blackjacks*, que era a banda residente da casa, e queria entrar para o show business. Em agosto de 1960, cinco semanas após Pete ter abandonado a escola para ir atrás desse sonho, Paul McCartney ofereceu a ele um trabalho. Os Beatles tinham conseguido uma turnê em Hamburgo,

uma cidade portuária alemã cheia de clubes como Liverpool. Este convite para Hamburgo é o “chamado à aventura”, que representa o segundo estágio da jornada desses heróis ingleses (CAMPBELL; 1992). Para essa turnê, eles precisavam de um novo baterista. Pete fez um teste e entrou para banda, que começou a turnê na boate Indra.

Os Beatles tocavam por horas e horas, todos os dias, e brigavam constantemente nos palcos durante a temporada na Indra, onde também estavam sempre comendo, fumando ou brincando com a plateia mesmo sem saber o idioma local. Depois de dois meses de turnê, se mudaram para a Kaiserkeller, onde trabalhavam ainda mais horas e conquistaram definitivamente os alemães com seu *rock* animado e barulhento. Nessa fase, tomavam pílulas para se manterem acordados. Segundo Hunter (2015), todos experimentaram drogas em algum momento, exceto Pete Best.

Apesar das pequenas brigas, os Beatles eram muito amigos uns dos outros e também simpáticos com Rory Storm e sua banda, que já conheciam em Liverpool e com quem dividiam o palco na Kaiserkeller. O baterista da banda de Rory Storm, Ringo Starr, passou muitos de seus intervalos vendo os Beatles e pedindo músicas para eles. Ainda em Hamburgo, os Beatles conheceram os alemães Klaus Voormann e Astrid Kirchher, seus primeiros fãs intelectuais. Astrid era fotógrafa e ficou fascinada pelo estilo *teddy boy* dos rapazes. Ela foi a primeira a realmente explorar o potencial fotogênico dos Beatles, como conta Hunter Davies:

Foram as primeiras fotos profissionais tiradas deles e, por muitos anos, as mais artísticas. Com uma iluminação inteligente, ela conseguia que eles ficassem com a metade de suas figuras às sombras. Esse truque de colocar os rostos metade nas sombras, embora não fosse original, foi usado e copiado por outros fotógrafos por um longo tempo. Astrid foi a primeira a ver o potencial fotogênico deles, algo que mais tarde mostrou-se inestimável. (DAVIES; 2015, p. 184 - 185).

Mais e mais amigos surgiam para assistir aos shows à medida que Klaus e Astrid começaram a falar maravilhas sobre os Beatles. A banda tinha agora dois grupos devotos de seguidores: os roqueiros e os *exis* (grupo de estudantes intelectuais de Hamburgo), que trouxeram novas referências artísticas para a banda. Seu contrato inicial de seis semanas foi estendido várias vezes por demanda popular, mas antes do Natal de 1960 os Beatles voltaram para Liverpool. O primeiro show pós-Hamburgo foi no Casbah, onde foram muito bem recebidos e começaram a reunir muitos fãs, que percebiam a melhora da banda após a turnê alemã. Mas o compromisso mais importante depois de Hamburgo

aconteceu em 27 de dezembro de 1960, no *Litherland Town Hall*, como afirma Davies (2015):

Se é possível dizer que qualquer apresentação foi um divisor de águas, foi essa. Todo o seu desenvolvimento, todos os seus novos sons e canções, tudo isso de repente atingiu Liverpool naquela noite Seus fãs do Casbah foram para Litherland e ajudaram a fazer daquela noite um sucesso. A partir de então, no que diz respeito a ter fãs devotos e fanáticos os seguindo, aquilo nunca parou. (DAVIES; 2015, p. 193).

Em janeiro de 1961, se apresentaram em grandes salões de baile e foram convidados para se tornarem residentes do Cavern, que não era mais um reduto apenas do jazz. Durante um ano, a banda The Beatles se apresentou no Cavern 292 vezes para os próprios fãs, que vinham ouvi-los na hora do almoço e comer sanduíches. E no palco, eles faziam o mesmo: comiam, cantavam e se divertiam com a plateia. A Sra. Harrison aprovava e incentivava a banda. Mimi não aceitava, mas Jim McCartney estava começando a tolerar a situação e ia ver os meninos na hora do almoço frequentemente.

A segunda viagem para Hamburgo começou em abril de 1961 na boate Top Ten. Nesse período, receberam novas influências de Astrid e seus amigos. Adotaram novas jaquetas de couro e, um a um, passaram a usar o cabelo escovado para baixo com um novo corte, e assim nasceu o “penteado dos Beatles” que está no imaginário social das gerações seguintes. Ainda na Alemanha, gravaram seu primeiro *single*, *My Bonnie*, e pouco depois disso Stu deixou a banda para ficar em Hamburgo, se casar com Astrid e voltar a estudar artes. Portanto, Stuart Sutcliffe seguiu sozinho pelo terceiro estágio do Mito do Herói (CAMPBELL; 1992), ao “recursar o chamado” de se tornar um herói junto a seus companheiros de banda.

Em julho de 1961, os quatro Beatles voltaram para Liverpool, sem Stuart, e foram muito bem recebidos em um show de boas vindas. O *beat* estava fazendo ainda mais sucesso do que antes e o sinal mais evidente disso era o surgimento de um jornal exclusivamente dedicado ao ritmo, o *Mersey Beat*. A capa inteira da sua segunda edição foi sobre o *My Bonnie* e Pete Best tentou usar essa repercussão como gancho para conquistar um empresário ou agente. Mas ninguém parecia interessado neles e os Beatles amargaram por alguns meses a falta de progresso.

Essa inércia durou até outubro de 1961 quando solicitaram para o gerente da loja de discos NEMS, Brian Epstein, o *My Bonnie*. Brian, que vinha de uma rica família judaica, dona da cadeia de loja NEMS, e tinha interesses artísticos variados, foi atrás

do *single* e ficou surpreso ao descobrir que os Beatles eram uma banda de Liverpool. O gerente da NEMS foi no Cavern Club ouvi-los e ficou fascinado por aquele som barulhento e original. Ele voltou algumas vezes ao Cavern antes de finalmente decidir que queria ser o empresário da banda. Nem Brian e nem os Beatles tinham exata certeza do que um empresário deveria fazer, mas em dezembro de 1961 assinaram o contato. Portanto, foi graças a *My Bonnie* que os quatro jovens de Liverpool encontram seu mentor e empresário Brian Epstein, que corresponde à quarta etapa da Jornada do Herói de Campbell (1992).

A primeira missão de Brian Epstein foi arrumar os Beatles. Tirou de Pete Best a tarefa de marcar shows e começou a passar instruções detalhadas sobre onde e quando iriam se apresentar. Também acrescentou anotações sobre ter uma aparência arrumada e não fumar ou mastigar durante as apresentações. Foi Brian Epstein que convenceu os Beatles a usarem ternos, visual que, junto do cabelo escovado para baixo, ficou marcado como símbolo da banda (PIERCE; 1977). Brian também arrumou a apresentação no palco, que até então era toda improvisada.

Apesar de gostarem da imagem selvagem e rebelde que tinham, os Beatles concordaram que Brian estava trilhando o caminho certo para que fossem aceitos pelas pessoas com a mentalidade de Londres. A estratégia deu certo e eles atraíram a atenção de gravadoras como a Decca. Mas o teste, realizado em janeiro de 1962, não rendeu nenhuma contratação. E, em ordem, Pye, Columbia, HMV e EMI também os rejeitaram. Em abril de 1962, voltaram a Hamburgo para uma nova turnê. Enquanto os Beatles estavam na Alemanha, Brian conseguiu que George Martin, da Parlophone, um selo da EMI, desse uma oportunidade aos rapazes, que em junho fizeram o teste.

Ainda sem resposta definitiva, os primeiros compromissos na volta a Liverpool foram um show no Cavern e um show na rádio BBC. Foi apenas no final de julho, que George Martin fez uma proposta e convidou os rapazes a assinarem um contrato com a Parlophone Records. Brian, John, Paul e George estavam em êxtase, mas não contaram nada a Pete Best, já que estavam planejando substituí-lo por outro baterista. A saída de Best e o contato com a gravadora foram noticiados pelo jornal *Mersey Beat* e geraram polêmica entre os fãs. Mas o caso teve um desfecho feliz para os Beatles e para Ringo Starr.



### 2.2.5 Ringo

Richard Starkey, o Beatle mais velho, nasceu na manhã de 7 de julho de 1940. Quando Ritchie (como Ringo era chamado na infância), tinha pouco mais de três anos, seus pais se separaram e sua mãe voltou a trabalhar, deixando o menino boa parte do dia com a avó ou com vizinhos. Ringo começou a frequentar a catequese com quatro anos e a escola primária aos cinco, mas aos seis ficou muito doente, passou por duas cirurgias e entrou em coma. Isso o deixou afastado do colégio por pouco mais de um ano e prejudicou muito seu aprendizado.

Foi sua vizinha, Marie Maguire, que realmente o ensinou a ler ou escrever. Marie era quatro anos mais velha que Ringo e foi sua amiga mais próxima por muitos anos, mas ele também passava muito tempo com suas duas avós. Aos 11 anos, Ringo começou a estudar na Dingle Vale Secondary Modern School e ainda tinha grandes dificuldades para aprender. Dois anos depois, sua mãe se casou novamente, parou de trabalhar e, ao mesmo tempo, Ritchie adoeceu seriamente de novo e ficou internado por quase dois anos desta vez, dos 13 aos 15.

Quando saiu do hospital, estava oficialmente terminando a escola, embora mal a tivesse frequentado. Através da agência de empregos, ele conseguiu um trabalho de mensageiro na British Railways, que durou apenas seis semanas. Depois disso, virou aprendiz de serralheiro na H. Hunt and Sons. Foi nessa época que a mania do *skiffle* surgiu e a música o contagiou. Ele então ajudou a formar uma banda, chamada Eddie Clayton Skiffle, que tocava para os outros aprendizes na hora do jantar. Sua primeira bateria foi uma de segunda mão, comprada por seu padrasto. Depois de passar pelos mesmos tipos de competições de *skiffle*, festas e salões de dança pelos quais os Beatles passaram, Ritchie se juntou à banda de Rory Storm.

Quando lhes ofereceram uma turnê em Butlins, decidiu largar a serralheria e se tornar músico. Foi em Butlins que Richard Starkey se tornou Ringo Starr, apelido dado conta de seus muitos anéis (ringo veio de rings, que são anéis em inglês) e pelo nome do seu solo de bateria, a “hora da estrela” (star time, em inglês). Depois das semanas de sucesso em Butlins, fizeram uma turnê pelas bases da força aérea dos EUA, da França e foram a Hamburgo, onde tocaram com os Beatles. Ringo voltou para Liverpool com Rory e chegou a fazer mais uma temporada em Butlins, antes de ser convidado a se juntar à banda de George, Paul e John. Apesar dos gritos e cartas ameaçadoras das fãs de Pete Best, ele decidiu ser o baterista dos Beatles.

Com Ringo se encaixando tanto musical quanto pessoalmente, os Beatles eram agora a principal banda de Liverpool. E no verão de 1962, enquanto Paul e John estavam cada vez mais animados com suas composições, Cynthia descobriu que estava grávida e ela e John se casaram. A primeira esposa de um Beatle concordou em manter o casamento em segredo, uma vez que o número de fãs apaixonadas os seguindo e gritando por todo lugar e por qualquer motivo tinha crescido exponencialmente. Pelo mesmo motivo, o namoro de Ringo e Maureen Cox também era escondido das fãs.

Finalmente, no dia 11 de setembro, George Martin os trouxe para Londres para gravarem seu primeiro *single* britânico, *Love Me Do*, que foi lançado em 4 de outubro de 1962. Apesar das ótimas vendas regionais, o álbum teve pouco impacto nacional. Para ajudar na divulgação, Brian os inscreveu em quase todos os programas de rádio e a primeira a tocar foi a Rádio Luxembourg. Em seguida, eles entraram nas paradas do jornal *New Record Mirror*, em 49º lugar e, na semana posterior, apareceram em outro jornal de música, o *New Musical Express*, em 27º e lá ficaram por algum tempo. Por terem gravado um disco, Brian conseguiu que eles aparecessem em seu primeiro programa de TV regional, o *People and Places*, do canal Granada, de Manchester. Mesmo enquanto estavam fora, na quarta visita a Hamburgo, *Love Me Do* subiu nas paradas e atingiu o 17º lugar.

O segundo *single*, *Please Please Me*, lançado em janeiro de 1963, encantou Dick James, um amigo de George Martin, que pediu a Brian para usá-lo. Brian Epstein concordou desde que Dick conseguisse algum tipo de promoção para a banda. E em cinco minutos, James havia organizado a primeira aparição dos Beatles na TV de Londres. Impressionado, Brian Epstein o convidou para ser o editor musical dos Beatles e Dick disse sim. E ainda antes do programa de TV nacional, *Please Please Me* chegou ao primeiro lugar das paradas em 16 de fevereiro. Mesmo assim, os jornais nacionais ignoravam os Beatles. A primeira (e, por seis meses, a única) reportagem sobre eles em um jornal de circulação nacional foi publicada no *Evening Standard*. A matéria chamou atenção para o corte de cabelo dos quatro rapazes de Liverpool e os caracterizou como engraçados e naturais.

Este momento de dificuldade antes de conseguirem o sucesso representa a “travessia do primeiro limiar” e o quinto estágio na jornada dos heróis de Liverpool para se tornarem mitos no imaginário social (CAMPBELL; 1992). Nesta fase os Beatles já estavam com a sua formação definitiva, com um empresário e uma gravadora, mas ainda

não tinham o reconhecimento de toda Inglaterra. Essa situação melhora em fevereiro de 1963, quando os Beatles participaram da turnê de Helen Shapiro como atrações secundárias. Eles não causaram nenhuma comoção até que *Please Please Me* chegasse ao topo, mas ao fim da turnê, se tornaram mais conhecidos entre os fãs de música pop e eram tão aplaudidos quanto Helen.

Depois de estarem com uma música no topo das paradas os Beatles foram mandados para uma nova turnê, em março de 1963. Essa turnê teve uma recepção ainda mais calorosa. A participação no programa nacional de televisão *Thank Your Lucky Stars*, que Dick James conseguiu, ajudou a impulsionar as vendas do disco e ampliou o seu reconhecimento e a sua fama no território inglês. Nascia com essa apresentação uma relação íntima entre a Beatlemania e a TV.

O sucesso de *Please Please Me* levou, em abril de 1963, ao lançamento do LP homônimo, o primeiro da banda. O álbum ficou na lista de discos mais vendidos por seis meses. E ainda em abril, lançaram seu terceiro single, *From Me To You*, que também chegou ao topo das paradas e recebeu um disco de prata. Depois de atingirem essa nova marca, os Beatles foram mandados para mais uma turnê nacional em maio, desta vez com Roy Orbison. Foi nessa viagem que se tornaram as estrelas do show começaram a causar tumulto fora de Liverpool. Mas foi apenas com o quarto single, *She Loves You*, que a Beatlemania efetivamente começou.

