

MARIA TEREZA JORGENS BERTOLDI

**A COMUNICAÇÃO VISUAL DOS BEATLES
COMO SEDUÇÃO NO IMAGINÁRIO SOCIAL E CULTURAL**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Beatriz Furtado Rahde

Porto Alegre,

2009.

MARIA TEREZA JORGENS BERTOLDI

**A COMUNICAÇÃO VISUAL DOS BEATLES COMO SEDUÇÃO
NO IMAGINÁRIO SOCIAL E CULTURAL**

Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em ____/____/2009

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Maria Beatriz Furtado Rahde

Prof (a) Examinador (a)

Porto Alegre,

2009.

À minha mãe, Profa. Nylza Osório Jorgens Bertoldi - Educadora Emérita do Estado do Rio Grande do Sul - pelo exemplo de fé, perseverança, retidão de caráter e apoio incondicional em toda a trajetória de minha vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Juremir Machado da Silva,
M.D. Coordenador do PPGCOM da PUCRS,
pelo estímulo e atenção dispensados.

À Profa. Dra. Maria Beatriz Furtado Rahde,
orientadora dedicada, o meu respeito e admiração.

Ao meu irmão João Marcos, um adolescente que tocava guitarra
e amava os Beatles, devo a influência por ter embarcado nesta viagem mágica e
misteriosa ao mundo da Beatlemania.

Nos anos futuros, quando nos voltarmos para esta época que hoje consideramos (a título de experiência) a era de McLuhan, veremos que os rostos de John, Paul, George e Ringo dominam o panorama como os rostos dos presidentes americanos esculpidos na face do Monte Rushmore. A partir de então ela ficará conhecida como a Era dos Beatles.

Frederico Grunfeld (1969, p.80).

RESUMO

Esta tese analisa ***a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural***, tomando como base o material iconográfico que compõe parte do registro visual já reunido até hoje sobre o conjunto. É através dele que se mostra como a imagem pública de uma banda surgida na década de 1960 do século XX, cuja história está imbricada com as origens e a evolução do *rock and roll*, foi capaz de revolucionar a indústria cultural e o imaginário de uma geração, bem como contradizer a sociedade da época nos seus diferentes aspectos: uso de drogas, cabelos compridos, gestos irreverentes, liberdade sexual, liberdade de pensamento, liberdade no agir, liberdade no vestir. O surgimento dos Beatles ocorre num momento de transição entre a modernidade e a pós-modernidade, também denominada contemporaneidade, quando sua permanência, como sedução no imaginário social e cultural se dá na forma de mito; é o caminho percorrido para estruturar esta pesquisa qualitativa, descritiva e interpretativa, que se leva a efeito através do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson (1995).

Palavras-chave: Beatles. Comunicação. Imagem. Modernidade. Pós-modernidade.

ABSTRACT

This thesis analyzes **the Beatles visual communication as a seduction in the social and cultural imaginary**, based on the iconographic material that is part of the visual registration on the groups gathered so far. It is through it that you show how the public image of a band that surged in the decade of 1960, in the XX century, whose history is imbricated with the origins and the evolution of *rock and roll*, was able to revolutionize the cultural history and the imaginary of a generation, as well as contradict the society of that time in its different aspects: the use of drugs, long hair, irreverent gestures, sexual freedom, the liberty of thought, of acts, and of what to wear. The surging of the Beatles occurs in a moment of transition between modernity and post-modernity, also called contemporaneity, when its permanence as a seduction in the social and cultural imaginary happens as a myth; it is the way chosen to structure this qualitative, descriptive and hermeneutic research, that comes effective by means of the methodological referential of John Thompson's *Hermenêutica de Profundidade* (1995).

Key-words: Beatles. Communication. Image. Modernity. Post-modernity

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Marlon Brando em The Wild One (1953).....	55
Figura 2: Marlon Brando em The Wild One (1953)	56
Figura 3: Marlon Brando em The Wild One (1953)	56
Figura 4: James Dean em Rebel Without a Cause (1955)	61
Figura 5: James Dean em Rebel Without a Cause (1955)	63
Figura 6: Bill Haley and His Comets.....	65
Figura 7: Elvis Presley	66
Figura 8: Elvis Presley.....	66
Figura 9: Elvis Presley em Jailhouse Rock.....	67
Figura 10: Elvis Presley.....	68
Figura 11: Elvis Presley.....	68
Figura 12: Elvis Presley.....	68
Figura 13: Elvis Presley.....	68
Figura 14: Elvis Presley.....	69
Figura 15: Elvis Presley.....	69
Figura 16: Elvis Presley.....	70
Figura 17: Elvis Presley.....	70
Figura 18: Os Beatles em Londres (The Beatles: John Lennon, Ringo Starr, Paul McCartney e George Harrison)	73
Figura 19: Chuck Berry.....	74
Figura 20: Carl Perkins.....	75
Figura 21: Buddy Holly.....	75
Figura 22: The Everly Brothers.....	76
Figura 23: Fats Domino	76
Figura 24: Jerry Lee Lewis	77
Figura 25: Little Richard	77
Figura 26: Eddie Cochran	78
Figura 27: Gene Vincent	78

Figura 28: Os Beatles em Hamburgo (Alemanha). George Harrison, John Lennon e Stuart Sutcliffe	135
Figura 29: Primeiro disco. My Bonnie Lies Over The Ocean	135
Figura 30: Capa do disco My Bonnie Lies Over The Ocean	136
Figura 31: Contracapa do disco My Bonnie Lies Over The Ocean	136
Figura 32: Journal Mersey Beat de Liverpool	137
Figura 33: The Beatles: Paul McCartney, John Lennon, Pete Best e George Harrison	138
Figura 34: Os Beatles em Hamburgo, Alemanha. Ano: 1960. Pete Best, George Harrison, John Lennon, Stuart Sutcliffe e Paul McCartney.....	139
Figura 35: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon e Pete Best	140
Figura 36: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon e Pete Best	141
Figura 37: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon, Stuart Sutcliffe e Pete Best	142
Figura 38: The Cavern Club. Entrada principal	143
Figura 39: Parede externa do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra	144
Figura 40: Parte interna do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra	144
Figura 41: Parte interna do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra	145
Figura 42: The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra	145
Figura 43: The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra	146
Figura 44: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra	146
Figura 45: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra	147
Figura 46: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra	147
Figura 47: The Jacaranda. Liverpool / Inglaterra	148
Figura 48: Indra Club. Hamburgo/ Alemanha	149
Figura 49: Kaiserkeller. Hamburgo/ Alemanha	150
Figura 50: Top Ten Club. Hamburgo/ Alemanha	151
Figura 51: Star Club. Hamburgo/ Alemanha	152
Figura 52: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha	153

Figura 53: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha	154
Figura 54: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.....	154
Figura 55: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.....	155
Figura 56: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.....	155
Figura 57: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha	156
Figura 58: George, Paul e John. Liverpool/Inglaterra	157
Figura 59: Pete Best. Beatle de 1960 a junho de 1962	157
Figura 60: Stuart Sutcliffe. Morto em 10 de abril de 1962	158
Figura 61: Stuart Sutcliffe e Astrid Kirchherr	158
Figura 62: As guitarras Hofner dos Beatles	159
Figura 63: The Beatles. Primeira foto promocional a pedido de Brian Epstein.....	160
Figura 64: The Beatles. Please Please Me	161
Figura 65: The Beatles. Please Please Me. Parlophone / EMI	162
Figura 66: The Beatles em Londres	163
Figura 67: The Beatles em Londres	163
Figura 68: The Beatles em Londres	164
Figura 69: The Beatles em Londres	164
Figura 70: The Beatles em Londres	165
Figura 71: The Beatles nos Estados Unidos da América	165
Figura 72: The Beatles nos Estados Unidos da América	166
Figura 73: The Beatles em Washington	167
Figura 74: The Beatles em Londres	167
Figura 75: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show TV	167
Figura 76: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show TV	168
Figura 77: The Beatles em Londres	168
Figura 78: The Beatles em Londres	169
Figura 79: The Beatles em Londres	169
Figura 80: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show. Fev. 1964	170
Figura 81: The Beatles	170
Figura 82: Boné Ringo em A Hard Day's Night	171
Figura 83: Paletó Beatle	171

Figura 84: Paletó Beatle	171
Figura 85: Paletó Beatle	171
Figura 86: Paletó Beatle	172
Figura 87: Boots Beatles.....	172
Figura 88: Boots Beatles.....	172
Figura 89: Bateria Beatles.....	173
Figura 90: Amplificador e guitarra Beatles	173
Figura 91: Meet The Beatles	174
Figura 92: The Beatles. A Hard Day's Night	175
Figura 93: The Beatles. A Hard Day's Night	176
Figura 94: The Beatles. A Hard Day's Night	176
Figura 95: Beatlemania: 1963 / 1964	177
Figura 96: Beatlemania: 1963 / 1964	177
Figura 97: Beatlemania: 1964. Washington DC	178
Figura 98: Os Beatles e a imprensa: 1964. Washington DC	178
Figura 99: The Beatles. A Hard Day's Night	179
Figura 100: The Beatles. A Hard Day's Night	180
Figura 101: The Beatles. A Hard Day's Night	181
Figura 102: Beatles For Sale	182
Figura 103: Moe (Moe Howard)	182
Figura 104: Os Três Patetas. Moe (Moe Howard), Larry (Larry Fine) e Curly Joe DeRita (nascido Joseph Wardell)	183
Figura 105: Paul McCartney, Ringo Starr, George Harrison e John Lennon.....	183
Figura 106: Os Beatles em Help. Alpes Suíços	184
Figura 107: Os Beatles em Help. Alpes Suíços	185
Figura 108: Os Beatles em Help. Alpes Suíços	185
Figura 109: Os Beatles em Help. Alpes Suíços	186
Figura 110: Os Beatles em Help. Londres / Inglaterra	186
Figura 111: Help em livro. Aqui está o roteiro do filme	187
Figura 112: Capa do álbum Help	188
Figura 113: Os Beatles na ocasião do BEM	189
Figura 114: Os Beatles no Palácio de Buckingham em 1965	189