### 3. A TELEVISÃO NA CONSTRUÇÃO DA BEATLEMANIA

Neste capítulo, serão apresentadas as grandes conquistas dos Beatles em seu período áureo. Os recordes de bilheteria e as vendas de discos serão registrados em meio à descrição do grande fenômeno cultural chamado Beatlemania. O fanatismo pelos quatro jovens de Liverpool durou aproximadamente três anos e atingiu vários países. A própria Grã-Bretanha, berço da banda, e os EUA - uma conquista inédita para cantores ingleses que abriu portas para outras gerações de artistas britânicos – foram os principais afetados com a onda de fanatismo. A contextualização deste período, fundamental para o desenvolvimento da imagem que se perpetuaria no imaginário social do mundo, se estenderá até o fim das turnês que marcam o fim da Beatlemania e o começo de uma nova fase na carreira da banda, onde o movimento *hippie* e o psicodelismo ganham espaço.

A TV na década de 1960 e uma compilação das principais participações dos Beatles em programas de televisão, incluindo exhibições de shows e produções audiovisuais, contextualizará nesse capítulo a propagação da Beatlemania. Apesar das contribuições relevantes das apresentações ao vivo, das rádios, da indústria fonográfica, da publicidade e do cinema na difusão da Beatlemania, a televisão será a mídia chave para essa análise. Ela ganhou esse *status* graças ao seu papel central na vida moderna da década de 1960 e ao seu forte impacto enquanto veículo propagador da cultura de massa (ADORNO & HORKHEIMER; 1975) e da sociedade do espetáculo (DEBORD; 2003).

### 3.1 - *Thank Your Lucky Stars* - a Beatlemania toma conta da Inglaterra

Desde o programa nacional de TV *Thank Your Lucky Stars*, a banda os Beatles já tinham se tornado conhecida por boa parte do povo inglês. Apesar de vários jornais ainda os contextualizarem como “uma banda pop vinda de Liverpool”, como o *Daily Telegraph*, cada vez mais fãs de todas as classes os perseguiram pelas ruas na tentativa de agarrá-los, beijá-los, pedir autógrafos e dar presentes. Nascia e crescia assim o fenômeno conhecido como Beatlemania, que durou cerca de três anos, tempo o suficiente para que atingisse praticamente o mundo todo. Nas palavras de Hunter Davies (2015; p. 303), “é impossível exagerar a Beatlemania, porque a Beatlemania era, em si, um exagero.”.

O culto aos Beatles começou efetivamente na Inglaterra em agosto de 1963 com o lançamento do quarto *single* da banda, *She Loves You*, e atingiu todo o Reino Unido em outubro do mesmo ano quando John, Paul, George e Ringo foram convidados para serem a atração principal no London Palladium. O show foi televisionado pelo canal ITV como *Sunday Night at the London Palladium* e teve um público estimado em 15 milhões de telespectadores. Foi a partir dessa primeira grande apresentação televisionada que a histeria pelo quarteto fabuloso aumentou e começou a se disseminar pelo Reino Unido.

O frenesi era maior entre os adolescentes, mas pessoas de todas as idades e meios culturais, incluindo líderes mundiais e personagens famosos que muitas vezes inicialmente alertaram contra eles ou os criticaram, também aderiram à Beatlemania. Através de uma imagem construída, os Beatles estavam começando a “revolucionar os costumes e a causar impacto na mídia e no imaginário dos jovens ao se apresentarem em público exibindo um estilo próprio de vestuário, que consistia em pentear os cabelos à moda pajem, além das botas de couro e bico fino, semelhante ao modelo caubói, e os ternos com gola de veludo abotoada até o alto, quase escondendo a gravata” (BERTOLDI; 2009, p. 29). Esse visual, que substituiu a imagem dos roqueiros selvagens com jaquetas de couro e calças jeans, foi idealizado em 1962 por Brian Epstein. A nova imagem dos Beatles, veiculada na TV, nos jornais e nas revistas, estava sendo amplamente difundida e copiada graças à indústria da moda.

Show após show dos quatro fabulosos, garotas berravam descontroladas, corriam para o palco, desmaiavam, brigavam entre si, enfrentavam os seguranças dentro dos recintos e

os policiais do lado e fora. A polícia não era capaz de controlar a maior parte das fãs, que a essa altura já estavam se organizando em fã-clubes. O assessor de imprensa dos Beatles, Tony Barrow, que antes tinha que correr atrás dos jornais, agora tinha repórteres e editores o perseguindo. Seu trabalho passou a ser apenas selecionar, junto com Brian e outros assessores, os jornalistas que seriam autorizados a entrevistar os Beatles. Ele foi o responsável pelo termo “quarteto fabuloso” (em inglês, “*the fab four*”), que foi amplamente divulgado pela imprensa.

Era praticamente impossível, neste cenário, ficar indiferente aos Beatles. As publicações midiáticas se dividiam entre críticas e defensoras da banda, mas, independente da opinião, todos reconheciam (ou acabaram reconhecendo) que um grande fenômeno de comunicação estava acontecendo e sendo incorporado à cultura de massa da Inglaterra dos anos 1960 (ADORNO & HORKHEIMER; 1975). Desde a apresentação no London Palladium, os Beatles se tornaram notícia de primeira página em todos os jornais de circulação nacional. De acordo com Hewitt (2014), foram os jornalistas presentes nessa apresentação que cunharam o termo Beatlemania, estampado nos jornais do dia seguinte. Mesmo os canais de televisão concorrentes ao que exibiu o show foram para a porta do Palladium falar sobre tumulto e o caos gerado pelos Beatles, não sobre a apresentação em si.

Para Paulin (2009), foi o sucesso após essa apresentação que fez com que a os Beatles entrassem para a agenda midiática na Inglaterra. A autora explica que o agendamento trata da influência dos meios de comunicação em pautar as conversas de seus leitores e espectadores, através de um fluxo contínuo de informação, com efeitos a longo prazo. Ela também detalha que isso não se trata de uma manipulação para impor um pensamento específico sobre determinado tema, mas de uma tentativa proposital de que esse tema seja posto em discussão pela sociedade ou que ele pelo menos seja visto por todos em alguma medida.

A tentativa de agendamento de um determinado tema pode ser feita de diferentes formas. No caso dos Beatles, ela aconteceu após a histeria juvenil por Paul, John, Ringo e George já ter atingido níveis muito elevados na Inglaterra. Paulin (2009) sugere que o agendamento da Beatlemania se deu na imprensa inglesa pela repetição de notícias diárias sobre a banda através de um enquadramento jornalístico específico. E explica:

O enquadramento apresenta-se como uma ferramenta essencial na construção de imagens e personagens através da imprensa. É a partir da moldura do jornalista que se constrói uma história que o público absorverá e construirá para si a imagem dos

personagens citados. Os diferentes focos apresentados e publicados nunca são completos e nem conseguem englobar todos os aspectos de uma pessoa; porém, não deve ser encarado como um procedimento negativo ou positivo, mas sim, como parcial e específico, tendo diferentes funções, de acordo com o contexto do universo apresentado pela reportagem. [...] a repetição e o destaque (ou saliência) dados à informação são uma poderosa receita para transformar a ênfase dos meios de comunicação de massa em questões importantes para as audiências. [...] A saliência está relacionada diretamente com os seguintes fatores: tempo de repetição, duração ou tamanho da matéria e destaque entre as outras notícias. O ponto mais importante no agendamento seria, então, como o receptor absorve e assimila as mensagens que recebe. (PAULIN; 2009, p. 3 - 4)

A classificação da cobertura da Beatlemania na Inglaterra como um caso de agendamento é evidenciada pela importância da apresentação do grupo no *Sunday Night at the London Palladium*, já que este era um programa de televisão de enorme audiência e credibilidade. Produzido e sediado na capital do país e transmitido para todo território inglês, ele pautava, segundo Paulin (2009), as agendas de seu público e de outros veículos. Spitz (2007) destaca a importância do programa na sociedade inglesa.

Não havia programa de televisão na Grã-Bretanha mais popular – e seletivo – do que o *Val Parnell's Sunday Night at London Palladium*. Tratava-se de uma instituição: praticamente todos os aparelhos do país, nos domingos à noite, estavam sintonizados nele. Astros de primeira grandeza da Inglaterra e dos Estados Unidos participavam desse espetáculo de variedades, prestigioso mas algo banal, realizado no auditório da Argyll Street. [...] Mas os Beatles chegaram lá. E, embora fossem apresentar apenas quatro músicas – as quais poderiam tocar até dormindo – a tradição do programa exigia que ensaiassem um dia inteiro. (SPITZ; 2007, p. 422).

Nesse sentido, é correto afirmar que a transmissão do show do Beatles no programa de TV *Sunday Night at the London Palladium* foi um verdadeiro marco na carreira da banda e na propagação da Beatlemania. Foi a partir dessa apresentação que os olhos, não só das fãs, mas da imprensa inglesa como um todo se voltaram para os quatro jovens de Liverpool. Com isso, acirrou-se ainda mais a disputa entre defensores e críticos da banda. Segundo Hewitt (2014), as cobranças sobre o grupo nesse período pareciam aumentar ainda mais a sua criatividade, o que tornou os Beatles uma obsessão nacional, incluindo a família real.

E em 4 de novembro eles se apresentaram para a realeza britânica e para um público seletivo no *Royal Variety Show*. Foi nessa apresentação que Lennon deu uma das maiores demonstrações da irreverência dos Beatles, característica que se tornou marcante da imagem pública da banda. Antes de introduzir a última música do show, John declarou: “As pessoas dos assentos mais baratos podem acompanhar com palmas. E o resto de vocês podem chacoalhar as joias”. A alfinetada foi recebida como uma piada adorável pelos jornais e até

mesmo pela própria realeza. O show foi televisionado no domingo seguinte e teve uma audiência de 26 milhões de pessoas.

Entre as apresentações do London Paladium e do Royal Variety Show, que surtiram enorme efeito na propagação da Beatlemania, os Beatles fizeram uma breve turnê pela Suécia e pelo interior da Inglaterra, causando alvoroço em pequenas e grandes cidades. De acordo com Davies (2015), todos os dias os jornais tinham, quase palavra por palavra, as mesmas notícias da primeira página do dia anterior – apenas o nome da cidade era diferente: fãs dormiam nas portas das bilheterias para comprar ingressos, adolescentes iam para hospitais desmaiadas ou feridas durante tumultos, os Beatles precisavam da ajuda de policiais para se locomoverem, saíam escondidos de shows e para não serem atacados, entre outras loucuras. Os fãs suecos estavam usando os penteados e as roupas dos Beatles, assim como os fãs britânicos já haviam começado a fazer.

Nessa época, *She Loves You* já tinha alcançado a cifra de um milhão de discos vendidos na Grã-Bretanha, feito pelo qual eles receberam um disco de ouro, e também estava vendendo bem na Europa, algo que raramente acontecia com estrelas pop britânicas (DAVIES; 2015). E, em primeiro de novembro, eles começaram uma nova turnê solo. No programa dessa temporada, que se estendeu até 13 de dezembro, havia anúncios de vários produtos dos Beatles. Fabricantes e empresários de todo o país, a essa altura, estavam competindo para obter a concessão para usar a palavra Beatle em qualquer mercadoria, desde roupas até perucas e outras bugigangas. Além disso, a maioria dos rapazes estava deixando o cabelo crescer como o dos Beatles.

Ainda em 1963, no final de novembro, saiu o segundo LP, *With The Beatles*, cuja capa remetia às fotos tiradas por Astrid em Hamburgo, com rostos parcialmente nas sombras. Quando o LP foi anunciado, no início do mês, foram recebidas 250 mil encomendas antecipadas imediatamente. Essa era a maior pré-venda de um LP em qualquer lugar do mundo até então, já que Elvis Presley só tinha conseguido 200 mil pedidos antecipados para seu álbum *Blue Hawaii*. E poucos dias depois de *With The Beatles* estar nas lojas, a banda lançou seu quinto *single*, *I Want to Hold Your Hand*, que foi direto para o topo das paradas. Um milhão de pessoas o haviam encomendado antecipadamente na Grã-Bretanha.

Na visão de Paulin (2009), o posicionamento dos Beatles em suas músicas enquanto jovens que se preocupavam com o amor foi um fator de grande influência da



Beatlemania. Apesar de uma das grandes inspirações do grupo ser Elvis Presley, o eterno machão, rebelde e conquistador, os quatro rapazes de Liverpool conseguiram com *She Loves You*, *From Me To You* e *I Wanna Hold Your Hand* conquistar o coração de jovens fanáticas, como se eles cantassem exclusivamente para cada uma delas o seu amor. Com moças apaixonadas aos seus pés e rapazes imitando suas roupas e seu penteado, os Beatles seguiam com força total em direção ao auge da Beatlemania.

### 3.1.1 - *Juke Box Jury* – a TV já ganha audiência com os Beatles

A essa altura, a imagem dos Beatles era por si só um grande chamariz. Em dezembro, participaram do programa de TV *Juke Box Jury*, o que levou à maior audiência que o programa já teve. Os quatro tiveram que julgar as músicas que virariam ou não hits e acertaram boa parte das previsões em meio a comentários satíricos e bem humorados. Nesse período, além da alta arrecadação com a venda de discos, os Beatles estavam recebendo uma boa porcentagem da bilheteria dos shows e das filiações ao fã-clubes oficial, como descrito por Davies (2015):

O fã-clubes também estava crescendo a proporções gigantescas, e logo se tornou completamente incapaz de lidar com os milhares de formulários de inscrição. Havia muitas histórias nos jornais sobre as pobres fãs que esperavam meses para receber uma resposta para suas cartas, mas a enxurrada de cartas era demais. Até o fim de 1963, o fã-clubes oficial tinha quase 80 mil membros pagantes, em comparação com os 2 mil do início do mesmo ano. [...] O canal de televisão da BBC fez um show de meia hora sobre a Convenção da Região Norte do fã-clubes dos Beatles, diretamente do Liverpool Empire. (DAVIES; 2015, p. 313).

Um canal de TV do porte da BBC, assistido por todo Reino Unido, exibir um show de meia hora dedicado aos fãs de uma banda de jovens oriundos da classe trabalhadora de Liverpool demonstra o quanto a mídia estava envolvida com a Beatlemania nesse período. Além das jovens beatlemanicas do fã-clubes, os Beatles também estavam sendo permanentemente seguidos pela imprensa, fosse ela mais tradicionalista ou mais popularesca, com toda sorte de notícias ou histórias sobre fãs, além das charges que estavam cheias de imagens deles. “O *Daily Mail* parou de usar a palavra Beatle nas manchetes e colocou um pequeno desenho do corte de cabelo dos quatro Beatles, quatro *mop tops*, como eram chamados, para ilustrar cada história” (DAVIES; 2015, p. 313).

Em apenas 12 meses, a partir do lançamento de seu primeiro disco, eles haviam se tornado parte integrante do modo de vida britânico, de acordo com Davies (2015). O empresário Brian Epstein teve, nesse período, extremo cuidado para que o excesso de exposição midiática não desgastasse a imagem da banda e para que os quatro fabulosos cumprissem todos os compromissos de superstars. Os Beatles terminaram 1963 com uma temporada de duas semanas em Finsbury Park.

Eles também terminaram o ano no topo das avaliações da importante revista britânica de música *New Musical Express*. Eles foram consagrados como a banda mais importante do mundo, os melhores vocalistas britânicos e os donos do single mais vendido do ano, *She Loves You* (com 1 milhão e 300 mil cópias vendidas), seguido por *I Want To Hold Your Hand* (com 1 milhão e 250 mil). E mal sabiam eles que em 1964 o sucesso e o reconhecimento seriam ainda maiores.