Figura 115: Os Beatles ironizam veteranos de guerra pela imprensa	190
Figura 116: Daily Mirror e a notícia sobre o MBE dos Beatles	190
Figura 117: A Princesa Margareth cumprimenta os Beatles na ocasião	191
Figura 118: Os Beatles exibem suas medalhas para os fãs	191
Figura 119: A Scotland Yard no Palácio de Buckingham, em Londres	192
Figura 120: Os Beatles com o empresário Brian Epstein	192
Figura 121: The Beatles. Rubber Soul. 1965	193
Figura 122: Souvenir Beatles	197
Figura 123: Souvenir Beatles	197
Figura 124: Souvenir Beatles	197
Figura 125: Souvenir Beatles	197
Figura 126: Souvenir Beatles	197
Figura 127: Souvenir Beatles	199
Figura 128: Souvenir Beatles	199
Figura 129: Souvenir Beatles	199
Figura 130: Souvenir Beatles	199
Figura 131: Souvenir Beatles	199
Figura 132: Souvenir Beatles	200
Figura 133: Souvenir Beatles	200
Figura 134: Souvenir Beatles	200
Figura 135: Souvenir Beatles	200
Figura 136: Souvenir Beatles	201
Figura 137: Souvenir Beatles	201
Figura 138: Souvenir Beatles	201
Figura 139: Souvenir Beatles	201
Figura 140: Souvenir Beatles	201
Figura 141: Souvenir Beatles	201
Figura 142: Andy Warhol	222
Figura 143: Andy Warhol. Lata de Sopa Campbell's	223
Figura 144: Roy Lichtenstein	223
Figura 145: Disneylândia: hiper realidade e simulacro	224
Figura 146: Publicidade e a pós-modernidade	224
Figura 147: Arquitetura pós-moderna	225

Figura 148: Marilyn e Elvis: Ícones dos anos 1950	225
Figura 149: Pós-modernidade e intertextualidade	226
Figura 150: O exibicionismo de Madonna	226
Figura 151: A Op-Art	227
Figura 152: A Body Art	227
Figura 153: The Beatles. Revolver. 1966	234
Figura 154: Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band. 1967	237
Figura 155: Encarte interior de Sgt Pepper's. 1967	238
Figura 156: Encarte interior de Sgt Pepper's. 1967	238
Figura 157: Sgt Pepper's Lonely Hearts Club. 1967	239
Figura 158: Contracapa de Sgt Pepper's. 1967	240
Figura 159: Ringo Starr, John Lennon, Paul McCartney e George Harrison. 1967.....	241
Figura 160: Ringo, John, Paul e George em 1967	242
Figura 161: Paul, George, Ringo e John em 1967	242
Figura 162: Paul McCartney e George Harrison em 1967	243
Figura 163: Paul McCartney e George Harrison em 1967	243
Figura 164: George, John, Aspinall (agente de viagens), Paul e Ringo em 1967	244
Figura 165: John Lennon e George Harrison em 1967. All You Need Is Love	245
Figura 166: The Beatles em All You Need Is Love. 1967	245
Figura 167: Strawberry Fields. Liverpool. Inglaterra	246
Figura 168: A casa que John Lennon morou durante sua infância em Liverpool com sua Tia Mimi localizada na Menlove Avenue / Mendips, 151	247
Figura 169: Paul, Ringo, John e George em 1967. Strawberry Fields Forever	247
Figura 170: George, Paul, Ringo (ao fundo) e John. Strawberry Fields. 1967	248
Figura 171: George, Paul, Ringo e John em Strawberry Fields. 1967	248
Figura 172: Penny Lane. Liverpool / Inglaterra	249
Figura 173: Penny Lane. Liverpool / Inglaterra	250

Figura 174: Residência de Paul McCartney em Liverpool	250
Figura 175: Os Beatles visitam Penny Lane. 1967	251
Figura 176: Esta foto dos Beatles foi feita para a gravação da música Penny Lane em 1967	252
Figura 177: Os Beatles com Maharishi. 1967. Bangor/País de Gales	253
Figura 178: Os Beatles com Maharishi Mahesh Yogi. 1967. Bangor/País de Gales	255
Figura 179: Paul, George e John com Maharishi Yogi e demais seguidores do guru. 1967. Bangor/País de Gales	256
Figura 180: Aos 32 anos de idade morre Brian Epstein: empresário e descobridor dos Beatles em 1960	258
Figura 181: The Beatles. Magical Mystery Tour. 1967. Europa e Estados Unidos da América	258
Figura 182: Ônibus da excursão. Magical Mystery Tour	259
Figura 183: Magical Mystery Tour. 1967. Brasil	259
Figura 184: John Lennon e uma passageira do ônibus	260
Figura 185: Os Beatles tocam Blue Jay Way, de George	260
Figura 186: Os Beatles e integrantes do ônibus. Cornualha. Inglaterra	261
Figura 187: John Lennon em I'Am The Walrus	261
Figura 188: Os Beatles e o LSD	262
Figura 189: Os Beatles Hippies e o LSD	264
Figura 190: London Pavillion Theater / Piccadilly Circus. Inglaterra	264
Figura 191: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	264
Figura 192: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	266
Figura 193: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	266
Figura 194: John Lennon e os óculos redondos	267
Figura 195: The Beatles. Londres / Inglaterra. 1968	268
Figura 196: The Beatles. Londres / Inglaterra. 1968	269
Figura 197: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	269
Figura 198: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	270
Figura 199: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	270
Figura 200: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	271

Figura 201: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	271
Figura 202: The Beatles. Yellow Submarine. 1968	272
Figura 203: Apple Boutique. Londres / Inglaterra. 1968	274
Figura 204: Selo da Apple Corps Ltd. 1968	274
Figura 205: Álbum Branco. Apple. 1968	275
Figura 206: Álbum Branco. Parte interna. Apple. 1968	276
Figura 207: The Beatles. Let It Be. Apple. 1969	277
Figura 208: The Beatles. Abbey Road. Apple. 1969	278
Figura 209: The Beatles. Capa do LP Sgt. Pepper's. 1967.....	279
Figura 210: The Beatles. Capa do LP Sgt. Pepper's. 1967	279
Figura 211: Estúdio Abbey Road. The Beatles. Londres / Inglaterra	280
Figura 212: Selo Apple. The Beatles. 1969	281
Figura 213: The Beatles. 1969	281
Figura 214: The Beatles. Telhado da Apple. Juntos pela última vez. 1970.....	282
Figura 215: The Beatles. Eternos para sempre	283

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
A HERMENÊUTICA DE JOHN B. THOMPSON COMO INSTRUMENTAL METODOLÓGICO	20
1 A MÚSICA JOVEM PRÉ-BEATLES: IMAGEM, COMUNICAÇÃO E INFLUÊNCIA NAS TENDÊNCIAS QUE DEFINIRAM NOVOS PADRÕES DE COMPORTAMENTO A PARTIR DA DÉCADA DE 1960 DO SÉCULO XX	31
1.1 ROCK AND ROLL: AS ORIGENS MUSICAIS DO GÊNERO.....	32
1.2 ROCK AND ROLL: UMA ANÁLISE SOCIOHISTÓRICA	41
1.3 ROCK AND ROLL: A RUPTURA COM O PADRÃO	52
2 A IMAGEM DOS BEATLES ENTRE A MODERNIDADE E A PÓS- MODERNIDADE	89
2.1 DÉCADA DE 1960: UM OLHAR RETROSPECTIVO DAS IMAGENS MIDIÁTICAS QUE MARCARAM A ERA DOS BEATLES.....	94
2.2 MODERNIDADE: BREVE REVISÃO HISTÓRICA.....	104
2.3 A MODERNIDADE E O SURGIMENTO DOS BEATLES.....	116
2.3.1 <i>A IMAGEM DOS BEATLES NO PERÍODO: 1962-1965</i>	132
2.3.2 <i>A EXPLOSÃO DOS BEATLES E O SUCESSO DO GRUPO DIANTE DO ESPECTADOR</i>	194
2.4 O PERÍODO DE TRANSIÇÃO: DA IMAGEM DOS BEATLES NA MODERNIDADE À IMAGEM DA BANDA NA PÓS-MODERNIDADE.....	207
2.4.1 <i>PÓS-MODERNIDADE: BREVE REVISÃO HISTÓRICA</i>	208
2.4.2 <i>OS BEATLES E A PÓS-MODERNIDADE: UMA HISTÓRIA PARA NARRAR OUTRA HISTÓRIA. ASPECTOS DO NOVO VISUAL: 1966-1970</i>	231

3 A COMUNICAÇÃO VISUAL DOS BEATLES COMO SEDUÇÃO NO IMAGINÁRIO SOCIAL E CULTURAL	283
4 A PERMANÊNCIA DO MITO BEATLES DURANTE O SÉCULO XX E O CONTEMPORÂNEO VIVENCIADO	306
CONSIDERAÇÕES FINAIS	333
REFERÊNCIAS.....	338

INTRODUÇÃO

Quando, em abril de 1970, o mundo se deu conta de que os Beatles não mais existiam, e definitivamente, quando em dezembro de 1980 John Lennon foi assassinado, e o mundo se deu conta de que os Beatles nunca mais existiriam, aqueles quatro filhos da classe trabalhadora inglesa deixaram o terreno da indústria do entretenimento para fazer parte da história (Anthology, 1995).

Esta história começou há mais de quatro décadas, na Inglaterra, um dos países mais castigados pelas bombas da Segunda Guerra (1939-1945). Lá nasceram os quatro porta-vozes da grande virada cultural que o mundo inteiro reconheceria como a maior até aos dias de hoje.

Nativos de Liverpool - cidade industrial e alvo dos ataques aéreos nazistas – John Winston Lennon (09/10/40) James Paul McCartney (18/06/42), George Harrison (25/02/43) e Richard Starkey Junior (07/07/40) juntaram-se, ainda moleques, para formar THE BEATLES, a primeira banda de *rock* cuja história está vinculada com as origens e a evolução do *rock and roll*.

Sua música, mas principalmente a sua imagem, foi vista como um confronto aos padrões convencionais vigentes, produzindo uma revolução radical que dela passaram a utilizar-se como veículo de transformação, argumento e motivo de identidade. Os Beatles conseguiram isto e outras coisas, não tão profundas, porém intensas, sem abandonar seus sonhos.

Atingiram a riqueza e a idolatria de jovens inquietos de várias décadas e daqueles que só pensam como rebanho. Todavia nada disso faria esquecer de que eram quatro crianças na miséria do pós-guerra, que não queriam ver, nunca mais, crianças com o mesmo triste começo. A humanidade, como uma vasta mente, às vezes desvaria e cria suas próprias doenças. Foi uma dessas loucuras que apagou John Lennon. Mas o lado sadio dessa mente esquizofrênica o mantém vivo dentro de outros artistas os quais continuam andando pela trilha que os *quatro fabulosos* abriram.

Como todos aqueles que se apaixonam por uma causa, os Beatles expressaram e refletiram o espírito do seu tempo, uma época em que os jovens estavam sedentos por novidades, pois aquela revolução sonora inicial desencadeada por Elvis Presley e outros, em meados de 1950, nos Estados Unidos da América, já não encantava como antes. Ousados, irônicos e irreverentes, os *Quatro Cavaleiros do Apocalipse*, como a mídia os chamou, tornaram-se ícones da juventude num contexto em que a Inglaterra era moralista e ainda muito apegada às normas e tradições de seus castelos seculares.

Na curta trajetória de oito anos, os Beatles saltaram do *rock* ingênuo de *Love Me Do* (setembro de 1962) para canções revolucionárias como *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (junho de 1967) e *Get Back* (maio de 1970). Pouco tempo, em termos de história, mas foi uma época que incluiu uma variedade complexa de sentimentos para mostrar aos mais incrédulos que a velha ordem estava desmoronando e a nova desordem começava a conquistar as ruas das capitais via Londres.

Esta tese analisa a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural, tomando como base o material iconográfico que compõe parte do registro visual, já reunido, até hoje, sobre o conjunto. É através dele que vamos mostrar como a imagem pública de um grupo surgido na década de 1960 do século XX foi capaz de revolucionar a indústria cultural e o imaginário de uma geração, como contradizer a sociedade da época nos seus diferentes aspectos: uso de drogas, cabelos compridos, gestos irreverentes, liberdade sexual, liberdade de pensamento, liberdade no agir, liberdade no vestir. O surgimento dos Beatles ocorre num momento de transição entre a modernidade e a pós-modernidade, também denominada contemporaneidade, quando sua permanência como sedução no imaginário social e cultural se dá na forma de mito; é o caminho percorrido para estruturar esta pesquisa qualitativa, descritiva e interpretativa, que se leva a efeito através do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson (1995).

Com base nesses argumentos esta investigação emerge. Todavia, ela não pretende refletir apenas uma atividade de pesquisa acadêmica; pretende, antes de tudo, abrir um espaço para responder às indagações que, através da sedução e do mito, foram objetos de mudança e permanência dos Beatles no imaginário social e

cultural de uma época que iniciou na modernidade e adentrou na pós-modernidade com as mesmas características marcantes.

Diante desse contexto cultural, com o qual nos identificamos, buscamos desenvolver uma reflexão crítica da banda, trazendo à tona a imagem pública de quatro jovens ingleses que abalaram as estruturas estabelecidas, motivando adolescentes como eles a mudar radicalmente de atitude, além de terem sido responsáveis pela onda de consumo que varreu a indústria fonográfica e a indústria da moda. Com base nisso, justificamos o estudo em pauta.

Esta análise pessoal, feita a partir do enunciado de um problema central, está dividida em quatro capítulos. O primeiro deles se refere à fase pré-Beatles, anterior a 1960. Nele, faremos um comentário sucinto acerca das raízes e evolução do *rock and roll*, gênero musical que, em 1950, nos Estados Unidos da América, desencadeou a primeira revolução sonora da história da indústria fonográfica. Para tratarmos desse embasamento teórico, foi preciso resgatar os intérpretes, que além de se tornarem ídolos da juventude americana da época, influenciaram os Beatles no começo de sua trajetória artística, sobretudo na questão do visual: Elvis Presley, Bill Haley, entre outros.

O segundo capítulo vai abordar a imagem dos Beatles entre a modernidade e a pós-modernidade. Para tratar do assunto da melhor forma possível, dividimos o capítulo em duas etapas distintas: a primeira delas se refere à modernidade do grupo, período que vai de 1962 a 1965. Inicia contextualizando alguns episódios que marcaram a década de 1960 do século XX, a era dos Beatles, ou coincidiram com a explosão desse acontecimento midiático. Após essa breve incursão, revisaremos a modernidade com base em Teixeira Coelho (2001), Krishan Kumar (1997), Mike Featherstone (1995).

De posse desses dados, situaremos o nascimento da imagem pública dos Beatles na modernidade, ao mesmo tempo que vamos tratar da explosão do grupo que ocorre nesse período. Assim, nessa fase, buscamos mostrar como os Beatles estavam começando a revolucionar os costumes e a fazer do *rock* uma arte, ao se apresentarem em público vestindo botinhas de bico fino e terninhos de veludo sem lapela.

Na sequência discutiremos a pós-modernidade dos Beatles, etapa que começa em 1966 e termina em 1970. Aqui veremos que o novo visual adotado pelos quatro integrantes do grupo, nesse período de transição, já não corresponde à postura estudada como na primeira fase de sua carreira musical. As atitudes exibidas pelos Beatles desde então vêm favorecer a antissocialidade. Ligado a uma moda irreverente, aberta e extravagante, o comportamento antisocial do grupo serviu, não só para surpreender e chocar, como celebrar uma nova ordem moral dos valores aceitos ou dissimulados, sem se deixar dominar ou estigmatizar, refutando normas do agir e do fazer, já bem distante das restrições disciplinares da era moderna.

O terceiro capítulo vai analisar a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural, e o quarto capítulo versará sobre a permanência do mito Beatles durante o século XX e o contemporâneo vivenciado. Pretende-se dessa forma proceder a uma análise da imagem em que vem se sustentando.

Considerando-se que, para entender a revolução cultural do século XX, em relação às atitudes irreverentes projetadas pelos Beatles, impôs-se o estudo da trajetória histórica da banda inglesa para uma análise crítica à formulação do problema: ***a imagem dos Beatles continua seduzindo os jovens das gerações recentes. Uma reflexão sobre a comunicação visual do grupo e a contracultura por eles difundida, a partir da década de 1960, explicaria a influência por eles exercida e que permanece na sociedade contemporânea no que se refere à sedução, ao mito e ao imaginário?***

Como objetivo, esta tese pretende cumprir:

- Analisar a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural;

- Examinar como se deu o surgimento da imagem pública dos Beatles na modernidade e sua permanência como mito, durante o século XX e o contemporâneo vivenciado;

- Investigar as tendências que organizaram o pensamento de uma época e elucidar, no âmbito da cultura, da comunicação de massa, da modernidade e da pós-modernidade, do mito, da sedução e do imaginário, os aspectos determinantes que ajudaram a consolidar a imagem visual dos Beatles como músicos.

A HERMENÊUTICA DE JOHN B. THOMPSON COMO INSTRUMENTAL METODOLÓGICO

Este estudo se constitui numa pesquisa qualitativa, descritiva e interpretativa acerca da **comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**.

Desse modo, o caminho escolhido para estruturar metodologicamente esta análise foi a Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson (1995), cujo escopo é compreender e interpretar o significado das formas simbólicas. Estas, segundo o autor, se referem a “um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos”, em situações historicamente específicas e socialmente estruturadas (THOMPSON, 1995, p. 79).

A Hermenêutica é uma tradição de pensamento que nasceu dos debates literários da Grécia Clássica, tendo passado por inúmeras transformações desde a sua emergência, há dois milênios. A partir dessas modificações alguns filósofos hermeneutas dos séculos XIX e XX começaram a contribuir com estudos significativos para o desenvolvimento da Hermenêutica. Entre eles destacam-se Dilthey, Heidegger, Gadamer e Ricoeur. Entretanto, é a obra de Paul Ricoeur que obtém interesse particular no assunto por oferecer, não somente uma reflexão filosófica sobre o ser e a compreensão, mas também uma reflexão metodológica a respeito da natureza e tarefas da interpretação na pesquisa social.

Para Thompson (1995), a ideia de uma Hermenêutica de Profundidade, elaborada por Paul Ricoeur, entre outros, subentende que o processo de interpretação deva ser mediado por diferentes métodos explanatórios ou “objetivantes”, que se apoiam mutuamente no interior de uma teoria compreensiva interpretativa para formar um “único arco hermenêutico”.

Apropriando-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e interpretativa, o referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade proposto por Thompson (1995) compreende três fases distintas: a Análise Sociohistórica, a Análise Formal ou Discursiva Narrativa e a Interpretação/Reinterpretação. Cada uma dessas fases

oferece ao pesquisador outras possibilidades de análise ou interpretação, que devem ser utilizadas de acordo com o seu objeto de estudo, podendo ainda ser sistematizadas e estabelecer apoios recíprocos.

É justamente essa pluralidade de interpretações acerca do nosso objeto de investigação, que se estudará, isto é, ***a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural***, como uma forma simbólica em plena interação com seus intérpretes.

Assim, quando os analistas sociais procuram interpretar uma forma simbólica, eles estão procurando interpretar um objeto que pode ser ele mesmo uma interpretação, e já ter sido interpretado pelos sujeitos que constroem o campo-objeto, do qual a forma simbólica é parte (THOMPSON, 1995, p. 359).

Ao serem interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem, na sua vida cotidiana, as formas simbólicas devem passar por um processo interpretativo das opiniões e das crenças, que Thompson (1995) chama de interpretação da doxa.

Pressupondo que ***a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural*** deva ser analisada enquanto forma simbólica, partimos então para as três fases que, segundo Thompson (1995), compõem o referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade.

Segundo o autor, as experiências dos indivíduos sempre se dão num contexto histórico, no sentido de que algo só é construído a partir de experiências passadas. Por isso a Análise Sociohistórica, primeira fase descrita por Thompson (1995, p. 363) no enfoque da Hermenêutica de Profundidade, abrange uma análise cultural que pode ser explicada como “o estudo das formas simbólicas em relação aos contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e através dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas”. A Análise Sociohistórica constitui uma fase que tem por objetivo reconstruir as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas.

De acordo com Thompson (1995), existem quatro aspectos básicos dos contextos sociais que sugerem níveis diferentes de análise. Inicialmente, o autor se refere às *situações espaço-temporais*, em que as formas simbólicas são produzidas (faladas, narradas, inscritas) e recebidas (vistas, ouvidas, lidas) por pessoas que pertencem a um lugar específico, agindo e reagindo a tempos particulares e a locais especiais, fazendo com que a reconstrução desses ambientes seja uma parte relevante da Análise Sociohistórica.

Num segundo momento, Thompson (1995) descreve que as formas simbólicas estão situadas dentro de um *campo de interação*, o qual pode ser visto como um espaço de posição e um conjunto de trajetórias, que determinam algumas das relações entre pessoas e oportunidades acessíveis a elas. Num terceiro momento, o autor mostra que a Análise Sociohistórica está relacionada às *instituições sociais*, que funcionam como um conjunto relativamente estável de regras e recursos, estabelecendo as relações sociais.