### **3.2 - Os Beatles nos EUA e a era das turnês**

Ainda em novembro de 1963, o canal de televisão CBS News filmou para o *The Jack Paar Show* uma banda com quatro jovens cabeludos tocando ao vivo na Grã-Bretanha. As imagens da apresentação foram exibidas nos Estados Unidos, de acordo com Hewitt (2014), porque Paar julgou o grupo “divertido”. E até o fim do ano de 1963 a imagem dos Beatles para os americanos em geral era essa: uma banda divertida, engraçada, excêntrica.

Mas já em 1964, o ano que ficaria conhecido como o auge da Beatlemania, algumas adolescentes dos EUA estavam correndo atrás dos discos e das rádios, para pedir para tocarem as músicas dos quatro garotos de Liverpool. A primeira canção a ser veiculada numa rádio foi *I Wanna Hold Your Hand* e demorou apenas algumas semanas para que ela atingisse o topo das paradas. Nascia assim o fascínio pelo som dos Beatles, apesar de sua aparência não ser tão bem aceita logo no começo. Adolescentes os consideravam feios, como descrito em relatos nos livros de Hewitt (2014) e Davies (2015), mas lentamente isso mudou e os jovens passaram a se identificar não apenas com a imagem de John, Ringo, Paul e George, mas com os ideais de juventude que eles representavam.

E os apelos de muitas jovens americanas foram atendidos quando no dia 12 de fevereiro os Beatles cantaram em um show em Nova York, no Carnegie Hall. O show foi realizado graças a uma intensa negociação entre o produtor americano Sid Bernstein e Brian, que estava tentando a todo custo emplacar os Beatles na América. Essa não era uma tarefa fácil, afinal nenhuma outra banda ou cantor inglês tinha efetivamente feito sucesso nos EUA até então.

### **3.2.1 - A consagração em território norte americano pela TV**

Além do show em Nova York, também foram agendadas para os Beatles duas participações em um dos programas de TV de maior sucesso da época, o *Ed Sullivan Show*, para os dias 9 e 16 de fevereiro. Como estratégia para que as aparições dos Beatles na América dessem certo, Brian convenceu a Capitol Records, gravadora que detinha os direitos dos discos dos Beatles no país, a gastar 50 mil dólares no que chamaram de “campanha publicitária relâmpago”. Foram distribuídos em todo o país: cinco milhões de cartazes com a frase “Os Beatles estão chegando”; cópias de todos os discos lançados na Grã-Bretanha para todos os DJs das rádios; um milhão de cópias de um jornal de quatro páginas sobre os Beatles; e, por fim, tiraram fotos dos principais executivos da Capitol usando perucas dos Beatles.

Foi um investimento alto, mas a campanha teve um ótimo resultado. A demanda de ingressos para o *Ed Sullivan Show* foi de 50 mil pessoas para apenas 728 lugares. E Brian recebeu mais uma proposta para um show, pelo dobro do cachê oferecido pelo Carnegie Hall, mas era tarde demais para encaixar na agenda. Além disso, as rádios não paravam de tocar as músicas e anunciar a chegada da banda. Assim, quando os Beatles desembarcaram na América, em 7 de fevereiro de 1964, no aeroporto JFK, de Nova Iorque, eles foram recepcionados por mais de 10 mil adolescentes histéricos cantando: “Nós te amamos, Beatles, oh sim, nós te amamos”, um verso que ficou característico dos fãs americanos. A Capitol ainda estava colocando em prática sua publicidade-relâmpago, entregando a cada pessoa do aeroporto um “kit Beatles” com peruca, foto autografada e um broche.

A imprensa americana, assim como a imprensa inglesa no ano anterior, estava chegando atrasada para noticiar o fenômeno cultural chamado Beatlemania. Ainda assim, quando os Beatles desembarcaram, encararam, ainda no aeroporto, a maior coletiva de imprensa que já deram. Repórteres americanos não cansavam de fazer

perguntas sobre os cabelos e serem rebatidos pelos quatro garotos de Liverpool com piadas. Também como na imprensa inglesa, a irreverência e o deboche dos Beatles dividiram as opiniões dos veículos midiáticos americanos. E mesmo com comentários como os do *Herald Tribune*, que disse que eles eram “75% publicidade, 20% corte de cabelo e 5% lamento melódico”, a imprensa se rendeu quando, no dia 9 de fevereiro, eles conquistaram uma audiência de 73 milhões de americanos no *Ed Sullivan Show*. Davies (2015) contextualiza:

Os gritos ecoaram por toda a América. O show teve um público recorde de 73 milhões de espectadores. Em Nova York, durante o show, nem uma calota de carro foi roubada. Por todos os Estados Unidos, assim foi relatado: nenhum crime grave foi cometido por adolescentes nesse período de tempo. Elvis Presley lhes enviou um telegrama de congratulações. [...] Todos os jornais lhes deram uma grande cobertura. As análises eram longas e complicadas. (DAVIES; 2015, p. 491)

Os Beatles também impressionaram o público e a crítica com o show seu primeiro show em solo americano. Eles cantaram em um palco giratório, no dia 11 de fevereiro, para 20 mil pessoas no Washington Coliseum. Após cada música cada música eles viravam 180 graus para serem vistos por todas as fãs que berravam e choravam na plateia. Entre esse espetáculo e as duas apresentações de sucesso no Carnegie Hall, em Nova York, os Beatles participaram de uma festa em sua homenagem na embaixada britânica. Foi uma noite desastrosa, uma vez que vários convidados não gostavam dos Beatles e eles desprezavam formalidades.

Após as apresentações em Nova York, eles viajaram para Miami para ensaiar para a segunda aparição no *The Ed Sullivan Show*. Nessa ocasião, os quatro jovens de Liverpool foram levados para conhecer o promissor boxeador Muhammad Ali, conhecido na época como Cassius Clay. O encontro rendeu bastante publicidade, o que aumentou ainda mais a número de negociantes americanos que tentavam conseguir contratos para produtos dos Beatles. De acordo com Davies (2015), estima-se que, em 1964, 50 milhões de dólares em produtos dos Beatles foram vendidos nos Estados Unidos. A segunda apresentação da banda no *The Ed Sullivan Show* também teve uma audiência de mais de 70 milhões de pessoas e um grande impacto na difusão da Beatlemania na América.

Em Liverpool, as antigas escolas dos Beatles e os seus familiares não paravam de receber pedidos de fãs do mundo inteiro em busca de objetos que os rapazes tivessem usado ou lhes pertencessem. Pais eram forçados por seus filhos adolescentes a

incluir pequenas cidades de Liverpool, como Dingle e Woolton, no roteiro das suas grandes viagens pela Europa. E os pais dos Beatles, por sua vez, não tinham mais espaço para guardar todos os presentes e cartas enviados a seus filhos. Além disso, suas casas estavam sempre cercadas por jovens que acampavam do lado de fora e roubavam pedaços da porta ou riscavam as paredes. Cynthia Lennon, a esposa de John, também viviam fugindo das fãs e da imprensa.

Em março, apesar das críticas, sobretudo dos jornais americanos, John lançou seu primeiro livro. O título era *In His Own Write* (publicado no Brasil como *Um atrapalho no trabalho*), seguindo a sugestão de Paul. E neste mesmo mês, saiu o sexto *single* da banda, *Can't Buy Me Love*, que foi direto para o primeiro lugar das paradas na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos, onde as vendas antecipadas foram de três milhões de cópias, um recorde mundial. Pouco tempo depois, eles ocupavam os seis primeiros lugares das paradas de sucesso americanas.

Ainda em março, eles começaram a rodar seu primeiro filme *A Hard Day's Night* (no Brasil, lançado como *Os reis do Iê Iê Iê*). Paul estava então namorando Jane Asher, filha de um médico de Wimpole Street, e no primeiro dia de filmagens, George conheceu Pattie Boyd, que logo se tornou sua namorada. Assim como Jane Asher, ela vem do sul da Inglaterra, uma origem completamente diferente das garotas nas vidas dos outros dois Beatles. E assim como Cynthia, Jane e Pattie sentiam a pressão de estar sendo constantemente fotografadas e seguidas por repórteres e ameaçadas pelas fãs.

Em meados de 1964, as turnês recomeçaram. Eles foram primeiro para a Europa, começando pela Dinamarca. Em Amsterdã, um público de 100 mil pessoas apareceu nas ruas para vê-los e garotas se jogavam nos canais para chegar perto deles. Em seguida, foram para Hong Kong, Austrália e Nova Zelândia. Os Beatles voltaram para Londres quando *A Hard Day's Night* estreou no cinema, com a presença da princesa Margaret e de lorde Snowdon, em 6 de julho. O LP da trilha do filme foi lançado no mês seguinte.

Em 19 de agosto de 1964, embarcaram para sua primeira grande turnê americana. A viagem em fevereiro havia sido curta, de apenas duas semanas, com só alguns shows e aparições em programas de TV. Essa turnê, de agosto a setembro, durou um total de 32 dias, a maior e mais longa que fizeram. Como relatado por Davies (2015), eles viajaram um total de 36.115 quilômetros, passando um total de 60 horas e

25 minutos voando, e visitaram 24 cidades nos Estados Unidos e no Canadá. Ao todo, se apresentaram trinta vezes, além fazerem um show beneficente.

E em todos os lugares eles quebravam recordes, mas foi em Kansas City que receberam o maior valor por uma apresentação: 150 mil dólares, cerca de 50 mil libras na época, para uma apresentação de 35 minutos. Esse era o cachê mais alto que já havia sido oferecido a qualquer artista nos Estados Unidos. Brian podia ver o grande prestígio que seria superar todos os outros cantores e bandas americanos e aceitou. Os Beatles sequer levantaram os olhos quando Brian contou-lhes a notícia, eles já estavam fartos de tantas viagens.

Durante toda a gritaria e ostentação sobre os recordes quebrados em turnês, na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos, os Beatles estavam fora do convívio com o mundo real. Eles ficavam nos camarins antes dos shows e nos quartos de hotéis depois deles. Sempre escoltados por hordas de policiais e guarda-costas, lá permaneciam, com o mundo exterior bloqueado do lado de fora até que era hora de ir para outro lugar. Eles nunca saíam para a rua sozinhos, ficavam sentados em seus quartos de hotéis, fumando, jogando cartas, tocando guitarra e esperando a hora passar. Serem ricos e famosos não lhes dava a liberdade de ir onde quisessem quando quisessem e o excesso de compromissos não lhes dava o tempo de desfrutar verdadeiramente do sucesso, como contextualiza Davies (2015):

Ao longo dos dois anos seguintes, 1965 e 1966, a vida dos Beatles foi dominada pelas turnês, o que realmente significava não ter vida nenhuma. Eles faziam em média três longas turnês por ano – uma britânica, uma norte-americana e outras turnês internacionais passando por vários países. Eles produziram cerca de um LP e três singles por ano. Também tinham como objetivo fazer um filme ao ano, mas, depois de seu segundo filme, *Help!*, de 1965, eles desistiram. Não foi até o final desses dois anos de trabalho árduo que suas vidas e seu trabalho começaram a tomar novos rumos. (DAVIES; 2015, p. 342)

Em julho de 1965, os Beatles lançaram o filme *Help!*, cuja estreia também contou com membros da realeza britânica. Em agosto, o LP com a trilha sonora do longa-metragem chegou às lojas e foi um sucesso de vendas. Ainda em agosto, os Beatles iniciaram a sua terceira turnê norte-americana, que apesar de ter a metade do tempo da anterior, rendeu uma receita muito superior. O maior evento dessa turnê norte-americana ocorreu em 15 de agosto de 1965, quando eles tocaram 12 músicas no Shea Stadium, em Nova York, para mais de 55 mil pessoas. Foi uma apresentação memorável, com público e arrecadação recordes para a época e com uma performance

arreatadora da banda, que resgatou sua jovialidade nas canções clássicos do *rock n'roll* dos anos 1950 e deixou evidente a empatia da juventude americana com o grupo britânico (HEWITT; 2014).

Outras turnês internacionais dos Beatles, durante esses dois anos, incluíram França, Itália, Espanha e Alemanha (com uma grande recepção de boas-vindas em Hamburgo). Da Alemanha, em junho de 1966, eles voaram para Tóquio para sua primeira e única série japonesa de shows. Do Japão, voltaram para casa, passando por Manila, nas Filipinas. Na Grã-Bretanha, a Beatlemania quase não havia diminuído e eles continuavam gravando discos como sempre. Em dezembro de 1965, eles lançaram o álbum *Rubber Soul*, que já apresentava uma sofisticação maior em relação aos LPs anteriores, mas que fez também bastante sucesso com o público. Quando a música *Day Tripper* foi lançada e foi direto para o primeiro lugar, aquele era seu décimo disco número um consecutivo nas paradas britânicas.

Naquele mesmo mês, eles começaram a que viria a ser, embora ninguém houvesse anunciado isso na época, sua última turnê britânica. Eles fizeram um show depois disso, em primeiro de maio de 1966, em Wembley, que foi o último show ao vivo dos Beatles na Grã-Bretanha. E exatamente um ano mais tarde da memorável apresentação do Shea Stadium, em agosto de 1966, eles fizeram sua última turnê norte-americana. Foi novamente uma viagem curta, mas fez mais dinheiro do que todas as outras. A última aparição deles ao vivo em qualquer lugar do mundo foi nessa turnê, em 29 de agosto de 1966.

Eles não negaram nem confirmaram que não sairiam mais em turnê quando voltassem para a Inglaterra e os boatos de que estavam se separando começaram a se espalhar (DAVIES; 2015). O fã-club e o boletim *Beatles Monthly* foram inundados por cartas “querendo saber a verdade”. A verdade era que os Beatles haviam decidido há bastante tempo que iriam parar de sair em turnê, mas era muito difícil, devido às obrigações contratuais, anunciar isso imediatamente.

De acordo com Davies (2015), os Beatles tinham vários motivos para dar fim às turnês. Um deles era que o excesso de shows os estava impedindo de desenvolver ainda mais sua musicalidade, uma vez que eles mal tinham tempo para pensar em novas músicas mais profundas e complexas (como as que viriam a seguir, na próxima fase da banda, com orquestras, novos arranjos e instrumentos). Além disso, John, George, Ringo e Paul mal se ouviam no palco em meio aos berros das fãs e quase sempre não

conseguiam tocar em harmonia. Evidentemente, eles foram, com o tempo, perdendo a empolgação e o prazer de se esforçar para aquela rotina maçante e mecânica de apresentações. Sem falar no desgaste causado pelas constantes viagens, pelos ensaios e por estarem sempre longe das famílias e fugindo das multidões.

Nesta etapa, onde o fanatismo pelos Beatles tomou conta da Inglaterra, dos EUA e do mundo, os jovens heróis de Liverpool enfrentam o sexto estágio da jornada mítica descrita por Campbell (1992), onde surgiram “testes, aliados e inimigos”. Analisando o panorama de maneira lúdica, percebe-se que para atingir a fama em todo o Reino Unido, os Beatles passam por diversos “testes”, como a rejeição de diversas gravadoras e a baixa aceitação nacional dos primeiros *singles*. Mas o seu principal desafio desta fase da Beatlemania foi enfrentado em outro continente.

A conquista inédita do público norte-americano por uma de uma banda inglesa foi definitivamente um grande feito. Ele ficou registrado na história pela audiência de 73 milhões de pessoas no programa de TV *The Ed Sullivan Show*. A grande aliada dos Beatles nessa empreitada foi a extensa campanha de marketing feita pela Capitol Records pouco antes deles aterrissarem no país. Por sua vez, a mídia conservadora americana foi a maior inimiga da banda a princípio. Apesar de algumas críticas desse setor da imprensa, o grupo seguiu inabalável rumo ao sucesso absoluto em território americano.

A aprovação da banda era tão grande que os Beatles se encaminharam para o sétimo estágio de sua jornada mítica: “a aproximação da caverna oculta”. Nesta etapa, quase atingiram a saturação devido ao excesso de fanatismo e de exposição midiática. Mas na visão de Hunter Davies (2015) tomaram a corajosa decisão de desistir de algo que os tinha tornado tão famosos mundialmente e se salvaram da saturação antes que ela chegasse. Ele declara: “Muito poucas pessoas, especialmente do show business, deram as costas para aquilo que as tornou famosas no auge da adulação. As pessoas sempre dizem que vão desistir do público antes que o público desista delas, mas normalmente fazem isso tarde demais. Os Beatles não hesitaram”. (DAVIES; 2015, p. 352).

Esse era o fim de um ciclo e o começo de um novo. A Beatlemania tinha de objeto de desejo para uma “provação”, a oitava fase da Jornada do Herói (CAMPBELL; 1992) na vida da banda, uma vez que a rotina exaustiva dos shows atrapalhava o desenvolvimento de novas tendências na sua musicalidade. Por isso era preciso, após essa fase intensa de histeria, recomeçar. Não que a adoração fosse acabar, que os fãs parassem de



perseguí-los ou que a imprensa os esquecessem, mas o que importava para a banda naquele momento era iniciar uma nova fase sem o desconforto da Beatlemania.

### 3.3 - A Televisão nos anos 1960

Para situar a importância decisiva da televisão na difusão da Beatlemania nos Estados Unidos e na Inglaterra é necessário retomar suas origens e contextualizar a penetração desta mídia nos dois países no final dos anos 1950 e início dos anos 1960. Por isso, serão apresentados aspectos teóricos, dados e comentários sobre esse meio de comunicação, considerando uma perspectiva histórica e social. A TV serviu, nesse período, como instrumento de disseminação dos valores dos países capitalistas ocidentais no pós-Segunda Guerra Mundial.

Durante a Guerra Fria, inaugurada após 1945, não bastava ter os equipamentos bélicos mais modernos, os melhores atletas nas Olimpíadas ou mandar naves espaciais para fora da Terra, se não houvesse uma mídia global poderosa e eficiente para espetacularizar para o mundo essa supremacia (DEBORD 2003). Em *A Sociedade do Espetáculo*, Debord (2003) traça um panorama sobre o modo como a sociedade moderna lida com as imagens através do conceito de espetáculo. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD; 2003, p. 14).

Esse modo de vida ligado à representatividade visual é característico da sociedade capitalista industrial onde o consumo midiático é de massa e onde os valores estão ligados à representação e à reprodução de padrões. Nesse sentido, pode-se dizer que o espetáculo unifica a sociedade, na medida em que padroniza os seus desejos de consumo e seus valores morais, e a afasta da alteridade. Debord (2003) também afirma que o espetáculo é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente, portanto, ele está intrínseco à sociedade moderna capitalista, uma vez que ele fundamenta e reflete seus valores. E o autor complementa:

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

O autor ainda disserta sobre o lugar do espetáculo na realidade e do real no espetáculo, afirmando que um surge do outro e que geram uma alienação recíproca, o que por sua vez é a essência e o sustento da sociedade existente. Portanto, apesar de apresentar uma falsa realidade através da mídia, a realidade espetacular se torna a realidade desejada pelas pessoas que vivem no real. Nesse sentido, a estética agradável das imagens apresentadas é fundamentalmente o que gera o desejo por essa falsa realidade, assim como a construção da linguagem espetacular. Ele afirma que ela é “constituída por signos da produção reinante, que são ao mesmo tempo o princípio e a finalidade última da produção”. (DEBORD; 2003, p. 15).

Nesse sentido, a TV, enquanto mídia central dos anos 1960 com forte apelo imagético, foi a maior vitrine do sucesso e do desenvolvimento econômico das superpotências que disputavam a guerra. Cabe ressaltar que o entretenimento e a cultura, também foram espetacularizados e utilizados à exaustão para reforçar essa supremacia. Assim, a televisão se encaixou nesse papel central da difusão dos valores e do modo de vida das superpotências no pós-Segunda Guerra Mundial como veículo hegemônico de comunicação.

A Inglaterra, que também representava o modelo capitalista nesse contexto de Guerra Fria, utilizou imagens espetaculares para difundir o seu estilo de vida. Nesse sentido, os Beatles, apesar de seu desconforto em meio a formalidades, foram muito úteis para esse propósito de espetacularização e de reforço dos valores políticos-econômicos da Inglaterra. Além de terem sido condecorados pela Rainha, em 26 de outubro de 1965, considerados Membros do Império Britânico e terem a realeza sempre presente em suas estreias cinematográficas, eles foram considerados ótimos produtos de exportação, como contextualiza Davies (2015):

O primeiro-ministro, Sir Alec Douglas-Home, os chamou de “nossas melhores exportações” e “uma contribuição útil para a balança comercial”. O Sr. Wilson, líder do Partido dos Trabalhadores e um membro do Parlamento de Liverpool, não gostou da inferência de que o 14º conde deveria tentar lucrar com os Beatles. “Os *tories* [partido conservador inglês] estão tentando fazer dos Beatles a sua arma secreta” (DAVIES; 2015, p. 299).

Essa espetacularização dos Beatles se deu pela imprensa, sobretudo pela televisão, enquanto mídia-chave na difusão da Beatlemania. Mas porque a TV tem um apelo popular tão grande? Para McLuhan (1974), os meios de comunicação poderiam ser distinguidos entre meios “quentes”— como rádio e cinema — e meios “frios” — como televisão e telefone. Essa distinção se baseia no grau de interação proposto por cada meio. Mídias quentes em geral exigem

menos esforço para que o público preencha os significados não expressos, ao contrário das frias que estimulam muito mais a participação, uma vez que precisam de mais esforço para que haja a compreensão completa dos significados da mensagem recebida. Nesse sentido, a televisão exerce, enquanto meio frio, forte estímulo em sua audiência.

E se ainda hoje, em 2016, ela é tão influente e estimulante, não é difícil imaginar que em meados do século XX, quando ainda era uma novidade no mercado de comunicação e consumo, a televisão exercia ainda mais influência e estímulos sobre sua audiência. Em seu período áureo, nos anos 1950 e 1960, a TV se difundiu e se tornou um meio de comunicação de massa hegemônico. Briggs e Burke (2006) contextualizam a hegemonia da televisão em meio a aspectos sociológicos:

Os marxistas fizeram uma distinção entre infraestrutura econômica e superestrutura cultural, sendo que o marxista italiano Antonio Gramsci (1891-1937), que tinha especial interesse na mídia, contribuiu sobremaneira para o debate a respeito do assunto no século XX, introduzindo a palavra "hegemonia", que, no futuro, iria influenciar a maior parte dos comentaristas da mídia. Ao lidar com a infraestrutura, todos eles acentuaram a distância existente entre empregadores e empregados, e não previram um aumento geral da riqueza material ou o surgimento da mídia de massa, particularmente da televisão, que, mais do que qualquer outra, moldaria a superestrutura cultural do futuro. Além de fornecer informação, a mídia estava envolvida em um processo de persuasão. (Briggs e Burke; 2006, p. 118)

Ainda de acordo com Briggs e Burke (2006), a TV foi inventada na década de 1900, mas os aparelhos televisores só foram postos à venda no fim da década de 1920. E durante as três primeiras décadas do século XX, a televisão não era vista como adversária para as produtoras de filmes e os cinejornais e praticamente nenhum país possuía canais regulares. Experiências do século XIX com fotografia e cinema foram fundamentais para que se desse início a uma cultura do registro de imagens. No entanto, a TV traz sua grande herança do rádio, tanto pela imitação da voz trazida pelos apresentadores de telejornais, como pela tradição das novelas e programas de auditório.

Essa origem radiofônica na linguagem televisiva está em pleno acordo com a dinâmica das mídias em que “o conteúdo de um meio é sempre um meio anterior”, como foi descrito por McLuhan, e que essa relação se estabelece a partir de uma dupla lógica de conservação e ruptura (SÁ; 2004, p. 11). Segundo Briggs e Burke (2006), havia grande interação entre o rádio e a TV em sua origem, embora, em sua forma original, a televisão não permitisse aos usuários trocar para um canal internacional, como faziam os aparelhos de rádio, ainda que houvesse um crescente tráfego internacional de imagens. A produção e o controle das imagens nas telas de televisão estavam nas mãos de corporações que haviam trabalhado com o som antes das imagens, como a emissora inglesa BBC, por exemplo.

Ainda na visão dos autores, a radiodifusão era tão bem sucedida e popular no começo do século XX, sobretudo nos anos 1930, que não foi fácil para proprietários, administradores, apresentadores e artistas do rádio pensarem em investir na televisão. Além disso, o mundo capitalista ocidental não estava plenamente recuperado da crise de 1929 nos EUA e já havia um ambiente de tensão na Europa pré-Segunda Guerra Mundial que não tornavam favoráveis o investimento e o desenvolvimento de uma tecnologia tão insipiente.

E mesmo com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, ainda era reduzido o entusiasmo acerca da televisão nos círculos do rádio e do cinema, uma vez que muitos acreditavam que somente a elite se interessaria nela. Ainda assim, com essa crença e com oferta de poucos programas, houve uma significativa expansão da TV na virada para os anos 1950, sobretudo nos EUA:

[...] a produção de aparelhos cresceu consideravelmente entre 1947 e 1952, de 178 mil para 15 milhões; em 1952 havia mais de 20 milhões de aparelhos em uso. Mais de um terço da população norte-americana tinha um: os dados para 1948 eram de 0,4%, com significativa proporção de aparelhos em bares, e não em casas. No entanto, mesmo em 1948, a *Business Week*, impelida pela explosão de crescimento no pós-guerra, chamou a televisão de "o mais recente e valorizado bem de luxo do cidadão comum", e proclamou aquele como o "ano da televisão". A RCA estava em dia: também em 1948 o preço de suas ações se elevaram em 134% graças às vendas de aparelhos. (BRIGGS & BURKE; 2006, p. 234).

Acompanhando essa transformação, uma audiência realmente de massa começava a crescer em frente à tela da TV, enquanto diminuía em frente à tela do cinema. Apesar da grande popularidade dos filmes de Hollywood nos anos 1950, “a ida média semanal ao cinema caiu de 90 milhões em 1948 para 47 milhões em 1956. O número de salas de cinema chegou ao auge em 1945, com 20 mil casas, e depois caiu para 17.575 em 1948 e 14.509 em 1956” (BRIGGS & BURKE; 2006, p. 234).

Naturalmente, a indústria cinematográfica hollywoodiana tentou reagir e pressionou para que a televisão fosse paga, mas não obtiveram êxito graças ao poder das redes de rádio que viriam a comandar a TV nos EUA, embora essa tendência ainda não estivesse completamente clara na época. Uma das saídas para o empasse foi encontrada em meados da década de 1950: vender os filmes dos cinemas para serem exibidos pelas empresas de televisão.

Assim como aconteceu com o rádio, houve experimentações locais em termos de conteúdos e estilos de programação no primeiro estágio da história da televisão norte-americana. Mas tão logo que as redes radiofônicas assumiram, nos anos 1950, a grade ficou padronizada passou a exibir uma quantidade significativamente maior de filmes do que de

programas ao vivo. Briggs e Burke (2006) contextualizam os avanços da TV em termos de linguagem e produtos tanto na América quanto na Inglaterra:

Os programas básicos de televisão eram muito mais estereotipados. Incluíam espetáculos de jogos, [...] e novelas. Uma das atrações mais conhecidas, e não somente nos Estados Unidos, foi *I Love Lucy* (1957). O *Ed Sullivan Show*, da CBS, que ficou em cartaz durante muitos anos, foi "lançado ao ar" em 1948, em uma tentativa de concorrer com Milton Berle, da BBC. "A televisão vai do mesmo jeito que o rádio, tão rapidamente quanto possível: isto é, na direção do entretenimento", observou o editor do *Courier-Journal* de Louisville em fevereiro de 1956. Nem todas as empresas não norte-americanas de radiodifusão queriam seguir na mesma direção [...] Na Grã-Bretanha, a BBC, operando em um país que não passava por um crescimento acelerado, mas sim por um período de austeridade, seguiu uma estratégia completamente diferente, [...] apesar de ter sido a BBC, em 1936, a primeira a manter uma estação de televisão regular, mas em escala pequena, antes da guerra. Quando em junho de 1946, após o intervalo de sete anos da guerra, a televisão de 405 linhas foi restaurada [...], ela foi considerada uma "ressurreição". O número de licenças de televisão na Grã-Bretanha chegava somente a 14.560 no fim de março de 1947, e a marca de um milhão foi atingida no fim de 1951, com a preponderância de espectadores do grupo de baixa renda; um relatório da BBC mostrava que 70% deles só haviam frequentado escolas até a idade de 15 anos. No início dizia-se que as antenas de televisão eram símbolo de status, colocadas para fazer figuração; mas logo ficou claro que efetivamente havia um número elevado de espectadores genuínos. A mesma tendência se observou em grande parte da Escócia, no País de Gales e no norte da Inglaterra, em 1952. Agora havia potencial para uma audiência de massa. (BRIGGS & BURKE; 2006, p. 235-236).

Na década seguinte, os anos 1960, as TVs americana e britânica se tornaram mais profissionais tanto em apresentação jornalística quanto em programações esportivas, de comédia (chamados *sitcoms* ou comédias de situação) e de entretenimento em geral. Aliado a esse desenvolvimento de postura diante das câmeras e de produção, chegou na Grã-bretanha em 1967, muito depois de seu advento nos Estados Unidos, a televisão em cores. Esse avanço tecnológico só impulsionou os interesses da televisão norte-americana em se expandir para o mundo. "Em fevereiro de 1955, havia 36 milhões de aparelhos nos Estados Unidos, e somente 4,8 milhões em toda a Europa, sendo que 4,5 milhões estavam na Grã-Bretanha. A explosão tinha que acontecer; e em meados da década de 1960 mais de 90 países tinham estações de televisão. A audiência global alcançava agora mais de 750 milhões." (BRIGGS & BURKE; 2006, p. 240).

A partir desses dados e dos argumentos supracitados, é possível afirmar que a TV teve um papel fundamental para a difusão dos valores das superpotências capitalistas no pós-Segunda Guerra e que o entretenimento e a cultura foram fortes aliados para a penetração desses valores. Após os horrores da Guerra, o progresso no Ocidente veio consolidar o seu triunfo, "albergando no seu sistema forças novas e poderosas que passam a dar mostras do seu duplo poder recém-descoberto: um universo mágico em que os meios audiovisuais, emblematizados pelo rádio e pela televisão, começavam a se tornar máquinas de sonhos que venderiam ao

mundo a imagem de romantismo e ideal de felicidade construída na América de Eisenhower” (BERTOLDI; 2009, p. 41).

De certa maneira, o deslumbramento dos norte-americanos diante do espetáculo aparecimento da televisão alimentou, também segundo Bertoldi (2009), um clima de curiosidade e excitação à vida cotidiana daquelas pessoas: a possibilidade de ultrapassar qualquer fronteira física entre países e continentes, línguas e culturas para unir o mundo. Essa aproximação, que se deu através dos meios de comunicação de massa e posteriormente pela Internet, foi fruto de um rápido crescimento da indústria do entretenimento. Impulsionado, sobretudo, pela cultura de massa norte-americana, no pós-Guerra, estabeleceu-se uma nova configuração cultural voltada para o consumo (JAMESON *apud* BERTOLDI, 2009). Assim, bens de consumo como eletrodomésticos, eletroeletrônicos, carros e roupas da moda eram verdadeiras tentações da vida moderna.