Para Thompson (1995, p.367), “[...] analisar instituições sociais é reconstruir os conjuntos de regras, recursos e relações que as constituem, é traçar seu desenvolvimento através do tempo e examinar as práticas e atitudes das pessoas que agem a seu favor e dentro delas”.

O quarto e último momento da Análise Sociohistórica fala da *estrutura social*, que se refere às assimetrias e diferenças relativamente estáveis, que caracterizam as instituições sociais e os campos de interação, isto é, sua finalidade consiste em identificar as assimetrias, as diferenças e as divisões. Juntamente com a estrutura social, identificamos os *meios técnicos* de construção das mensagens e de transmissão, onde as formas simbólicas são intercambiadas entre pessoas, pressupondo algum meio de transmissão, como por exemplo, ondas moduladas, uma conversa face a face, ou ainda através dos meios de comunicação.

Do ponto de vista de Thompson (1995, p. 368), o meio técnico é “um substrato material, em que as formas simbólicas são produzidas e transmitidas, determinando certas características, certo grau de fixidez, certo grau de reprodutibilidade e certa possibilidade de participação para os sujeitos que empregam o meio”. O autor sublinha, ainda, que a Análise Sociohistórica dos meios técnicos de construção e de transmissão das mensagens não pode constituir-se apenas numa

investigação técnica, mas procura elucidar os contextos sociais mais amplos em que esses meios estão inseridos e empregados.

Em Thompson (1995, p. 369):

[...] a tarefa da primeira fase do enfoque da Hermenêutica de Profundidade é reconstituir as condições e contextos sócio-históricos da produção, circulação e recepção das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de Poder, recursos e oportunidades em virtude dos quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados.

A segunda fase do enfoque da Hermenêutica de Profundidade sublinhada por Thompson (1995) é a Análise Formal ou Discursiva Narrativa. Assim como a Análise Sociohistórica, a Análise Formal ou Discursiva Narrativa apresenta diferentes métodos de análise, para que o pesquisador possa utilizá-lo, de acordo com o seu objeto de estudo. A meta dessa fase é analisar os objetos e expressões que circulam nos campos sociais, os quais são, também, construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada.

Em Thompson (1995), as formas simbólicas são produtos contextualizados, que possuem capacidade e têm por objetivo dizer alguma coisa sobre algo. A Análise Formal ou Discursiva Narrativa está preocupada com a organização interna das formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações, servindo para a construção do campo-objeto.

O primeiro método descrito por Thompson (1995), no interior da Análise Formal ou Discursiva Narrativa, é a Análise Semiótica. De acordo com o autor, a Análise Semiótica ajuda a iluminar de que modo as formas simbólicas são construídas, podendo ainda colaborar na identificação dos elementos constitutivos e suas inter-relações, ou seja, como o sentido de uma determinada mensagem é construído e transmitido.

A “Semiótica” é para Thompson (1995) uma expressão bastante geral. Segundo ele, existem muitos autores que estudam Semiótica, abrindo-se aqui uma janela para Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, Umberto Eco. Para o autor, a Semiótica deve ser entendida como “o estudo das

relações entre os elementos que compõem a forma simbólica ou o signo, e das relações entre esses elementos e os do sistema mais amplo, do qual a forma simbólica, ou o signo, pode ser parte” (THOMPSON, 1995, p. 370).

A análise simbólica quase sempre implica uma abstração metodológica das condições sociohistóricas de produção e recepção das formas simbólicas. Ela verifica os aspectos estruturais internos, assim como os elementos constitutivos e as inter-relações, interligando-os aos sistemas e códigos dos quais as formas simbólicas fazem parte. Entretanto, Thompson (1995) fala que a Análise Semiótica é um enfoque parcial para o estudo das formas simbólicas, pois ela está interessada, em um primeiro momento, na constituição interna delas, com seus elementos distintos e suas inter-relações.

Em razão disso, muitas vezes ela supõe e não consegue observar de modo sistemático os contextos sociohistóricos em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas. Como nota Thompson (1995), essas limitações não descartam a sua utilidade, mas implicam que esse tipo de análise deve ser visto, não como um enfoque autosuficiente ao estudo das formas simbólicas, e sim, como um outro passo parcial de um procedimento interpretativo mais compreensivo.

Já a Análise da Conversação tem por objetivo estudar as instâncias da interação linguística nas situações concretas em que elas ocorrem, assim como a organização sequencial da conversação.

Para averiguar as características estruturais das expressões linguísticas e as relações de discurso, a Análise Sintática é relevante, pois ela está preocupada tanto com a sintaxe quanto com a gramática do dia-a-dia.

A Análise Narrativa nos permite fazer um estudo do discurso e do mito. Em Thompson (1995), a narrativa deve ser vista como um discurso que narra uma sequência de acontecimentos, conta uma história. Na maioria das vezes, a história contém uma constelação de personagens e uma sucessão de eventos, combinados em uma maneira que apresente o enredo. As personagens, por sua vez, podem ser reais ou imaginários, desde que suas características sejam definidas, segundo suas relações mútuas e seus papéis no desenvolvimento do enredo.

Para completar e enriquecer nosso estudo sobre **a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**, entendida neste

contexto como uma forma simbólica passível de estrutura narrativa, vamos utilizar a Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (1977). A Análise de Conteúdo para essa autora pode ser compreendida como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemático e descritivo do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 1977, p. 42).

Como a Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995), a Análise de Conteúdo descrita por Bardin (1977) oferece diferentes técnicas à aplicação do investigador, conforme o objeto de estudo. Essa análise é aberta, interdisciplinar. Permite a tradução das mensagens verbais e não-verbais.

Esse conjunto de técnicas surgiu nos Estados Unidos da América, como instrumento de análise das comunicações. A Análise de Conteúdo foi usada em diferentes épocas para a decodificação da linguagem. Um exemplo citado por Bardin (1977, p.14) é a Hermenêutica, “arte de interpretar os textos sagrados ou misteriosos, uma prática muito antiga”. A Análise de Conteúdo, mesmo tendo sua origem interpretativa, ligada à Hermenêutica, conserva, hoje, suas próprias técnicas de validação.

Em 1640, no século XVII, na Suécia, foi realizada uma Análise de Conteúdo prematura sobre os diferentes temas, valores e modalidades dos hinos religiosos. A meta era conhecer os efeitos desses 90 hinos sobre os Luteranos. Entre 1888 e 1892, o francês Bourbon estudou o Êxodo, parte da Bíblia, classificando por temas as palavras-chave. Já no século XX, entre 1908 e 1918, a Análise de Conteúdo, aparece em um estudo sociológico sobre a integração de imigrantes polacos na Europa e na América, conforme Bardin (1977).

A Análise de Conteúdo se desenvolveu, nos Estados Unidos da América, durante o século XX. O material investigado era jornalístico, tendo sua base na Escola de Jornalismo da Colúmbia. O pesquisador pioneiro nesse estudo foi Harold Lasswell, com trabalhos de análises de Imprensa e de Propaganda, desde 1915. A partir desse momento, se intensifica o vínculo da Análise de Conteúdo com a Comunicação de Massa. Começaram a surgir as novas tecnologias, a industrialização da Imprensa, apareceram o Rádio e a Televisão.

De acordo com Laurence Bardin (1977), o final das décadas de 1940 e 1950 é marcado, sobretudo, pelas análises elaboradas por Berelson e Lazarsfeld.

Berelson dá uma definição para a Análise de Conteúdo vinculando-se à Pesquisa Quantitativa do conteúdo da comunicação.

A união da Análise de Conteúdo com a Linguística, a Sociologia, a Psicanálise e a Ciência Política ampliou as possibilidades de estudos, através desse conjunto de técnicas. Dessa forma, a Análise de Conteúdo deixou de ser somente *quantitativa* e se tornou, também, *qualitativa*. A partir da década de 1950, a Análise de Conteúdo passa a ser vista, também, como um trabalho de Pesquisa Qualitativa.

Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Na análise qualitativa, é a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagens que é tomado em consideração (BARDIN, 1997, p. 21).

A Pesquisa Qualitativa é bem mais adequada aos estudos das Ciências Sociais, porque oportuniza a singularidade, o pormenor e o subjetivo. Ela abre possibilidade para a interdisciplinaridade e se relaciona, com facilidade, a diferentes epistemologias. Estabelece um diálogo com diferentes fundamentações teóricas. Proporciona liberdade de escolha ao investigador. Portanto, esta é a opção escolhida para analisar uma forma simbólica como ***a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural.***

De acordo com Bardin (1997), a Análise de Conteúdo apresenta três fases distintas. A primeira delas é a fase da *descrição*, a qual busca reproduzir o verbal (fala) e o não-verbal (gestos e expressões fisionômicas do emissor). A segunda etapa é chamada pela autora de *inferência*, isto é, a dedução ou conclusão lógica das formas simbólicas; a terceira fase é a da *interpretação*, cuja meta cifra-se em dar um significado as formas simbólicas.

A última fase da Análise Formal ou Discursiva Narrativa, sublinhada por Thompson (1995) no referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade, é a Análise Argumentativa, cujo objetivo é reconstruir e tornar explícitos os padrões de inferência que caracterizam o discurso, ou seja, a fala.

A terceira fase da Tríplice Análise inserida no referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade é a Interpretação/Reinterpretação, facilitada pelas

Análises Sociohistórica e Formal ou Discursiva Narrativa. A partir delas se pode construir uma interpretação das formas simbólicas. Conforme Thompson (1995, p.375), “a interpretação implica um movimento novo de pensamento, ela procede por síntese, por construção criativa de possíveis significados”.

O processo de interpretação está situado dentro do referencial da Hermenêutica de Profundidade. Ele pode ser mediado pelos métodos da Análise Sociohistórica e da Análise Formal ou Discursiva Narrativa. A interpretação vai além dos métodos compreendidos pelas Análises Sociohistórica e Formal ou Discursiva Narrativa. Ela transcende a contextualização das formas simbólicas, tratadas como construções que apresentam uma estrutura articulada.

A interpretação também é um processo de reinterpretação. Isso ocorre, porque as formas simbólicas representadas por meio da **comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**, que é o nosso objeto de interpretação, faz parte de um campo pré-interpretado, interpretadas pelos sujeitos que constituem o mundo sociohistórico e, de igual modo, possuem características estruturais internas.

O referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade apresentado por Thompson (1995) nos permite utilizar técnicas particulares de análise para formar um esquema intelectual, um movimento de pensamento que demonstra as características distintas das formas simbólicas, sem cair nas armadilhas gêmeas do internalismo ou no reducionismo.