Em meio a este contexto sociohistórico, onde a cultura de massa (ADORNO & HORKHEIMER; 1975) reina soberana, é natural que os meios de comunicação e informação eletrônicas, tais como o rádio e a televisão, por exemplo, aliados a propaganda de bens simbólicos culturais (músicas, filmes, etc.), estivessem ajudando a criar verdadeiras audiências de massa (BERTOLDI, 2009). Mais dos que as notícias sobre economia, política, tecnologias bélica e espacial, as produções artísticas atingiam essas audiências e se tornavam objetos de desejo nos seu imaginário. Artistas e seus estilos de vida eram cobiçados e imitados em vários lugares do mundo, tornando-se verdadeiros mitos de uma geração. Nesse sentido, os Beatles, através das suas produções audiovisuais, se tornaram símbolos dos anseios da juventude e mitos da geração dos anos 1960.

#### **4. O PRODUTO SIMBÓLICO DA BEATLEMANIA**

Neste capítulo, serão abordadas produções audiovisuais dos Beatles que efetivamente contribuíram para a difusão e consolidação do fenômeno cultural da Beatlemania e para criação de um mito. Além disso, será feita uma breve contextualização da banda na fase seguinte à Beatlemania, com o objetivo de mostrar mais elementos significativos, incluindo produções audiovisuais, para a construção do legado que os Beatles deixaram. A última parte do capítulo, é justamente sobre esse legado e sobre como os quatro jovens de Liverpool entraram definitivamente para História enquanto símbolos de uma geração.

##### **4.1 - As produções audiovisuais dos Beatles como instrumento para manter e ampliar a Beatlemania**

Durante a Beatlemania, Paul McCartney, John Lennon, George Harrison e Ringo Star se tornaram verdadeiros objetos de desejo dos fãs ao redor do mundo. Suas roupas e seus cabelos foram copiados à exaustão por moças e rapazes apaixonados que compravam discos,

iam a shows, ouviam as músicas nas rádios e os assistiam pela televisão. É importante que se diga que essas quatro formas de interação com as músicas dos Beatles foram relevantes para a difusão da Beatlemania. Sem dúvidas, a indústria fonográfica fortaleceu o sucesso da banda com as vendas recordes dos discos. Também não há questionamento sobre a relevância das superbilheterias arrecadadas com os shows ou os inúmeros pedidos para que os Disc-Joqueis (DJs) tocassem as músicas dos Beatles nas rádios.

No entanto, é necessário demarcar o espaço da televisão como mídia-chave da difusão da Beatlemania ao redor do mundo no início dos anos 1960. A TV, que neste período estava em plena expansão, foi fundamental para que se criasse uma verdadeira identificação da juventude com a imagem dos Beatles. Programas de auditório, telejornais e transmissões de shows não só auxiliaram a banda a ficar conhecida, mas reafirmaram o seu lugar no cenário midiático cultural dos anos 1960. Por sua vez, o desenho animado, os filmes, incluindo o *Magical Mystery Tour*, que foi exclusivamente produzido para TV, os videoclipes, os programas especiais e a primeira transmissão via satélite ao vivo do mundo ao som de *All You Need Is Love* consolidaram a banda no papel de porta-vozes da juventude, algo que foi muito além de toda histeria da Beatlemania.

O antigo padrão dos anos 1950 onde os jovens deveriam se comportar e se vestir exatamente como seus pais foi questionado pelos cabelos considerados compridos e os terninhos ajustados acompanhados das botas de bico fino. Esse era apenas o início da grande revolução que a banda, aliada a outros artistas da música, do cinema e da moda, causou ao longo dos anos 1960. A imagem pública construída na fase da Beatlemania trouxe uma onda de rebeldia contra os costumes conservadores, que viria a se completar na fase *hippie* e psicodélica.

Essa imagem de quatro jovens sorridentes e espontâneos causando alvoroço entre as jovens, sobretudo inglesas e americanas, se repetia nos noticiários da TV a cada apresentação da banda. É relevante ressaltar que essa foi uma imagem construída por Brian Epstein, pelos próprios Beatles e pela mídia, considerando, respectivamente, as escolhas de roupa, o corte de cabelo e o modo como esse visual foi publicizado para os jovens. A indústria da moda, por sua vez, foi a responsável para que esse visual fosse reproduzido e utilizado pelos jovens que se identificavam com a banda e os seus ideais.

Adolescentes de vários países podiam ter contato com a imagem dos quatro cabeludos de Liverpool de outras formas que não fossem a televisão. Os Beatles estavam presentes em fotos veiculadas nos jornais e revistas, nas capas dos discos e até nos inúmeros objetos



licenciados com o nome da banda que foram comercializados. Sem contar, que a partir de julho de 1964 *A Hard Day's Night* estava nos cinemas. Mas foi na TV que os aspectos visuais marcantes estavam verdadeiramente onipresentes em meio a veiculação de notícias, a participação em programas de auditório e coletivas de imprensa, a exibição dos shows para outros países e, posteriormente, filmes, desenhos e videoclipes. Seguindo um nível mais profundo de análise, é correto dizer que a imagem icônica dos Beatles, que ficou eternizada no imaginário social das gerações seguintes, foi espetacularizada pela TV, enquanto mídia de massa, durante a Beatlemania (DEBORD; 2003).

Desde o *Carroll Levis Discoveries*, em 1959, os Beatles tentavam fazer sucesso na TV, mas em 1959 esse era um sonho um pouco distante, ainda mais para uma banda do norte da Inglaterra sem empresário. Já em 1962, com Brian Epstein, os Beatles conseguiram uma apresentação no programa *People and Places*, do canal Granada, da TV regional de Manchester, antes ainda do lançamento de *Please, Please Me* (1963) e da Beatlemania tomar conta de todo território inglês.

Foi Dick James, editor musical dos Beatles, que conseguiu para os rapazes a sua primeira participação em um programa em rede nacional: *Thank Your Lucky Stars*. A atração os tornou efetivamente conhecidos na Inglaterra, em janeiro de 1963, quando eles tocaram pela primeira vez a canção título do álbum *Please Please Me*. *Thank Your Lucky Stars* foi um programa de televisão britânico, feito pela ABC Television, que foi ao ar entre 1961 e 1966, pela ITV. De acordo com uma publicação do site Beatles College<sup>5</sup>, o programa, assim como o *Ready Steady Go*, o *Shindig* e o *Top of the Pops*, deu força para as bandas da famosa “Invasão Britânica”<sup>6</sup> e recebeu artistas americanos, que, mais do que agradar ao público jovem do Reino Unido, influenciaram as bandas do país da Rainha.

Ao longo do ano de 1963, os Beatles se apresentaram pelo menos 13 vezes no programa *Thank Your Lucky Stars*, mas foram as apresentações do London Palladium, em outubro, e do Royal Variety Show, em novembro, que tornaram a banda uma verdadeira obsessão de todo Reino Unido. No London Palladium os quatro jovens de Liverpool tiveram a sua primeira grande apresentação televisionada, com um público

<sup>5</sup> Fonte: <https://beatlescollege.wordpress.com/2011/07/08/beatles-na-tv-thank-your-lucky-stars/>. Acesso em: 11/2/2016.

<sup>6</sup> Movimento em que banda de *rock* do Reino Unido passaram a fazer sucesso nos EUA e no Canadá. Muitos atribuem à primeira participação dos Beatles no *Ed Sullivan Show*, em fevereiro de 1964, o marco inicial da invasão, cuja primeira onda durou até 1967. Bandas como os Beatles, os Rolling Stones, os Kinks e The Who encabeçaram o movimento. Fonte: <http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/07/ha-50-anos-beatles-comandava-a-invasao-da-musica-britanica-na-america.htm>. Acesso: 22/2/2016.

estimado em 15 milhões de telespectadores. Já o show no Royal Variety teve uma audiência de 26 milhões de pessoas. É válido ressaltar que a população total do Reino Unido, em 1963, era de 53 milhões e 630 mil pessoas<sup>7</sup> e que a TV ainda estava em expansão, portanto, uma audiência de 26 milhões era extremamente significativa nesse período.

Ainda no Reino Unido, o programa *Juke Box Jury* teve a maior audiência de sua história com a participação dos Beatles. De acordo com o site Beatles Interviews<sup>8</sup>, no dia 7 de dezembro de 1963, eles tocaram à tarde num show no Empire Theatre, em Liverpool, que foi exibido no canal de televisão BBC à noite com o nome *It's The Beatles*. E, na sequência do concerto, correram para o Cinema Odeon, também em Liverpool, para uma gravação especial do programa *Juke Box Jury*.

*Juke Box Jury* era uma atração semanal que começou na América e ganhou uma versão britânica em 1959 com a BBC. No programa tinha um painel de quatro celebridades que recebiam a tarefa de classificar as músicas do momento como 'hit' (sucesso) ou 'miss' (fracasso), com base em suas opiniões pessoais. Na ocasião em que os Beatles foram, eles avaliaram os últimos lançamentos de artistas como Elvis Presley, Steve e Eydie, Bobby Vinton, Billy Fury, e os Swinging Blue Jeans. John, George, Paul e Ringo acertaram a maioria das previsões feitas no programa.

Em uma entrevista com Beatles Examiner<sup>9</sup>, Kevin Howlett falou sobre o seu livro "The Beatles: The Archives BBC, 1962-1970" e destacou o papel do canal de televisão e da emissora de rádio na carreira da banda. Questionado sobre o mais significativo momento dos Beatles na BBC, Kevin diz que, do ponto de vista de várias de aparições na TV, o dia 7 de dezembro de 1963 foi um enorme ponto virada para o grupo. "Eles basicamente ficaram durante a noite toda de sábado naquele dia. Apareceram no *Juke Box Jury* e no programa *It's The Beatles* na mesma noite. E foi a primeira vez que um grupo pop assumiu o painel completamente do *Juke Box Jury*.

<sup>7</sup> Dados populacionais extraídos do site Contry Meters. Fonte: [http://countrymeters.info/pt/United\\_Kingdom\\_\(UK\)](http://countrymeters.info/pt/United_Kingdom_(UK)). Acesso em 20/1/2016.

<sup>8</sup> Fonte: <http://www.beatlesinterviews.org/db1963.1207.jukebox.jury.beatles.html>. Acesso em 3/11/2015. (tradução da autora).

<sup>9</sup> Fontes: <http://www.examiner.com/article/exclusive-kevin-howlett-uncovers-beatles-treasures-bbc-archives-part-1> e <http://www.examiner.com/article/exclusive-kevin-howlett-uncovers-beatles-treasures-bbc-archives-part-2>. Traduzidos pelo site O Diário dos Beatles: <http://diariodosbeatles.blogspot.com.br/2013/10/entrevista-com-kevin-howlett-sobre-os.html> e <http://diariodosbeatles.blogspot.com.br/2013/10/entrevista-com-kevin-howlett-sobre.html>. Acessos: 14/2/2016.

Ainda nas palavras de Howlett, “Os Beatles atingiram o auge de sua popularidade na Grã-Bretanha no dia 7 de dezembro de 1963 e a BBC contribuiu para isso. E então a América aconteceu muito rapidamente depois disso”. Paulin (2009) afirma que veículos influentes, com grandes índices de audiência e reconhecimento de sua credibilidade, pautam a agenda pública com extrema força e facilidade e são exemplo e fonte para outros veículos. Portanto, é correto dizer que a BBC teve grande impacto na difusão da Beatlemania ao pautar não apenas a opinião pública como também outros meios de comunicação.

Foi através da exibição de imagens dos Beatles no programa americano *Jack Paar Show* que eles se tornaram conhecidos nos EUA, mas foram as duas participações no *Ed Sullivan Show*, cada uma com mais de 70 milhões de espectadores, que eles conquistaram os americanos. Vale ressaltar que os 73 milhões de pessoas da primeira apresentação foi o recorde de telespectadores do programa. Também é necessário dizer que, em 1964, a TV ainda estava em expansão nos EUA, que tinham pouco menos de 192 milhões de habitantes<sup>10</sup>. Para Hewitt (2014):

Setenta e três milhões de pessoas estavam interessadas numa banda que nunca tocara uma nota sequer em seu país, uma banda que dois meses antes era completamente desconhecida e ainda por cima trazia um visual e um estilo considerados pecaminosos por muitos. Tratava-se de um fato para lá de incrível. A partir daí, os Beatles tinham os Estados Unidos em suas mãos. Não era de se admirar que se sentissem tão poderosos, tão invencíveis. (Hewitt; 2014, p. 79)

*A Hard Day's Night* [no Brasil: *Os Reis do Iê-Iê-Iê*] foi o primeiro filme dos Beatles e o primeiro longa-metragem, segundo Hewitt (2014), a lucrar antes mesmo do lançamento. Ainda de acordo com o autor, a produção era muito importante para a própria banda: “Eles acreditavam firmemente que, embora uma canção possa durar jum mês, um filme vive para sempre. Conscientes de sua imagem, os Beatles concordaram que o filme do qual participariam deveria ser algo muito especial para justificar seu envolvimento.” (HEWITT; 2014, p. 85).

O título, *A Hard Day's Night*, foi dito por Ringo em um ato falho após um dia inteiro de gravações no estúdio. O diretor do filme deu a Lennon e McCartney uma semana para compor uma canção com esse mesmo nome. Eles entregaram a música em um dia e as gravações começaram logo em seguida. Na perspectiva de Hewitt (2014, p. 88) “o filme era

---

<sup>10</sup> Dados populacionais extraídos do site Contry Meters. Fonte: [http://countrymeters.info/pt/United\\_Kingdom\\_\(UK\)](http://countrymeters.info/pt/United_Kingdom_(UK)). Acesso em 20/1/2016.

uma tentativa de capturar a banda vicenciando o fenômeno da Beatlemania enquanto exibia a personalidade de cada um”.

O longa-metragem tinha inspiração no movimento cinematográfico neorrealista da Itália, já que os próprios Beatles buscavam fugir do caminho trilhado pelos filmes de música popular até àquele momento, consideradas por Hewitt (2014), produções risíveis. Na visão do autor, o respeito artístico próprio que a banda tinha, uma qualidade que ajudava a banda a manter o sucesso, não a permitiria seguir essa tradição. Tanto para os Beatles quanto para o diretor de *A Hard Day's Night*, Richard Lester, era importante incorporar a espontaneidade e o senso de humor dos rapazes. Por conta disso, muitas cenas foram improvisadas, buscando a naturalidade apesar da falta de técnica de atuação de John, Paul, Ringo e George.

A fita foi editada e montada numa velocidade impressionante. Começar um filme em março e tê-lo pronto para exibição em julho foi um feito incível, mas não estranho para os Beatles durante a Beatlemania (HEWITT; 2014). Com a trilha sonora pronta e a poucos dias da estreia do filme, a responsável pelo lançamento do disco nos Estados Unidos, a United Artists prensou meio milhão de cópias do LP. Eles deram uma cópia a uma importante estação de rádio nova-iorquina para uma apresentação antecipada e o público reagiu muito bem às novas canções dos Beatles compostas para o filme.

O sucesso foi tão grande que em apenas quatro dias, as encomendas subiram para um milhão de cópias e, uma semana mais tarde, chegaram a dois milhões. Cinemas dos Estados Unidos, do Reino Unido e da Europa encomendaram mais de 1700 cópias do longa-metragem, que mesmo antes de ser lançado já estava dando lucro. O grupo participou de duas grandes estreias para promovê-lo: uma em 6 de julho, em Londres, na presença da princesa Margaret e de lorde Snowdon, e outra em 10 de julho, em Liverpool. Em ambas as ocasiões eles foram muito bem recebidos pelo público, sobretudo em Liverpool onde 200 mil moradores foram saudá-los no aeroporoto local. O LP da trilha sonora de *A Hard Day's Night* foi lançado no mês seguinte.

*A Hard Day's Night* trouxe em si alguns dos elementos que iriam ser a essência do videoclipe<sup>11</sup> – os números musicais pontuando a narrativa, a dinâmica acelerada das imagens, entre outros componentes desse gênero audiovisual. Segundo o blogueiro de cultura pop Marcelo Lopes Vireira<sup>12</sup> (2013), “os Beatles foram pioneiros até neste sentido, já que foram

---

<sup>11</sup> Fonte: <http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/culturaclipec/2008/05/24/os-beatles-em-68/>. Acesso em: 22/2/2016.

<sup>12</sup> Fonte: <https://gavetadebagunca.wordpress.com/2013/02/14/qual-foi-o-primeiro-videoclipe-da-historia-da-musica/>. Acesso em: 22/2/2016.

responsáveis, na década de 60, por levar suas músicas para o cinema. Mas as produções contextualizavam suas canções como se o filme fosse um videoclipe para todo um disco. Os quatro rapazes de Liverpool estavam cansados dos gritos histéricos das plateias e começaram a se apresentar nos programas de televisão através de gravações”.

Marcelo (2013) acrescenta: “Se procurarmos um pai para os videoclipes como os conhecemos hoje, o DNA seria positivo para Richard Lester. O produtor foi que deu um tratamento surreal às imagens que rodavam junto às canções dos Fab Four em filmes como *Hard Day's Night* de 1964 e *Help!* de 1965”. Até então os Beatles lançavam suas músicas na televisão com gravações de trechos de shows. Mas, em 1966, os Beatles lançaram *Strawberry Fields Forever*, tido como o primeiro clipe da banda que dá um passo além do registro da performance musical. Em 1968, a banda lança três videoclipes: *Lady Madonna*, *Hey Jude* e *Revolution*.

Dirigido também por Richard Lester, *Help!*, o segundo filme dos Beatles, é uma aventura surreal. Na trama, a banda é perseguida por membros de um culto indiano que querem o anel que Ringo está usando. Inicialmente intitulado como *Eight Arms to Hold You*, o longa foi filmado em Londres, nas Bahamas e nos Alpes Suíços, tendo um custo duas vezes maior que o do filme anterior, por ter sido produzido em cores e também pelas locações exóticas (BERTOLDI; 2009). A produção não teve tanta aceitação da crítica como *A Hard Days Night*, mas fez sucesso com o público, que poderia acompanhar o roteiro desta produção cinematográfica também em livro e ouvir a trilha sonora lançada em LP.

Também em 1965 a rede de televisão norte-americana ABC começou a transmitir a série animada *The Beatles*. Na visão de Hewitt (2014, p. 193), o desenho era “artisticamente um desastre. Com visual barato, destituído de qualquer boa trama e com um elenco de dubladores cuja ideia de sotaque de Beatles era falar com a própria voz, a série teve enorme popularidade nos Estados Unidos. Mas isso não era surpresa: o nome da banda estava nela. Como não venderia?”. No contrato da série, ficou acertado que se o desenho fosse um sucesso, poderia ter um longa-metragem. Por conta disso, foi produzido ao longo de 1966 e lançado em 1967 o filme *Yellow Submarine*, que foi um verdadeiro sucesso de público e crítica.

Ainda em 1965, ano em que os Beatles foram condecorados pela Rainha Elizabeth Membros do Império Britânico (MBE), foi exibido um especial na TV Granada, de Manchester, chamado *A Música de Lennon e McCartney*. A atração, exibida no dia 17 de dezembro, foi apresentada pela dupla de compositores. O especial trouxe outros artistas

escolhidos por Paul e John para interpretar grandes sucessos que tinham escrito. Na visão de Hewitt (2014, p. 113) “O programa ressaltou a versatilidade da composição de Lennon e McCartney – *She Loves You*, *A Hard Day’s Night* e *We Can Work It Out* representando a habilidade de criar canções altamente contagiantes, e *Yesterday*, em especial, exibindo um lado mais maduro e profundo.”

Após essa análise detalhada das produções audiovisuais dos Beatles, considerando o seu alcance, através do cinema e principalmente da televisão, é possível inferir que elas foram peças fundamentais na difusão da Beatlemania. A veiculação da imagem da banda em entrevistas, programas especiais, transmissões de shows, clipes e filmes contrubuiram muito para que o fenômeno de adoração à banda se espalhasse, se intensificasse e se consolidasse por vários países e na História do entretenimento mundial.

#### 4.2 - Depois da Beatlemania

Com os álbuns *Rubber Soul*, lançado em dezembro de 1965, *Revolver*, em abril de 1966, e com o fim das turnês, em agosto de 1966, os Beatles já tinham deixado claro que estavam buscando algo novo. Foi nessa nova fase que John, Paul, George e Ringo resolveram investir mais em si mesmos. “Estavam havia dez anos, de 1956 a 1966, não apenas vivendo em comunidade, mas também vivendo a mesma vida juntos. Ainda eram grandes amigos e ainda iam gravar discos juntos, mas, como indivíduos, sentiam que era hora de procurarem identidades individuais” (DAVIES; 2015, p. 369). George foi o primeiro a procurar seu próprio caminho. No mês depois que a turnê acabou, em setembro de 1966, ele foi para a Índia com sua esposa. Pela primeira vez, havia encontrado um interesse sério que não era partilhado pelos outros.

Nessa época, John estava envolvido com seu papel no filme *How I Won the War* [*Como ganhei a guerra*] que, assim como *A Hard Days Night* e *Help!*, era dirigido por Richard Lester. A temática da guerra estava cada vez ficando mais pungente na cabeça de John, mas ele rapidamente se desinteressou por atuar. Ringo, o mais caseiro de todos os Beatles, começou a expandir sua família e sua casa. Paul era o único, de acordo com Davies (2015), que ficou perdido. Ele chegou a fazer algumas pinturas e se envolver com religião, mas não foi o suficiente. Compôs uma música para o filme *The Family Way* (em português: *Lua de mel ao meio-dia*), para ver se gostava de escrever

trilha para cinema, mas isso não lhe agradou. Depois, ele fez uma longa viagem pela África.

Enquanto os outros estavam se desinteressando por seus novos *hobbies*, a paixão de George pela Índia cresceu e foi aí, segundo Davies (2015), que as drogas efetivamente entraram na sua vida. “Através das drogas, eles se encontraram por si mesmos. Eles haviam tomado pílulas estimulantes, de intensidades variadas, desde seus dias em Hamburgo. Ocasionalmente, fumavam maconha, assim como outras pessoas tomam bebida alcoólica. Nenhum deles bebe, além de uma taça de vinho junto com as refeições de vez em quando” (DAVIES, 2014; 370).

George e John foram introduzidos ao LSD através de um amigo dentista, em 1965. A dietilamida do ácido lisérgico (LSD) é uma droga alucinógena muito potente. “Sob o efeito do LSD, o usuário passa por mudanças na percepção auditiva e visual, principalmente. São relatadas distorções e fusões nos sentidos, sensação de estar muito acordado, com sentimentos mais vívidos e uma tendência à visualização dos fatos sob uma esfera metafísica” (SALVADOR; 2014, 39). Em pouco tempo, Paul e Ringo também se tornaram usuários, o que na visão de Davies (2014), não atrapalhou a produção musical da banda, especialmente porque agora todos tinham voltado a compartilhar um interesse em comum além da música.

Começaram então a se envolver no seu projeto mais ousado até então: o *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band*. O álbum, que foi lançado em junho de 1967, demorou 129 dias para ficar pronto. George, a essa altura, estava imerso na música indiana, o que transparece no *Sergeant Pepper* com o uso do instrumento musical sitar, e na religião deste país. Ele e sua esposa foram os primeiros a conhecer o líder espiritual Maharishi. Para Davies (2015) Maharishi não trouxe em primeira mão informações religiosas para os Beatles.

Já eram muito bem informados, muito antes de o Maharishi surgir. Ele não os converteu, nem se aproximou deles para encaminhá-los para uma certa direção, ou sequer lhes disse muito mais do que eles já sabiam. Ele apareceu por acaso em suas vidas no exato momento em que eles estavam à sua procura. (DAVIES; 2015, p. 372).

Ainda de acordo com o autor, todas essas tentativas espirituais afastaram os Beatles das drogas e não os impediram de fazer seu trabalho normal de banda. E em 25 de julho

de 1967, eles participaram da primeira transmissão via satélite ao vivo do mundo<sup>13</sup>. Os Beatles não só foram convidados pela BBC para fazer parte desse momento histórico, como compuseram *All You Need Is Love* especialmente para essa apresentação, que foi assistida ao vivo por 150 milhões de pessoas. A canção foi gravada durante a apresentação, embora eles tivessem preparado antecipadamente as gravações e a mixagem antes da transmissão. A letra trazia uma mensagem de paz nos tempos da Guerra do Vietnã. O site da Billboard Brasil<sup>14</sup> detalha:

No início de 1967, os quatro garotos de Liverpool foram convidados pela emissora *BBC* para participarem do que seria a primeira apresentação global ao vivo na televisão. O programa *Our World*, com mais de duas horas, foi exibido no dia 25 de junho de 1967 e transmitido para 26 países. Os Beatles apresentaram *All You Need Is Love* num estúdio de Abbey Road e contaram com a presença de nomes como Mick Jagger, Eric Clapton e Keith Moon. As imagens daquela apresentação, aliada à atmosfera do “Verão do Amor” – muito fortalecida pelo hino –, marcaram o imaginário popular da época de maneira colossal. O curioso é que justamente pelo fato de ser apresentada em rede mundial, *All You Need Is Love* ganhou contornos de igualdade e de “abaixo as fronteiras”. Na época, a *BBC* deixou claro para os Beatles que a ocasião exigia uma música de fácil compreensão dos telespectadores, que seriam das mais variadas nacionalidades. [...] Foi com *All You Need Is Love* que John Lennon se tornou um verdadeiro baluarte do pacifismo e do amor livre.

É neste momento que os heróis de Liverpool conquistam a “recompensa”, nono estágio da Jornada do Herói descrita por Campbell (1992). Por terem sobrevivido à loucura da Beatlemania, trabalhado para se desenvolverem musical e individualmente e terem se unido em torno de objetivos em comum, o álbum *Sergeant Pepper’s Lonely Hearts Club Band* e o programa de TV *Our Word*, eles foram recompensados. Tanto o disco quanto a participação no show e a composição de *All You Need Is Love* foram grandes sucessos de público e crítica, mas sem a histeria cansativa da Beatlemania.

Mais tarde, em novembro de 1967, eles gravaram outro single, *Hello Goodbye*, e, em seguida, o *Magical Mystery Tour*, em dezembro. Trata-se de seu filme em cores de uma hora exclusivamente para a TV com filmagens e roteiro feitos pelos próprios Beatles. Foi durante as gravações do *Sergeant Pepper’s Lonely Hearts Club Band* que Paul teve a ideia inicial do projeto. A ideia era que entrariam num ônibus e apenas eles veriam o que

<sup>13</sup> Fonte: <http://www.metro1.com.br/dia-na-historia-a-primeira-transmissao-de-tv-via-satelite-do-mundo-em-1967-6-48614,noticia.html>. Acesso: 22/2/2016.

<sup>14</sup> Disponível em: <http://billboard.com.br/noticias/ha-47-anos-o-classico-all-you-need-is-love-dos-beatles-chegava-ao-topo-das-paradas/>. Acesso: 22/2/2016.



aconteceria. Seria mágico, pois poderiam fazer o que quisessem, e misterioso, já que ninguém saberia para onde eles estavam indo, nem o que iriam fazer.

Assim como na filmagem, Paul acompanhou todo trabalho de edição, que durou 11 semanas no total. Segundo Davies (2015), “eles ignoraram todas as regras e convenções para fazer esse filme. Apenas foram em frente, despreocupados com sua falta de conhecimento e experiência em cinema. Era um meio completamente novo para eles, mas, acima de tudo, pela primeira vez, eles estavam fazendo algo por conta própria, sem Brian Epstein gerenciando as coisas”. (DAVIES; 2015, p. 380). Os rapazes seguiam sem as orientações de Brian desde o final de agosto, quando o jovem empresário de 32 anos morreu. Os Beatles estavam em uma viagem na Índia quando receberam a notícia e voltaram imediatamente para o Reino Unido muito abalados.

Portanto, é em meio a essa grande explosão de criatividade gerada pelo *Magical Mystery Tour* e o cenário contracultural que eles chegam ao décimo estágio da jornada mítica descrita por Campbell (1992), o “caminho de volta”. Nesta etapa, os heróis se deparam com uma ameaça muito maior, que no caso dos Beatles foi a perda de Brian. Com a morte do empresário, a banda passa pelo desafio de ter que seguir sozinha, sem seu mentor. E eles seguem.

O filme *Magical Mystery Tour* foi ao ar na época do Natal de 1967, na Grã-Bretanha, na BBC, e foi visto na maioria dos países da Europa, América do Sul, Austrália e Japão. Segundo Hewitt (2014, p. 180) a escolha da data foi proposital porque “os Beatles queriam entrar de penetra na festa nacional e enfiar a contracultura dentro da casa das pessoas. A intenção era mexer com a mente delas, e, se possível promover uma transformação”. O longa-metragem surrealista e psicodélico foi exibido na noite de 26 de dezembro em preto e branco, já que a maioria das pessoas não tinha TV a cores, o que tornou o filme ainda mais confuso e menos atraente. De acordo com Davies (2015):

A falta de enredo e de direção experiente eram aparentes, e o filme foi violentamente criticado pela maioria dos críticos de TV britânicos. O *Daily Express* o chamou de “lixo flagrante” e “bobagem de mau gosto”. A publicidade prévia havia feito com que a maioria das pessoas esquecesse que se tratava de um filme experimental, e elas provavelmente criaram grandes expectativas. Foi a primeira vez que os Beatles foram criticados em cinco anos. A maioria dos críticos tirou proveito da situação. (DAVIES; 2015, p. 380).

Mesmo com as severas críticas, os Beatles se sentiram mais confiantes após uma primeira experiência para fazer outro filme. Interessante ressaltar que apesar de já terem saído da fase da Beatlemania, eles ainda tinham uma relação forte com a televisão. Visto que

foram convidados por um dos canais mais importantes da Inglaterra, a BBC, para participar do programa *Our Word* cantando na primeira transmissão mundial via satélite ao vivo. E que escolheram lançar seu filme exclusivo para TV na BBC. Marcados por esses momentos emblemáticos, os Beatles estavam quase encerrando o ano de 1967. Um ano que começou com eles individualmente à procura de algo e terminou com eles como um grupo mais uma vez, reunidos em torno de um interesse em comum, embora estivessem sem um empresário.