A razão pela qual iremos utilizar a pesquisa qualitativa, descritiva e interpretativa se apoia no princípio de que estamos trabalhando com um objeto que não pode ser quantitativo. Para Minayo (2003), a pesquisa qualitativa, por exemplo, responde a questões particulares. Na área das Ciências Sociais, a pesquisa qualitativa se preocupa com um nível de realidade que não pode ser apenas quantitativo. Segundo a autora, isso se deve ao fato de ela trabalhar com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, correspondentes a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos, que podem ser reduzidos a operacionalizações de variáveis.

Desse modo, Minayo (2003, p. 22) observa que a “pesquisa qualitativa dá lugar à intuição, à exploração e ao subjetivismo”. A sua abordagem, diz ela,

aprofunda-se no mundo do significado das ações e das relações humanas, “um lado não-perceptível e não-captável em equações, médias e estatísticas”.

Minayo (2003) ainda destaca que a corrente positivista defensora da pesquisa quantitativa acredita que, para explicarmos a realidade social, devemos nos ater à objetividade. Em contraponto, a Sociologia Compreensiva defende o qualitativo, observando que a tarefa central das Ciências Sociais é a compreensão da realidade humana, vivida socialmente, levando, muitas vezes, os investigadores a uma confusão entre subjetivismo e a verdade científica, pois acabam se envolvendo emocionalmente com o seu campo de trabalho.

Levando em consideração os argumentos de Minayo (2003) e Bardin (1977), justificamos nosso interesse pela pesquisa qualitativa, no enfoque metodológico da Hermenêutica de Profundidade defendida por Thompson (1995).

O CAMINHO ATRAVÉS DE THOMPSON

Para analisar ***a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural***, nosso objeto de estudo, organizamos a pesquisa da seguinte forma: inicialmente, vamos aplicar as Análises Sociohistórica e Formal ou Discursiva Narrativa ao primeiro capítulo, que versará sobre as origens e evolução do *rock and roll*. Ao tratarmos desse embasamento teórico, desejamos resgatar os ídolos norte-americanos consagrados pela mídia na década de 1950 do século passado e cuja imagem influenciou os Beatles, no começo de sua carreira artística, seja na sua música, mas, principalmente, no seu visual.

Procederemos do mesmo modo no segundo capítulo, onde pretendemos abordar o surgimento dos Beatles numa época de transição entre a modernidade e a pós-modernidade. Antes, porém, faremos um breve panorama contextualizador de alguns fatos que marcaram a década de 1960 do século XX, momento em que a imagem pública dos Beatles emerge como acontecimento midiático mundial, desencadeando todo um movimento de contracultura que se refletirá no comportamento e no estilo de vida da juventude.

Este capítulo está dividido em duas etapas distintas: a primeira delas irá fazer uma leitura crítica da imagem dos Beatles na modernidade. Assim, nessa fase inicial, que abrange o período de 1962 a 1965, vamos procurar mostrar como os Beatles, através da imagem construída por eles na época, 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 abotoados até o alto, quase escondendo a gravata.

Na sequência discutiremos a segunda e última etapa do segundo capítulo, que compreende a era psicodélica dos Beatles. Ela vai de 1966 a 1970, momento em que os Beatles rompem com a modernidade para viver na contemporaneidade (ou pós-modernidade). Nesse estágio de transição, veremos que a nova visualidade estética adotada pela banda já não corresponde à postura estudada, quase ingênua, como na etapa anterior de sua trajetória musical. Ao invés disso, observaremos que a imagem dos Beatles no período passou a favorecer o ecletismo, a mistura de códigos, o deboche, a antissocialidade.

O terceiro capítulo irá analisar a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural. Finalmente, o quarto capítulo vai comentar a permanência do mito Beatles durante o século XX e o contemporâneo vivenciado. É sobretudo nesta etapa final da nossa tese, após termos concluído os três capítulos precedentes, que iremos empregar a Interpretação/Reinterpretação, terceira e última fase da Tríplice Análise inserida na Hermenêutica de Profundidade.

Nela, tentaremos explicar ou reinterpretar, como pretende a metodologia de Thompson (1995), por que a imagem pública dos Beatles, surgida num momento de transição entre a modernidade e a pós-modernidade foi responsável pela indústria cultural que revolucionou o século XX. Além de abalar as estruturas conservadoras, ainda vigentes na década de 1960, continuaram exercendo influência entre os jovens de gerações recentes, mesmo após quatro décadas de sua separação.

Ao mesmo tempo, vamos também buscar o entendimento do conteúdo emergente desta análise, buscando referencial de suporte na técnica de Análise de Conteúdo, de acordo com Bardin (1977). As palavras-chave que emergem de revisão teórica sobre indicativos de modernidade, agrupadas por categorias, serão analisadas

ao longo da pesquisa, procedendo-se, da mesma forma, com as palavras-chave que constituem a pós-modernidade, para que “a partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias” (BARDIN, 1977, p. 119).

A Análise de Conteúdo de Bardin (1977) vai ao encontro das referências de Thompson (1995, p.366), porque “o objetivo da Análise Sociohistórica é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas”. Sobre a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, Thompson considera que “os métodos da Análise Discursiva procedem através da *análise*, eles quebram, dividem, desconstroem, procuram desvelar os padrões e efeitos que constituem e que operam dentro de uma forma simbólica”. Dessa maneira, ainda referenciando Thompson, a Interpretação Reinterpretação “implica um movimento novo de pensamento, ela procede por síntese, por construção criativa de possíveis significados” (THOMPSON, 1995, p. 375).

Pretendemos, dessa forma, proceder a uma análise através da iconografia dos Beatles em que vem se sustentando. Salientamos, ainda, que essa metodologia não será desenvolvida num capítulo à parte. Ela irá permear cada capítulo deste estudo, por acharmos que tal procedimento é mais adequado ao tema.

1 A MÚSICA JOVEM PRÉ-BEATLES: IMAGEM, COMUNICAÇÃO E INFLUÊNCIA NAS TENDÊNCIAS QUE DEFINIRAM NOVOS PADRÕES DE COMPORTAMENTO A PARTIR DA DÉCADA DE 1960 DO SÉCULO XX

Antes de mais nada, quando falamos em música (*musiké téchne*, no grego)¹, seja ela oriunda do gênero popular ou erudito, é preciso levar em conta que essa manifestação artística de comunicação é uma forma simbólica, uma construção cultural significativa tal como as imagens, a moda, os gestos, as obras de arte e as expressões linguísticas de vários tipos. E, de acordo com Thompson (1995), as formas simbólicas, também denominadas pelo autor de construções significativas, “[...] não subsistem num vácuo, elas são produzidas, transmitidas e recebidas por um ou mais sujeitos em condições sociais e históricas específicas” (THOMPSON, 1995, p.366).

Não é novidade, para os estudiosos da comunicação, citando apenas um exemplo, que em nível mundial a história da música popular moderna sempre dedica um capítulo à parte ao *rock and roll* e seus principais intérpretes. Sua presença no contexto musical e social traduz-se num fenômeno ímpar e de proporções imensuráveis e infinitas. Falamos isso em relação aos fenômenos fabricados e efêmeros de nossos dias e sentimos saudades do tempo em que, para cantar, era preciso ter vez e, para tocar, era necessário o conhecimento profundo de pelo menos um instrumento musical.

Até onde sabemos, o surgimento do *rock and roll* é marcado por uma ruptura generalizada em relação à música que imperou antes dele. A mudança foi brusca, e logo apareceram os descontentes, que, já na ocasião, procuravam impedir a sua difusão na mídia, uma vez que o achavam “desagregador, sensual, negróide e irreverente” (MUGGIATI, 1983, p.37). Por trás desse fato haveria uma identificação da juventude norte-americana *a priori* com a minoria negra explorada pelas gerações de seus pais e avós. Através da música dessa minoria, alguns jovens inconformados dariam vazão à sua revolta. Mas, afinal, o que é *rock and roll*? Ritmo? Comportamento? Estilo? Rito?

¹ Ver: <http://pt.Wikipedia.org>. Acesso em: 12 jan. 2009.

Dentro dos limites deste estudo, é o gênero e/ou estilo musical que nasceu em meados da década de 1950 do século XX nos Estados Unidos da América, no meio de uma cultura juvenil marginalizada entre o proletariado e as gangues (MORIN, 1973). Derivou do *rhythm and blues* e do *country and western*, dois gêneros musicais que aglutinavam diferentes estilos populares de negros e caipiras já adaptados por setores independentes da indústria fonográfica norte-americana. 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.

Assim, o que este capítulo vai oferecer é um panorama contextualizador acerca das origens e evolução do *rock and roll*. Ao tratarmos desse embasamento teórico, vamos resgatar a imagem de alguns ícones do gênero e do cinema que, na época, se consagraram como ídolos da juventude norte-americana. Entre eles, Bill Haley and His Comets, Elvis Presley, Marlon Brando, James Dean. É uma contribuição preliminar, mas indispensável para entender o surgimento da banda inglesa The Beatles, sua imagem e sua contracultura na década de 1960 do mesmo século, assunto que será tratado no segundo capítulo desta tese.

1.1 ROCK AND ROLL: AS ORIGENS MUSICAIS DO GÊNERO

Até ao final do século XVIII e início do século XIX, a música norte-americana não teve grandes contribuições a dar ao contexto universal (CHASE, 1957), pois, a exemplo do Brasil, os Estados Unidos da América foram um país colônia. Durante muito tempo, as canções cultivadas por lá tinham sido assimiladas da cultura europeia, tanto em nível popular como erudito. No popular, elas se perpetuaram no folclore, herança milenar dos jograis e menestres². No erudito, foram menos expressivas ainda.

² Os jograis e menestres eram originários do povo inculturado. Cantavam e tocavam de maneira intuitiva, tais como muitos artistas popularescos que hoje podem ser observados

Ao final do século XIX, porém, diferentes povos vindos de diversas partes do mundo migraram para o Norte e Sul dos Estados Unidos da América em busca de trabalho. No seu pluralismo, o país é uma vasta arena onde se entrecrocavam várias culturas. Os peles-vermelhas, os primeiros colonos ingleses (Norte) e franceses (Sul), os espanhóis e hispano-americanos do golfo do México e dos antigos territórios mexicanos, os fugitivos das guerras religiosas da Europa, os escravos negros trazidos da África e outros imigrantes de todo canto da terra (CHASE, 1957), vão imprimir à América do Norte uma dinâmica social única na História da Civilização Ocidental. Tal como a dança, a música é um elemento relevante em todas essas culturas, e a troca de influências entre elas, no começo do século XX, será acelerada pela expansão dos meios de comunicação.

Eis que nesse cruzamento de influências culturais, duas correntes significativas - a música branca europeia e a música negra africana - irão se alimentar uma da outra, não para compor um idioma uniforme, convergente, como meio singular de comunicação, mas para determinar, através das tentativas de fusão entre épocas distintas, boa parte dos estilos musicais que ainda hoje compõem o diversificado panorama musical norte-americano e, em certa medida, a música jovem moderna de consumo das sociedades industrializadas: o *rock and roll*. Foi do amálgama do canto negro africano com a harmonia europeia branca que nasceu o *blues*.

Berendt (1975) afirma que o *blues* tem suas remotas origens nas *worksongs* e no *field holler*, duas formas de canto muito antigas, que os negros escravos do Sul dos Estados Unidos da América entoavam, enquanto lidavam nas propriedades rurais, nas lavouras de algodão e às margens do Rio Mississippi. Ainda segundo o autor, o *blues* também era usado pelos negros para marcar o ritmo firme e o compasso de trabalho na colheita. Enquanto isso acontecia, improvisavam longos cantos para manifestar o seu sofrimento e a sua angústia diante da discriminação racial e, por consequência, do regime de servidão escrava a que eles foram submetidos, desde a sua chegada em território norte-americano, na passagem do século XVIII para o século XIX, pela cultura branca dominante. Mas nem só de melancolia e desilusões vivia a raça negra, já que em outras ocasiões ela

em feiras e praças, geralmente mendigando, sem preparo formal. Ver Gilbert Chase. **Do salmo ao jazz**. A música dos Estados Unidos, 1957, p. 242.

servia-se do *blues* para comunicar eventos festivos, alegres, tais como casamentos e nascimentos (MUGGIATI, 1983).

O *blues rural*, por sua vez, pode ter surgido antes mesmo da Guerra Civil Americana (1861-1865), a partir das *worksongs* e de peças seculares de *gospel*. Resultou por assim dizer das experiências vividas ao longo do tempo por artistas que seguiam um ritmo muito individual de vida e de trabalho na zona rural dos Estados Unidos da América (MUGGIATI, 1983). Esse tipo de música fazia-se acompanhar por gaita-de-boca e violão, tendo a batida do pé do artista como marcador do compasso. Com relação à gaita-de-boca, o uso desta “[...] só se tornou popular porque o negro das plantações e o errante cantor de *blues rural* podiam carregá-la no bolso, permitindo, desse modo, o máximo de música num mínimo de espaço” (CHASE, 1957, p.417).

Com a crescente migração das populações negras do Sul dos Estados Unidos da América em direção às grandes cidades industrializadas do Norte, na primeira metade do século XX, o *blues* desenvolveu seus estilos urbanos. Seguindo no rastro das inovações tecnológicas, que tiveram boa aceitação no mercado de consumo depois da Segunda Grande Guerra (1939-1945), esse estilo de *blues* passou a adotar instrumentos musicais como a guitarra elétrica, além do piano. Vale ressaltar que os novos recursos elétricos ajudaram a ressuscitar muitos instrumentos musicais antigos, pobres e até primitivos, como foi o caso da gaita-de-boca. Em virtude disso, os cantores de *blues* puderam se fazer ouvir, sem precisar berrar, e ainda conseguiram explorar de modo eficaz as facilidades de tom e volume proporcionadas pela guitarra elétrica. Portanto, foi desta maneira que “[...] a eletrificação passou a fazer parte da indústria fonográfica e muitos instrumentos musicais tais como o órgão tocado nas igrejas, o piano, a flauta, o violino e o saxofone foram eletrificados” (DAUFOUY; SARTON, 1974, p. 21-28).

O *blues urbano*, como ficou conhecido nos guetos populares das cidades, pode então ser ouvido nos pianos de bares (dando origem ao *boogie*)³, nas casas de danças, nas tabernas e bordéis do Sul do país e nos acampamentos de marinheiros e outros trabalhadores do Sudoeste norte-americano.

³ Estilo de Blues, caracterizado pelo uso sincopado da mão esquerda ao piano. Foi muito popular entre os negros das décadas de 1930 e 1940 nos Estados Unidos da América, sendo tocado por eles mesmos. Ver Wikipédia, 2008.

Ainda que a música negra tenha exercido forte influência nas canções interpretadas por artistas brancos, durante o século XX, não podemos rejeitar a ideia de que o *blues* e outras formas populares de canto utilizadas pelos negros, para se comunicarem já vinham atraindo músicos de pele branca em canções, shows e entretenimento desde o século XIX. Segundo Frith,⁴

[...] as formas e estilos musicais afro-americanos têm influenciado a cultura popular do Ocidente muito antes do *rock and roll*, desde a *música de menestres*⁵. A música negra sempre foi central ao pop, e o *rock and roll*, ao usar ideias da música negra, utilizou-se dessa que já era, de forma diluída e deturpada, uma parte da corrente principal da cultura de massa (FRITH, 1981, p. 15).

Ao se interessar pelo universo sonoro da cultura negra, o músico pertencente à cultura branca, pobre e operária, pretendia extrair dali algumas curiosidades para satisfazer um público espectador também branco. Muitas dessas novidades eram trazidas dos chamados *shows de menestres*. A finalidade dos espetáculos de menestres era recriar a História segundo o ângulo negro: Adão e Eva negros, Colombo negro descobrindo a América, Hamlet negro, além de grandes montagens mostrando as vitórias de Napoleão ou mesmo a vida de um circo (CHASE, 1957).

Entretanto, convém ressaltar que, por trás dessas curiosidades culturais, havia interesses tão diversos como, por exemplo, a apropriação indevida de canções negras, por parte de músicos brancos. Constrangedora, essa situação levou ao que podemos chamar de “lei do copyright”. Segundo consta, a lei do copyright dava aos músicos o direito exclusivo de suas composições, além de lhes assegurar os benefícios delas, ou seja, a reprodução e transmissão de suas melodias por qualquer meio de comunicação de massa nos Estados Unidos da América (CORREA, 1989).

Em 1914, depois de aprovada a lei que obrigava o pagamento pelo uso indevido de canções alheias em shows e música ao vivo, muitos compositores,

⁴ Tradução livre da autora.

⁵ Gênero em evidência nos Estados Unidos, entre os anos de 1845 e 1900, em que os brancos pintavam o rosto de preto (*coon songs*, *plantation melodies* e os *cakewalks*) e representavam, cantavam e dançavam imitando os negros. Ver Gilbert Chase. **Do Salmo ao jazz**. A música dos Estados Unidos, 1957, p. 401.

alguns deles novos no mercado, criaram a Associação Americana de Compositores, Autores e Editores (ASCAP), para que fosse feito o recolhimento dos direitos autorais. Foi em momentos como este, em que a criação original da cultura negra era fielmente copiada ao pé da letra, ou então modificada por cantores da raça branca para ser vendida no mercado ao grande público consumidor, neste caso a classe média branca dominante, que surgiram as *covers* (coberturas). De acordo com Correa (1989), “[...] *cover* nada mais era do que a adaptação elaborada por cantores, na maior parte das vezes brancos, de músicas negras, com alterações nas letras, para que pudessem ser aceitas pelo grande público branco” (CORREA, 1989, p.45).

Ainda conforme o autor, Bill Haley foi um dos primeiros músicos a ter-se tornado uma das maiores estrelas do *rock and roll* na década de 1950 do século passado, por ter gravado com os seus Comets uma *cover* de *Shake, Rattle and Roll*, gravada anteriormente por um negro de nome Joe Turner, além de *Rock Around the Clock*, que era *cover* de uma gravação fracassada de outro negro, Sonny Dae. Esta última foi transformada em hino oficial do *rock and roll*, em 1955 (CORREA, 1989).

Por volta das décadas de 1920 e 1930 do século anterior, a indústria fonográfica descobre que existe um mercado consumidor de *blues* entre a minoria negra que havia se instalado nos principais polos industriais do Norte dos Estados Unidos da América. Surge, a partir desse período, uma grande indústria: a dos *race records* (discos raciais). Na realidade, os discos raciais (*race music*) começaram a aparecer após a Segunda Grande Guerra (1939-1945), quando, finalmente, o mercado de *blues* veio a ser totalmente explorado (MUGGIATI, 1983).

Descobertos pelas *indies* (pequenas gravadoras independentes), estes *race records* irão produzir, em 1950, mais dois mercados específicos: o *rhythm and blues* e o *country and western*. Conforme assinalam, o *rhythm and blues* nada mais era do que um *blues urbano* acompanhado por guitarras elétricas. Apareceu nos guetos negros de cidades norte-americanas tais como Chicago. Englobou vários estilos de música negra com ótima vendagem na indústria fonográfica (DAUFOUY; SARTON, 1974).

Já o *country and western* designava os artistas oriundos de estilos musicais pertencentes à cultura dos brancos pobres do Sul dos Estados Unidos da América. Autores como Friedlander (2002) relatam que o *country* surgiu como sendo

a música norte-americana que evoluiu do campo para cidades como Memphis e Nashville. Também recebeu o nome de *hillbilly*, cuja mistura com o *blues* dará origem ao *rockabilly*, o estilo de *rock and roll* predominante entre os artistas brancos.

O *western* ficou conhecido como o estilo musical feito pelos vaqueiros e desbravadores do Oeste norte-americano. Será a partir da junção dessas duas culturas musicais, do *rhythm and blues* negro com a música dos brancos rurais, chamada *country and western*, que, formando um gênero denominado *rock and roll*, irá subverter a juventude e os hábitos de consumo musical e, num sentido mais profundo, a própria cultura norte-americana da década de 1950 do século XX (FRIEDLANDER, 2002).

Um estilo vocal emocionado e de complexidade harmônica caracterizou, na passagem do século XIX para o século XX, outra raiz negra do *rock and roll*. O *gospel* (CORREA, 1989) surgiu como um tipo de canção praticada pelos negros evangélicos dentro de suas igrejas. Aglutinava num único estilo o tom vocal melancólico e suplicante de raízes africanas com uma harmonia de característica branca. Seu ritmo atenuado, misturado à presença de diálogos vocais cantados em solo, logo conquistou o mercado da música cantada por artistas brancos.

Mesmo partilhando um universo de religiosidade, o *gospel* continha fragmentos de rebeldia. Por meio de sua forma coletiva de canto, fazia insinuar a expressão mais feroz de protesto. Ou seja, aquela manifestação que tem a proteção de uma força superior, Deus, que não concorda nem com a escravidão, nem com o banimento. Mais tarde, o *gospel* acabou unindo brancos, negros e mestiços nesse protesto racial. A influência branca em relação às outras raças era maior devido ao conteúdo religioso (cristão) que há nesse tipo de música (CORREA, 1989).