Depois da morte de Brian Epstein, houve uma reorganização na NEMS Enterprises e os Beatles decidiram criar seu próprio estúdio musical. A Apple, lançada em dezembro de 1967, foi muito mais do que apenas um estúdio, era uma organização, com várias subempresas, para transformar em realidade as ideias das pessoas. “Quer fosse um livro, um filme, uma canção ou até mesmo uma engenhoca, se o grupo gostasse daria dinheiro para o projeto ganhar vida. E não era só isso. A Apple não utilizaria a tradição comercial, mas estabeleceria um modelo alternativo às empresas capitalistas. Quem mais além dos Beatles teria a imaginação, o talento e, por fim, a coragem para executar tal plano? Registra-se aqui mais uma estreia. Tratava-se do sonho *hippie* se tornando realidade”. (HEWITT; 2014, p. 186).

O movimento *hippie* ainda não estava em seu auge nessa época, mas seus preceitos já estavam bem difundidos. A valorização da comunidade e a crítica ao consumismo estavam nas bases da cultura *hippie*, que chocou o mundo com seu visual, que incluía batas e roupas floridas e cabelos compridos. Apesar de criticarem o capitalismo norte-americano, os *hippies* não apoiavam o autoritarismo do bloco socialista e censuravam a Guerra do Vietnã (1959-1975). Todos os seus protestos deveriam ser de forma pacífica, com o *Flower Power* por exemplo.

O apogeu do movimento *hippie* foi em 1969, no Festival de Woodstock, realizado numa fazenda de Nova Iorque, nos EUA. Marco da celebração de protesto, o evento tornou-se símbolo de uma nova atmosfera cultural que virou global a partir dos anos 1960. Sexo, drogas e *rock and roll* eram as palavras de ordem diante da situação opressiva na qual a juventude há muito vinha vivendo. As drogas também faziam parte da frente *psicodélica* do movimento, que pregava a liberdade acima de tudo.

Segundo Bertoldi (2009), durante muito tempo, a contracultura difundida pelos Beatles foi acusada pelo *establishment* de fazer a lavagem cerebral nos jovens. A Igreja com certeza não via os Beatles com bons olhos desde a declaração de John Lennon, em março de

1966, de que a banda era mais popular que Jesus Cristo. De acordo com os críticos, a mídia, em especial a televisão e o cinema, ajudou a promover ainda mais a situação pondo à disposição dos jovens da época filmes cujas imagens reforçavam as convicções contraculturais e incentivavam a entrada de novos adeptos da contracultura ao difundir seu estilo, sua moda e uma cultura alternativa rebelde. E Bertoldi (2009) acrescenta:

Não é de surpreender, ainda, que a ascensão da contracultura tenha alarmado membros do governo, autoridades eclesiásticas, líderes executivos e outros defensores do sistema, que inclusive chegaram a afirmar o envolvimento dos Beatles em uma suposta rede de conspiração socialista, para incitar a revolução das massas e derrubar a civilização capitalista ocidental (BERTOLDI; 2014, p. 99).

Neste contexto de rupturas e mudanças, em que havia um impasse entre o *establishment* e a imagem impactante dos Beatles, que se tornaram grandes ícones da contracultura, havia milhares de jovens protestando contra as turbulências políticas ocorridas em várias nações do planeta. Essa onda de contestação culminou no famoso maio de 1968. Outras causas sociais também foram amplamente discutidas nesse período, especialmente os movimentos negro, homossexual e feminista. Bertoldi (2009) dá mais elementos desse cenário contracultural dos anos 1960:

Houve ainda a exaltação da liberdade e do amor. O surgimento dos movimentos místicos e do Hare Krishna, embalados em parte pela visualidade agressiva e psicodélica do *rock* e do *LSD*. A distância entre o masculino e o feminino foi encurtada. A educação, por sua vez, ficou mais relaxada, no sentido de que a juventude passou a ser mais crítica, contestadora, ao exigir soluções para os problemas que a rodeavam. O inconformismo e a busca incessante de uma identidade de geração se converteram em movimento de massas. Em meio a essa explosão da contracultura, lendas nasceram e rebeliões pareciam possíveis. [...] Novas filosofias e novos discursos de cunho social, cultural, político e ideológico eram concebidos com quase a mesma frequência que a moda da minissaia. (BERTOLDI; 2014, p.102).

Feita essa breve contextualização do movimento *hippie*, da psicodelia e da contracultura, é fácil perceber, através de muitos elementos imagéticos e sonoros, que os Beatles mergulharam de cabeça na contracultura após a fase da Beatlemania. Seu visual claramente acompanhou essa mudança. Deixaram de usar seus famosos ternos e gravatas para vestir batas indianas coloridas e estampadas. Os cabelos, que desde o começo da carreira já eram considerados escandalosamente grandes, ficaram ainda mais compridos e ocasionalmente pararam de se barbear. O mistissismo, a psicodelia e os instrumentos indianos eram agora parte das composições da banda. Isso sem contar a nova estética

presente nas capas dos álbuns e do próprio *Magical Mystery Tour* e o período em que usaram LSD.

Apesar de toda essa onda de rebeldia contra o sistema, as pessoas continuavam a amar os Beatles. Tanto que milhares de fãs se reuniram no dia 17 de julho de 1968 no cinema London Pavilion para saudar o grupo na estreia da animação *Yellow Submarine*. O roteiro do filme teve muitos redatores envolvidos e duzentos animadores de várias partes do planeta foram chamados para encarar o desafio. Nesta animação os Beatles foram retratados com roupas coloridas, de bigode e casaco listrado e combateram os Blue Munnies, que buscavam invadir a região feliz de Pepperland. A arte de *Yellow Submarine* foi muito elogiada e ficou marcada no imaginário social como um clássico. Hewitt (2014) comenta sobre a obra e a recepção do público:

No entender da maioria das pessoas, ele fez justamente isso [o diretor do filme criou uma arte de natureza duradoura]. As cores, o estilo e as mudanças criativas de cenas permitiam a *Yellow Submarine* trabalhar em outros níveis, estratégia artística sempre aprovada pela banda. *Yellow Submarine* pode ser visto como um filme infantil refinado, um conto de fadas clássico no qual o bem triunfa sobre o mal. Todavia, ele também funciona como um conto sobre os libertadores (o exército *underground* representado pelos Beatles) vencendo as forças sisudas do sistema. O visual incrível e o humor simpático o tornavam perfeito para as crianças e também para os maconheiros interessados em “fazer a cabeça” e deslizar rumo a Pepperland. (HEWITT; 2014, p. 195).

Paolo Hewitt (2014) também conta que o filme levou a banda a criar vários produtos com a marca do *Yellow Submarine*, tais como despertadores, miniaturas e brinquedos, e a lançar, em janeiro de 1969, o álbum homônimo, que entrou direto para os dez mais do top musical. Ainda em novembro de 1968, os Beatles lançaram o LP *The Beatles (The White Album)*, que é considerado um verdadeiro clássico do *rock* mundial. Esta foi, portanto, o décimo primeiro estágio da Jornada dos heróis de Liverpool: a “ressurreição” (CAMPBELL; 1992). Nesta etapa a banda se redime pelas suas falhas e conquista novamente o seu lugar na caminhada de se tornar um mito aclamado como herói.

No entanto, desde o começo das gravações, em maio, a desarmonia entre Lennon, McCartney, Starr e Harrison era cada vez mais clara. A falta de um empresário e mentor como Brian Epstein foi apenas um dos fatores que colaborou para o começo do fim de uma das bandas mais importantes de todos os tempos. Em 30 de janeiro de 1969, os Beatles se apresentaram ao vivo pela última vez no topo do prédio da Apple. Cenas do show, que durou 42 minutos, foram usadas posteriormente no documentário *Let It Be*, de 1970. Os quatro

fabulosos ainda gravaram mais um álbum em estúdio, Abbey Road, lançado em 26 de setembro de 1969 no Reino Unido, que também foi um sucesso de público e crítica.

Mas, após muitas discussões, idas e vindas dos membros, questões judiciais e interesses individuais diferentes, a banda terminou em 1970. Apesar do fim do grupo, os Beatles cumprem o último estágio da Jornada Mítica do Herói (CAMPBELL; 1992), o “retorno com o elixir”. Neste momento, John, Paul, George e Ringo ocupam definitivamente os seus espaços “no mundo especial” da fama como mitos no imaginário social. E ainda que cada um tenha percorrido uma nova jornada solitária depois do fim, é inegável que, mais de 40 anos depois, a banda The Beatles ainda é influente. Seu legado a deixou perpetuada no imaginário social para sempre.

#### **4.3 - Beatles, semiótica e legado**

Uma banda que produziu em oito anos, de 1963 a 1970, 13 álbuns elogiados pelo público e pela crítica, que ganhou oito *Grammy Awards* e que permaneceu 147 semanas com álbuns no primeiro lugar das paradas de sucesso com certeza deixou para a história da música algum legado. Mas os Beatles, apesar de todos esses dados impressionantes, fizeram muito mais do que apenas ser parte de história da música, eles foram parte da História Mundial enquanto porta-vozes de uma grande revolução cultural que ocorreu nos 1960.

Desde que assumiram o nome Beatles, em 1960, até a dissolução da banda, no final de 1970, Paul, John, George e Ringo experimentaram uma grande variedade de sons, de roupas e cortes de cabelo. Suas canções evoluíram das batidas simples do *skiffle* até as canções românticas do *beat* e depois para harmonias complexas, envolvendo orquestras, instrumentos indianos e distorções de guitarra durante a contracultura. Seu visual saiu de *teddy boys* roqueiros com topetes e jaquetas, passou durante a Beatlemania pelos terninhos e gravatas com cabelos no corte pajem até à moda *hippie* e psicodélica em que usaram batas, roupas coloridas e extravagantes.

Com uma capacidade enorme de se reinventar, a banda ditou as tendências de estilo, comportamento e arte em todo esse período. Suas músicas, a capa dos álbuns e suas produções audiovisuais, que incluem cinco filmes, influenciaram toda uma geração de artistas e inspiraram muitos que vieram anos e anos depois. Em todas essas fases, os Beatles mantiveram o seu protagonismo frente à juventude rebelde que questionava as velhas

estruturas de poder, que queria novidades e que pregava a liberdade e o amor. Por conta dessa identificação dos Beatles com os jovens, eles se tornaram símbolos da contracultura e conquistaram o seu espaço no imaginário social.

Para dar a exata dimensão do que isso significa, é preciso apresentar embasamentos teóricos do que é um símbolo e do que constitui o imaginário social. Em *Informação, Linguagem e Comunicação*, Décio Pignatari (1981) define a Semiótica sob a visão de Charles Peirce, o fundador da Teoria dos Signos. O signo pode ser definido como “algo que se refere a uma coisa maior do qual foi extraído” (PIGNATARI; 1981, p. 23), como a folha de uma árvore ou o chifre de um animal, por exemplos. Para Peirce (*apud* PIGNATARI; 1981), o signo também pode ser chamado de representame, uma vez que ele representa algo para alguém em certa medida

Segundo Pignatari (1981), é importante compreender a relação entre o desenho e o significado que se atribui a ele, pois é essa ligação que conflui para o signo adquirir um projeto significativo. Essa relação pode se estabelecer em três níveis: sintático (processo formal entre dois signos), semântico (processo ligado à denotação entre um signo e a coisa a qual ele se refere) e pragmático (processo ligado à conotação entre um signo e a pessoa que o interpreta). Considerando o aspecto semântico, o autor também classifica o signo em três níveis.

O signo pode ser um ícone quando ele é semelhante ou análogo ao objeto que se refere, como uma fotografia de um lugar ou uma estátua de alguém. Quando a relação entre o signo e o seu referente é direta, ele é chamado de index ou índice. O chão molhado, por exemplo, é um índice que choveu. Ou seja, o chão molhado indica que a chuva caiu, portanto ele é um resultado direto dessa ação. E por último, um signo pode ser um símbolo quando ele é convencionalizado e reconhecido por uma comunidade. Portanto, um símbolo sempre tem um significado fixo no imaginário social de quem o conhece e compreende.

Assim, os Beatles, através dos seus elementos visuais marcantes e indiciários da fase da Beatlemania, entraram para o imaginário da sociedade como símbolos da juventude dos anos 1960 e dos seus anseios. Uma das bandas mais influentes de seu tempo, eles ficaram conhecidos pelos terninhos sem lapela, as gravatas, o cabelo no corte pajem e as botas de bico fino. Esse visual foi difundido por meio de imagens, sobretudo na televisão, e ficou imortalizado como elemento simbólico da Beatlemania.

É preciso recordar que foram as transmissões televisionadas dos shows do London Palladium e do Royal Variety Show que tornaram os Beatles conhecidos por todo o

Reino Unido, assim como a participação no *Ed Sullivan Show* os tornaram famosos em todos os Estados Unidos. Nesse sentido, a TV teve uma importância fundamental em apresentá-los ao mundo e em difundir o fenômeno cultural da Beatlemania através de imagens que se perpetuaram no imaginário social.

A partir das obras a “Estrutura Antropológicas do Imaginário” e a “Imaginação Simbólica”, do antropólogo Gilbert Durand, Pitta (1995) discorre sobre a construção do Imaginário Social e afirma que o ser humano é o animal que, para além da funcionalidade dos seus atos, atribui significados às coisas e às ações. E complementa: “Assim é que aquilo que poderia parecer como absolutamente natural, é transformado pelas diversas culturas para adquirir significado. Altera-se a aparência do corpo com as mais diversas escarificações, com o corte dos cabelos, com os enfeites, a roupa... Enfim, nada para o ser humano é insignificante. E dar significado implica entrar no plano do simbólico.” (PITTA; 1995, p. 1). Deste modo, é coerente afirmar que por conta do grande impacto visual e comportamental que tiveram na sociedade dos anos 1960, os Beatles, necessariamente, estão presentes no campo simbólico de gerações.

A autora se aprofunda na explanação sobre campo simbólico e imaginação antes de definir Imaginário como “o conjunto de imagens e de relações de imagens que constitui o capital pensado do homo ‘sapiens’ - nos aparece como o grande denominador fundamental onde vêm se arrumar (ranger) todos os procedimentos do espírito humano” (PITTA; 1995, p. 3). Ao longo da explanação de Pitta (1995) fica claro que o ser humano usa símbolos para estabelecer um acordo entre ele mesmo e o mundo e que essa relação alimenta a sua imaginação e colabora para a construção de um imaginário. Vale lembrar que símbolos, de acordo com a Semiótica pierceana, são signos reconhecidos por uma comunidade, ou seja, seu significado é compartilhado no imaginário social de um conjunto de pessoas.

Pitta (1995) também reafirma a relação entre Imaginário e cultura, considerando as influências da história, das mitologias, da etnologia, da lingüística e das literaturas. Para Durand (*apud* PITTA; 1995), o imaginário se expressa por meio de símbolos e os sistemas simbólicos não são independentes, pois decorrem de uma visão de mundo específica, imaginária, que é a própria cultura. Portanto, cada imagem, seja ela mítica, literária, visual, se forma em torno de uma orientação fundamental que se compõe dos sentimentos próprios de uma cultura, assim como de toda a experiência individual e coletiva.