Como o *gospel*, os *spirituals* também eram exercidos pela cultura do negro tanto em igrejas como em assembleias religiosas, podendo servir ainda de acompanhamento para trabalhos de diversas espécies. O impulso para a descoberta dos *spirituals* veio do Norte dos Estados Unidos da América, talvez durante a época da Guerra Civil Americana (1861-1865). Comparando-os ao *blues*, os *spirituals* costumavam ser cantados com liberdade, independência e individualidade, nas horas de trabalho, ao remar nos rios ou na lida dos campos (CHASE, 1957).

Além desses, mais dois estilos de música negra contribuíram para a formação básica do *rock and roll*. A *ballad* reunia a vocalização melancólica e suplicante de origem africana. Geralmente costumava ser cantada num ritmo atenuado e, vez ou outra, utilizava a harmonia da música branca. Segundo Correa (1989), outra característica marcante da *ballad* era a presença de diálogos vocais cantados. Um dos maiores sucessos desse estilo musical, destaca o autor, foi *Only You*, do grupo The Platters.

O *jazz* brotou de duas vertentes interessantes: o *blues*, a que já nos referimos, e o *ragtime*. O *ragtime* teve seu apogeu, por volta de 1897 até 1910. Foi marcante no Estado norte-americano do Missouri. Surgiu a partir do encontro musical de duas realidades distintas: a dos cabarés e botequins com a do teatro popular e da publicidade comercial, possibilitando com isso o advento do *ragtime* como forma legítima de música popular americana. “O advento do *ragtime* só foi possível depois que o negro teve oportunidade de exprimir-se na música fora do seu meio limitado, isto é, no palco e no mundo das diversões” (CHASE, 1957, p. 400).

Não é de admirar, pois, existirem elos que vinculem o *ragtime* a música dos *menestres*. Dois desses elos são as chamadas *plantation melodies* ou *coon songs*, cantadas em geral com acompanhamento de banjo. O tipo de dança conhecido pelo nome de *cakewalk*, foi se tornando popular somente a partir de 1880, como número especial dos chamados *shows de menestres*. De acordo com Chase (1957), as *troupes de menestres* eram formadas por brancos de rosto pintado, os quais, com maior ou menor fidelidade, imitavam aquilo que julgavam ser os traços típicos da música e da dança negras. Depois da Guerra Civil Americana (1861-1865), da emancipação dos escravos e da incorporação do negro a muitos setores da vida americana, em especial o das diversões, os próprios negros começaram a fazer parte dos *shows de menestres*.

Durante muito tempo, o *ragtime* pôde ser ouvido nos bares de cidades como Nova Orleans, não só pelas mãos de pianistas, mas por aquelas pianolas de rolo, na época do seu apogeu (1897-1910). Foi o *ragtime*, aliás, que abriu caminho para o *jazz*. Tal como o *ragtime*, o *jazz* também foi praticado em Nova Orleans, antes do final da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), mas ele só veio a ser conhecido na década de 1920, por meio de uma orquestra tocada por brancos, a *Original Dixieland Jazz Band* (ODJB), que nada mais fazia além de imitar a música

dos negros. Referindo-se ao surgimento do *jazz* nos Estados Unidos da América, Chase (1957) comentou:

O *jazz* resultou da oportunidade que teve o negro de obter e de usar à sua maneira os instrumentos manufaturados convencionais de origem europeia, a exemplo da trombeta ou cornetim, o clarinete, o trombone, o tambor e o bombo, assim como o piano, a guitarra e o contrabaixo (CHASE, 1957, p. 426).

Apesar do sucesso do *jazz* em 1920, os negros não eram admitidos nos salões e teatros frequentados por brancos, devido a sua condição social. Em virtude disso, o *jazz* passou a fazer parte da História da música norte-americana, por influência da *Original Dixieland Jazz Band*. Ao lançar os primeiros discos, cuja vendagem foi rápida, a *Original Dixieland Jazz Band* e outras *jazz-bands* de músicos brancos começam a difundir o *jazz* nos Estados Unidos da América, por volta de 1930, 1940, e o levam até à Europa. O rádio e a vitrola fazem o resto.

Os negros estão criando o que há de mais original, mas sua música, apesar de mais autêntica, continua circunscrita à sua própria comunidade de baixo poder aquisitivo. Enquanto isso, os brancos passam a consumir em volume cada vez maior o *jazz* na sua versão branca, o *dixieland* (CHASE, 1957, p. 431).

Antes do surgimento impactante do *rock and roll*, na década de 1950 do século XX, o consumo de música como meio de comunicação se distribuía segundo um esquema interessante. Grande parte da população urbana branca, considerada a classe média, consumia música clássica, de preferência do gênero ligeiro, ou ainda música popular do tipo canções românticas açucaradas ou canções mais rápidas no balanço diluído das orquestras brancas de *swing*.

Até então, os jovens nascidos antes da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945) não diferiam dos seus pais em matéria de gosto musical, com uma pequena diferença: a sua preferência era por uma música de dança, mais ligeira e mais ruidosa. Apenas uma minoria, a *intelligentsia*, prestigiava de modo elitista o *jazz* negro ao lado da música erudita, já que ela recusava como lixo qualquer tipo de música que pudesse ser do gênero popular.

Desde a década de 1920, o *swing* era tocado por orquestras de artistas negros. Esse tipo de música, junto com o *ragtime*, formava o princípio básico do *jazz* de Nova Orleans. A única diferença entre o *jazz* e o *swing*, porém, é que o *swing* adotava algumas técnicas ortodoxas de comunicação ligadas à música européia. Noutros termos, o *swing* servia-se de orquestrações escritas e de executantes instruídos, capazes de interpretar música. Na opinião de alguns, o *swing* pode ser definido como “*jazz aerodinâmico para a época mecanizada moderna*” (CHASE, 1957, p. 441).

Se essas canções tinham sido eufóricas, no clima otimista da década de 1920, ou melancólicas, na época da Grande Depressão (1929-1930), na década de 1950 elas não comunicavam nem expressavam mais nada às novas gerações do pós-guerra (1939-1945), pois, segundo Muggiati (1983), as coisas haviam mudado e exigia-se uma música bem mais agressiva e aberta para a realidade do mundo que começava a pulsar de novo. Embora o *jazz* (que recebera severa rejeição do teórico frankfurtiano Theodor Adorno, porque estava tornando-se algo muito diferente da música tradicional, uma música da cultura de massa)⁶, tivesse uma proposta que poderíamos chamar de dançante, não era bem isso que os jovens dos anos cinquenta estavam querendo. Talvez no seu inconsciente eles desejassem algo que os ajudasse a promover certo alívio sensorial, que atenuasse a tensão sob a qual viviam na época da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945) e após ela (MUGGIATI, 1983). Portanto, a necessidade de um gênero musical como o *rock and roll* vai revelar-se pelo advento de uma nova cultura derivada da cultura de massa: a cultura juvenil.

Concluindo, essas foram as principais raízes musicais do *rock and roll*. A seguir, aplicaremos a Análise Sociohistórica, primeira fase do referencial metodológico proposto por Thompson (1995) na Hermenêutica de Profundidade, a fim de reconstituir o ambiente social e histórico em que apareceu a nova música popular norte-americana, considerada pelo autor uma forma simbólica passível de ser produzida, transmitida e recebida “[...] como expressão de um sujeito (ou sujeitos), como uma mensagem a ser entendida enquanto fenômeno cultural significativo” (THOMPSON, 1995, p. 181-183).

⁶ HORKHEIMER, Max e ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. O iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**, 1978, p.159-204.

Finalizada essa etapa, partiremos para a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, onde iremos descrever a imagem visual de alguns ídolos do cinema e, por conseguinte, do *rock and roll*, consagrados como heróis da mitologia norte-americana, de ontem e de hoje. Com relação à terceira e última fase da Tríplice Análise, a Interpretação e Reinterpretação será deslocada para a parte conclusiva desta tese, como, aliás, já foi referido anteriormente. O objetivo é fazer um apanhado geral dos aspectos discutidos em cada capítulo deste estudo que se refere à **comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**.

1.2 ROCK AND ROLL: UMA ANÁLISE SOCIOHISTÓRICA

Como vimos no início do capítulo, o *rock and roll* explodiu nos Estados Unidos da América, em meados da década de 1950 do século XX. Naquela época, o mundo se refazia de uma das maiores catástrofes mundiais dos últimos tempos a ceifar milhares de vidas civis, vítimas do horror do genocídio, das bombas atômicas e das atrocidades do holocausto: a Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945).

Após esse cenário cruel, o progresso no Ocidente vem 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.

De certa maneira, o deslumbramento dos norte-americanos diante do espetáculo aparecimento da televisão e outras mídias que puderam ser “oferecidas como item de luxo nos Estados Unidos da América, na década de 1950, como o rádio transistor” (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 233), alimentou 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. Em realidade, essa aproximação não tardou a acontecer, pois,

[...] desde a invenção da imprensa por Gutenberg, em 1455, a humanidade não vivia um século tão pródigo em avanços técnicos aplicados à comunicação. Rádio, televisão e, mais tarde, a Internet, sucederam-se como revoluções. Mas no século em que o meio tornou-se a mensagem, conforme Marshall McLuhan, a sociedade da informação parece ter nascido sob a égide dos sinais televisivos (RECH, 1999, p. 5).

Com o rápido crescimento da indústria do entretenimento, impulsionado, sobretudo, pela cultura de massa norte-americana, cuja força tornava-se cada vez mais dominante, principalmente depois que a guerra (1939-1945) acabou, estabeleceu-se uma nova configuração cultural voltada para o consumo (JAMESON, 2001). Assim foi que eletrodomésticos, maquinarias em geral, automóveis cadillac rabo-de-peixe, alimentos descartáveis, calças jeans, western, entre tantos outros produtos sedutores do consumo, procuravam persuadir e convencer os cidadãos que, de certa forma, não conseguiam viver alheios a esse tiroteio de tentações (MARSHALL, 2003).

Em meio a um contexto sociohistórico como este, onde a cultura de massa norte-americana reina como soberana, é natural que os meios de comunicação e informação eletrônicas, tais como o rádio e a televisão, por exemplo, aliados a propaganda⁷ de bens simbólicos culturais (músicas, filmes, etc.), estivessem ajudando a criar verdadeiras audiências de massa, manipuladas pelo setor tecnológico e pela industrialização da sociedade moderna (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004).