Próprios da cultura da massa dos anos 1960, os Beatles entraram no imaginário social coletivo com a imagem da época da Beatlemania. Nessa fase, falavam de amor de maneira romântica e tinham um visual *clean*, mas já demonstravam alguma rebeldia ao usarem cabelos compridos e darem sempre respostas afiadas à imprensa. A partir dos álbuns *Rubber Soul*, no final de 1965, e do *Revolver*, em meados de 1966, há uma virada. A rebeldia fica ainda mais aguçada, as influências psicodélicas e as harmonias mais complexas se apresentam em meio a distorções de guitarras e músicas mais longas. O visual acompanha as mudanças comportamentais e sonoras: barbas e cabelos crescem e as roupas se tornam mais coloridas e extravagantes. Inaugura-se então a fase contracultural, que consolidou a revolução que Lennon, McCartney, Harisson e Starr começaram na primeira metade da década de 1960.

Espelhados em seus heróis, os Beatles e outros artistas contraculturais, os jovens lutaram por ideais de igualdade e por reformas nas velhas instituições de poder. A política, desacreditada na Inglaterra desde o caso Profumo<sup>15</sup>, foi questionada em diversos países no famoso maio de 1968. A mídia e a Igreja também foram duramente criticadas pelo movimento *hippie*, que pregava a liberdade de expressão e o amor livre, incluindo a prática sexual antes do matrimônio. A tríade sexo, drogas e *rock and roll* era um verdadeiro mantra para juventude nesse período.

Por todos esses fatores, é possível afirmar que os Beatles deixaram muitos legados para o mundo. Musicalmente, foram mais de 450 canções gravadas<sup>16</sup>, 13 álbuns durante a fase ativa e mais 11 após o término da banda. Apesar de Starr e Harisson terem produzido algumas canções, as composições de Lennon e McCartney foram muito superiores em quantidade e caracterizaram verdadeiramente o som da banda. As letras e as melodias, que evoluíram através de cada fase, influenciaram permanentemente a música mundial.

No audiovisual, foram cinco filmes. *A Hard Days Night*, uma produção neorealista da fase da Beatlemania, foi grande influência para a linguagem do videoclipe como conhecemos hoje em dia. *Help!*, uma ficção, serviu para difundir ainda mais a Beatlemania. *Magical Mystery Tour*, um filme experimental e psicodélico, levou através da TV, mesmo que à

---

<sup>15</sup> John Profumo era Secretário de Estado da Guerra no governo conservador de Harold Macmillan. Ele se envolveu sexualmente com Christine Keeler, uma futura modelo de 19 anos de idade. Em março de 1963, Profumo negou qualquer envolvimento no caso, no Parlamento britânico, mas foi forçado a admitir a verdade algumas semanas mais tarde. Devido ao enorme escândalo político gerado na época, Profumo renunciou o cargo. As consequências do caso causaram sérios danos na confiança de Macmillan, que renunciou do cargo de primeiro-ministro, alegando problemas de saúde, em outubro 1963. O seu partido conservador ficou afectado pelo escândalo, o que poderia ter contribuído para a sua derrota para o Partido Trabalhista nas eleições gerais de 1964. Fonte: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/reuters/2006/03/10/ult729u54975.jhtm>. Acesso: 26/2/2016.

<sup>16</sup> Fonte: <http://www.letras.com.br/#!the-beatles>. Acesso: 26/2/2016.



contragosto, os valores da contracultura para os lares ingleses. *Yellow Submarine* é uma animação com várias camadas de significado que agradou a diferentes públicos e que trouxe novas tendências imagéticas. Por fim, os Beatles ainda produziram *Let It Be*, um documentário que registrou, em 1970, o processo criativo da banda em estúdio, o clima de tensão perto do fim e a clássica apresentação no telhado do prédio da Apple.

John, Paul, George e Ringo também foram muito influentes na moda. Na fase da Beatlemania, vestiam camisas alinhadas, ternos Pierre Cardin bem ajustados com gola de veludo nas cores azul-escuro, cinza-claro e cinza-escuro, inspirados muitas vezes na moda de Coco Chanel, com colarinhos pequenos emoldurando o rosto ou ainda ternos sem lapela abotoados com apenas três botões. Usavam também gravatas e botas de bico fino, além dos cabelos compridos escovados para frente e com franja ao estilo pajem. (BERTOLDI; 2009, p. 129). Esse visual foi massivamente copiado pelos jovens no começo dos anos 1960. Mais para o final da década, a banda também foi imitada pela juventude com as suas roupas indianas, com materias e cores extravagantes, estampadas e felpudas, assim como as barbas e cabelos compridos.

Por fim, é necessário também demarcar o espaço dos Beatles como a primeira banda a se tornar um fenômeno cultural global e a ter aberto as portas para outros grupos do Reino Unido fazerem sucesso fora das ilhas da Grã-Bretanha. Foi com a apresentação dos Beatles no *Ed Sullivan Show* que se inaugurou a chamada Invasão Britânica. Como a primeira banda inglesa a fazer sucesso nos EUA, os Beatles deixaram o caminho livre para os Rolling Stones, Gerry & Pacemakers, The Who, The Kinks e muitas outras brilharem na América e no Canadá.

Os Beatles, enquanto primeiro grande fenômeno mundial da música, perduram no imaginário social e continuam sendo sucesso de venda, público e crítica. Com cerca de um bilhão de discos vendidos, de 1963 até os dias de hoje, eles entraram para o Guinness Book como o disco que mais rápido sumiu das lojas em 2000, quando foi lançada a coletânea *1 (One)*. Mesmo depois de 30 anos do fim da banda, *1* atingiu o primeiro lugar nas paradas de sucesso na Inglaterra e nos Estados Unidos e vendeu no primeiro mês 13,5 milhões de cópias em todo o mundo – 3,6 milhões só no primeiro dia<sup>17</sup>. Alcançou o primeiro lugar em 35 países, ganhando pelo menos 100 discos de platina no mundo.

Outro grande exemplo de como os Beatles permanecem vivos no imaginário e no coração dos fãs aconteceu em 2009, quando venderam 700 mil discos novos remasterizados

---

<sup>17</sup> Fonte: <http://www.osgarotosdeliverpool.com.br/2012/11/os-beatles-em-numeros.html>. Acesso: 26/2/2016.

em menos de uma semana somente nos EUA<sup>18</sup>. Também em cerca de cinco meses, o jogo de video-game *The Beatles: Rock Band* vendeu um bilhão de cópias<sup>19</sup>. Tendo em vista todos esses aspectos, é inegável que os Beatles deixaram um grande legado para o mundo no comportamento, na moda, nas obras audiovisuais, no questionamento de velhas instituições de poder, no modo como abriram espaço para outras bandas britânicas fazerem sucesso fora do Reino Unido e nas questões em que se envolveram: o amor, a paz e a liberdade.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por todos os argumentos analisados ao longo do trabalho fica evidenciada uma forte relação entre a televisão e a Beatlemania. O fenômeno cultural de adoração aos Beatles só se tornou global graças aos meios de comunicação de massa. O rádio, o cinema, os jornais e as revistas tiveram grande responsabilidade ao lado da indústria fonográfica e dos shows em dissimular a Beatlemania, mas foi com a televisão que o fenômeno se tornou planetário.

Numa era pré-internet, como os anos 1960, a TV era o meio de comunicação que mais facilmente permitia um país receber imagens cotidianas do dia-a-dia de outro país. É evidente que a mídia impressa também veiculava fotos e ilustrações, mas a falta de dinâmica das imagens as tornavam menos atraentes que a televisão. Show após show, programa após

---

<sup>18</sup> Idem.

<sup>19</sup> Idem.

programa, a TV registrava a histeria dos jovens britânicos, americanos e de outras nacionalidades onde foram realizadas turnês correndo atrás do quarteto de Liverpool.

Pela força imagética desses registros, pela penetração e pela expansão desse veículo na década de 1960, a TV ocupou um espaço central na difusão e na consolidação da Beatlemania enquanto fenômeno cultural planetário e midiático. Foi esse frenesi pela banda, que durou pouco mais de três anos, que os colocou no lugar de porta-vozes de uma grande virada cultural. Os Beatles usaram a sua música e, principalmente, a sua imagem para questionar os padrões convencionais vigentes no cenário musical e na sociedade capitalista industrial, sobretudo na fase da contracultura.

Mas antes de enveredar pelo legado contracultural da banda, é importante notar que o fenômeno da Beatlemania surgiu pelo modo como os eles se comportavam perante a mídia e os fãs: apresentações enérgicas nos palcos, língua afiada em entrevistas e visual considerado sedutor pelas jovens. Também é válido destacar que a comunicação visual da banda entrou no imaginário social pela maneira como ela foi veiculada e transformada numa realidade espetacularizada. Essa realidade contagiou a sociedade e criou um mito.

Os Beatles eram verdadeiros modelos públicos de aparência, comportamento e estilo e ajudaram na construção da identidade da juventude dos anos 1960. E pelo processo de mundialização de culturas e valores através de imagens espetaculares, veiculadas em sua maioria pela televisão, os Beatles se tornaram modelos em escala global. Isso os configurou como verdadeiros produtos de exportação da Inglaterra, não apenas no setor cultural como também para o setor econômico durante o fenômeno da Beatlemania.

Perucas, chaveiros, lancheiras, porta-chaves, despertadores e toda sorte de produtos com a marca The Beatles foi comercializada ao longo dos anos 1960 para os fãs da banda. A imagem dos Beatles por si só fazia vender e a indústria cultural soube como aproveitar essa imagem para a sociedade de consumo. Fãs apaixonados, na época da Beatlemania, compravam objetos e se filiavam a fã-clubes para se sentirem mais próximos de seus heróis divinizados. A indústria da moda também foi grande aliada da indústria cultural na medida em que possibilitou a imitação em escala planetária do visual da banda.

Nesse sentido, os Beatles usaram e foram usados para alcançar a fama e conquistar o seu espaço no imaginário social como mitos de uma geração. Tanto a indústria cultural quanto as velhas instituições se valeram muito da imagem da banda, sobretudo a realeza britânica e a imprensa, na difusão de mensagens e valores ligados à juventude. Os quatro jovens de Liverpool foram condecorados pela Rainha como Membros do Império Britânico, como uma

maneira de aproximá-la dos jovens e reforçar o poder cultural da Inglaterra em um momento áureo da Beatlemania, por exemplo. Assim como a releza e o setor econômico, os meios de comunicação de massa também se beneficiaram com a banda. Jornais e entradas de cinema eram vendidas em larga escala, assim como a audiência da televisão e do rádio cresciam só de mencionar o nome The Beatles.

Mas John, Paul, George, Ringo também souberam usar essas sólidas instituições quando lhes foi conveniente, ainda mais sob a orientação astuciosa do empresário Brian Epstein. É importante sempre relembrar que foram pelos meios de comunicação de massa que os Beatles se tornaram conhecidos e a Beatlemania se espalhou contagiando o mundo inteiro. Foi a TV, aliada à publicidade, uma das principais responsáveis para que a banda se tornasse conhecida nos EUA. Talvez, se não fosse pelo forte impacto imagético da televisão e seu papel central na vida moderna dos anos 1960, a Beatlemania não tivesse se alastrado tão rápido nos Estados Unidos. Sem dúvida, o programa *The Ed Sullivan Show* representou um marco na carreira da banda.

Anos mais tarde, os quatro jovens de Liverpool deram outra demonstração brilhante do uso da mídia televisiva em seu próprio benefício. Quando escolheram a BBC para exibir o seu filme contracultural *Magical Mystery Tour* para todos os lares britânicos na época de Natal, os Beatles conseguiram usar a TV para questionar as instituições de poder, incluindo a própria TV. Ou seja, a contracultura se infiltrou no velho sistema graças aos ídolos construídos pelo próprio sistema.

A juventude questionadora, que já se identificava com a rebeldia proposta pelos cabelos compridos e falas afiadas da fase da Beatlemania, se identificou ainda mais com o visual e a atitude contracultural adotados pela banda na fase seguinte de sua carreira. Muitos jovens se apropriaram da imagem proposta pelo grupo e a usaram como um símbolo de suas causas. Assim, os Beatles, por meio da potência mágica da difusão de sua imagem, através da televisão, e pela força de suas músicas, foram divinizados e cultuados como verdadeiros heróis no imaginário social. E até hoje, em 2016, eles permanecem no imaginário como mitos não só da geração dos anos 1960, mas de todas as gerações que vieram depois.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. *A indústria cultural*. In: COHN, Gabriel (Org.) Comunicação e indústria cultural. São Paulo, Ed. Nacional, 1975.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica*. In: COSTA LIMA, Luiz (org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1982.

BERTOLDI, Maria Tereza Jorgens. *A Comunicação Visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural*. Tese de doutorado PUC - RS. Porto Alegre, 2009.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma História Social da Mídia: de Gutemberg à Internet*. 2 ed. Rio de Janeiro, 2006.

Billboard Brasil. <http://www.billboard.com.br/noticias/ha-47-anos-o-classico-all-you-need-is-love-dos-beatles-chegava-ao-topo-das-paradas/>. Acesso em: 13/10/2014.

CAMPBELL, Joseph. *O Herói de Mil Faces*. São Paulo. Cultrix, 1992.

DAVIES, Hunter. *The Beatles: a única biografia autorizada*. Rio de Janeiro. Best Seller. 2015.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Coletivo Periferia. 2003.

DURAND, Gilbert - *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. Rio de Janeiro. DIFEL. 1998.

HEWITT, Paolo. *Love Me Do: 50 momentos marcantes dos Beatles*. Campinas - SP. Editora Versus. 2014.

MARTINEZ, Monica. *Jornada do Herói - estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo*. São Paulo. Annablume/Fapesp. 2008.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Editora Cultrix, 1974.

Metro 1. “Dia na História: a primeira transmissão de TV via satélite do mundo, em 1967”. <http://www.metro1.com.br/dia-na-historia-a-primeira-transmissao-de-tv-via-satelite-do-mundo-em-1967-6-48614,noticia.html>. Acesso em 15/10/2014.

Our World 25 June 1967 first live international satellite. <https://www.youtube.com/watch?v=0H9IhSJ6ZjA>. Acesso em 15/10/2014.

PAULIN, Bruna do Amaral. *The Beatles Setting the Agenda: Considerações Sobre a Cobertura Jornalística da Beatlemania na Inglaterra*. Rio Grande do Sul, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2009.

PIGNATARI, Décio. *Informação Linguagem Comunicação*. Cultrix. 2º edição. São Paulo. 1981, p. 23 a 29.

PITTA, Danielle Perin Rocha. *Iniciação á teoria do imaginário de Gilbert Durand*. Recife.UFPE, 1995.

PEIRCE, C. Sanders. *Semiótica*. São Paulo. Perspectiva. 1977.

Revista Veja. Especial Beatlemania. <http://veja.abril.com.br/historia/beatles-beatlemania-1964/show-ed-sullivan-tv-conquista-america.shtml>. Acesso em 3/11/2015.

SPITZ, Bob. *The Beatles - A Biografia*. São Paulo. Larousse. 1º edição brasileira. 2007, p. 422 – 452.

SARMENTO, Luciana Villela de Moraes. *Ticket to Ride : as tensões entre consumo e contracultura nas letras de música dos Beatles*. Tese de Mestrado – Rio de Janeiro. PUC, Departamento de Comunicação Social, 2006.

The Beatles Interviews - The Beatles Ultimate Experience. *Beatles Interview: Juke Box Jury 12/7/1963*. <http://www.beatlesinterviews.org/db1963.1207.jukebox.jury.beatles.html>. Acesso em 3/11/2015.

The Beatles College. *Beatles na TV: Thank Your Lucky Stars*. <https://beatlescollege.wordpress.com/2011/07/08/beatles-na-tv-thank-your-lucky-stars/>. Acesso em: 11/2/2016.