Os Estados Unidos da América da era pós-bomba atômica começavam então a se transformar numa espécie de patrocinador do mercado globalizado, para onde convergem os modelos, as imagens, os símbolos, mitos e slogans que irão constituir o espelho do autêntico imaginário *american way of life*. Com a *americanização* do mundo em marcha, é aceitável que os cidadãos norte-

⁷ A propaganda é uma parte intrínseca da economia industrial norte-americana. Ver: Joseph Straubhaar e Robert LaRose. **Comunicação, mídia e tecnologia**, 2004, p.34.

americanos imaginem-se como paradigmas a serem fielmente copiados por todos (ORTIZ, 1994).

Para Mattelart (2001), o poder de disseminação da hegemonia americana, em relação a outras sociedades e culturas, só se tornou possível porque os Estados Unidos da América foram a “[...] primeira sociedade global da história. Por isso, é inevitável que conduzam as nações menos avançadas a alinhar-se a esse pólo inovador e que as incite a imitá-los em seus métodos, suas técnicas e práticas de organização, estilos de vida, formas de pensar e agir” (MATTELART, 2001, p. 101-2).

Nessa época, porém, houve uma disseminação do *rock and roll* para boa parte do mundo, ocasionando sua incorporação, mediante formas e estilos de música diferentes, fora do país de origem, os Estados Unidos da América, que a essa altura já dominavam a economia mundial. No entanto, não é menos significativo acrescentar aqui que essa atmosfera agradável fosse de um todo perfeita e tranquila para a maioria dos cidadãos norte-americanos. Na verdade, quando a América do presidente Dwight David Eisenhower (1890-1969) ⁸ alcançou a opulência econômica, após 1945, já havia um clima propenso à histeria naquele país (MUGGIATI, 1984).

Para algumas minorias, cada vez maiores, que aspiravam a uma nova identidade de geração e um estilo de vida muito diferente do mundo adulto, aquela realidade material, em grande parte oferecida pelas imagens sedutoras da cultura de massa e, por extensão, da publicidade e da televisão, de nada lhes servia. No entanto, para a classe dominante (branca e adulta) estava-se no melhor dos tempos, ainda que alguns acontecimentos midiáticos ocorridos naquele período da década de 1950 do século passado não dessem tanta certeza. É o que dão a entender autores como Hobsbawm (1995), Friedlander (2002) e Muggiati (1984).

A Guerra Fria e o terror nuclear, que tiveram início depois da Segunda Grande Guerra (1939-1945), foram apenas alguns dos episódios a ocultar o espírito alegre que emanara na década da televisão e do *rock and roll*. Em 1952, explodia, no atol de Eniwetok, a primeira bomba de hidrogênio (bomba H), com um poder de

⁸ Dwight David Eisenhower foi o trigésimo quarto presidente dos Estados Unidos da América, entre 1953-1961. Ver: **Encyclopaedia Britannica Editores LTDA**. Rio de Janeiro, 1971, p.313.

destruição equiparável ao de mil bombas iguais à que destruiu a cidade de Hiroshima.

Em 1953, a Guerra da Coreia chegava ao fim, renunciando o fracasso norte-americano no Vietnã, após 37 meses de luta. Resultado: dois milhões de pessoas foram mortas, 80% eram americanas. Por essa ocasião, o senador republicano Joseph McCarthy (1908-1957) iniciava sua campanha de “caça às bruxas”. Sob o lema *Antes morto que comunista*, o macartismo transformou-se numa investida perigosa contra os suspeitos de atividades antiamericanas nos Estados Unidos da América. Alguns nomes famosos do cinema, do teatro e do universo da música, tais como Charles Chaplin (1889-1977), Bertold Brecht (1898-1956), Orson Welles (1915-1985), Aaron Copland (1900-2-1990), entre outros, acusados por Joseph McCarthy, tiveram suas vidas devassadas e foram levados ao exílio, à miséria ou ao suicídio.

O racismo, por sua vez, continuava exercendo uma poderosa força política e cultural (FRIEDLANDER, 2002). A discriminação racial era legal em muitos Estados americanos do Sul do país, onde linchamentos ocorriam com bastante frequência, assim como as perseguições aos que pertenciam a movimentos de luta em prol dos direitos civis. A partir desses desníveis sociais, começaram a surgir as primeiras rebeliões juvenis, dos brancos (operários) e dos negros, numa rejeição aos valores impostos pela hegemonia de uma sociedade conservadora, que, além de fazer guerras, matava em nome do progresso (MUGGIATI, 1983).

Para Thompson (1995), as desigualdades sociais sempre ocorrem em sociedades onde o consumo de bens simbólicos pode ser a sua causa principal. De acordo com este autor, “[...] entre as assimetrias que são mais importantes e mais duráveis nas sociedades modernas estão aquelas baseadas nas divisões de classe, gênero, etnia e estado-nação. Elas são alguns dos elementos que estruturam as instituições sociais e os campos de interação” (THOMPSON, 1995, p. 378).

Coincidência ou não, em 1954, quando o juiz da Suprema Corte dos Estados Unidos da América, Earl Warren (1891-1974), emitiu a decisão que tornava ilegal a segregação racial, nas escolas norte-americanas e, do mesmo modo, ajudava a ampliar o movimento pelos direitos civis, Bill Haley and His Comets gravaram *Rock Around The Clock*, a canção que se tornaria o grito de guerra do

rock and roll e chegaria ao topo das paradas de sucesso em 1955 (FRIEDLANDER, 2002).

Mas o surgimento do *rock and roll*, nos Estados Unidos da América, em 1950, também foi fruto da divergência que havia entre as grandes e pequenas gravadoras pela disputa do gênero musical (MUGGIATI, 1983).

Retrocedendo algumas décadas anteriores a 1950, por volta de 1930 e 1940, mais ou menos, gravadoras de peso como a Decca, Capitol, RCA e Colúmbia, lideravam o mercado da música explorando canções populares de consumo, interpretadas por artistas como Bing Crosby, Perry Como, Frank Sinatra, Doris Day, e outros. Em 1950, percebendo-se que o *rock and roll* chegara para ficar, houve um interesse imediato por parte dessas gravadoras, que a partir de então passam a concorrer com as pequenas gravadoras independentes, as *indies*, as quais também desejavam conquistar a indústria fonográfica e o público jovem com a nova música popular americana.

Denominadas por Thompson (1995) de instituições sociais, essas gravadoras tinham (e ainda têm) a finalidade de divulgar o círculo de interação do *rock and roll*. Por isso, novas posições e novas trajetórias foram criadas desde que as instituições sociais começaram a interagir no contexto sociohistórico, seja nos anos cinquenta do século XX, seja nos anos sessenta da mesma centúria. Desse modo, na opinião do autor, “as instituições sociais podem e devem ser vistas como conjuntos estáveis de regras e recursos, em sintonia com as relações sociais estabelecidas dentro delas e por elas” (THOMPSON, 1995, p. 367).

Nesse caso, sendo o *rock and roll* uma forma simbólica e, portanto, produto midiático de um meio específico, é oportuno ponderar que ele deva interagir nos membros de uma sociedade, considerando, pois, que as formas simbólicas “são intercambiadas entre pessoas, elas implicam algum meio de transmissão, seja ele ondas aéreas moduladas, como acontece nas conversações numa situação face a face, ou mecanismos complexos de codificação e transmissão eletrônica, como ocorre na difusão de rádio ou televisão” (THOMPSON, 1995, p. 368).

Outro fato interessante a destacar, historicamente falando, é que o aparecimento dessa forma simbólica chamada *rock and roll* coincidiu, também, com o lançamento dos discos compactos de 45 rotações por minuto (RPM) e dos discos

33 rotações por minuto (ou Long-Playing), que vieram a substituir o velho disco 78 rotações por minuto (RPM). Este último, aliás, era muito consumido pela classe média dominante, entre as décadas de 1930 e 1940 do século passado. Em geral, esses meios de comunicação eram utilizados como recursos técnicos (THOMPSON, 1995), para divulgar o mais novo gênero musical nascido em solo norte-americano, em 1950, além de promover seus intérpretes e a indústria da moda a ele associada (CORREA, 1989).

Mas se os discos de longa duração e os compactos simples (LPs e singles) foram essenciais para o êxito do *rock and roll*, na década de 1950, outro aspecto não menos significativo ajudou a consolidar o fato (MUGGIATI, 1984). Foi o esquema assim distribuído: disco-rádio-automóvel-telefone. Os ouvintes telefonavam para as emissoras de rádio pedindo seus discos favoritos que, na maioria das vezes, eram ouvidos nos automóveis rabos-de-peixe, estacionados em frente a uma paisagem ou rodando pelas estradas afora. A união entre o rádio e o telefone deu origem ao *disc-jóquei*.

A propósito, foi um disc-jóquei de nome Alan Freed que, em 1951, batizou a nova música norte-americana de *rock and roll*. Diz a lenda que Freed se baseou na letra de um velho *blues* de 1922 regravado após a Segunda Grande Guerra (1939-1945) por um músico cujo nome era Big Joe Turner: *My Baby She Rocks Me With a Steady Roll*. Usando o pseudônimo de *Moondog*, Alan Freed começou a produzir o primeiro programa de rádio dedicado ao mais novo som do momento. A repercussão de suas *Moondog's rock and roll parties*, nessa época fez surgir outros programas de música e novos disc-jóqueis nas rádios americanas. Em três anos, o *rock and roll* conquistava o Continente americano e partia para alcançar o mundo (FRIEDLANDER, 2002).

Algumas décadas antes, mais especificamente na de 1920, rádios e discos foram considerados forças antagônicas. O motivo alegado na época, conforme mostra Friedlander (2002), era que as gravadoras não queriam aceitar a transmissão radiofônica de seus sucessos, pois achavam que, ouvindo a gravação pelo rádio, o público jovem não compraria o disco. Todavia, a partir de 1950, as gravadoras despertam para a relevância do rádio na promoção de vendas e tentam, por meios distintos, influenciar emissoras e disc-jóqueis, induzindo-os a tocar seus discos prediletos. Tal situação levou Alan Freed a se envolver no famoso “escândalo

da payola” (1959-1960), que pôs a descoberto essa máquina de corrupção: certas gravadoras subornavam, doavam dinheiro e presentes às emissoras de rádio e aos disc-jóqueis, para que estes divulgassem seus sucessos no rádio.

Se o rádio foi uma das primeiras mídias a divulgar um gênero popular de música, como o *rock and roll*, no começo dos anos cinquenta, o mesmo não aconteceu com a televisão. Esta só despertou para a relevância da nova música, em 1956, quando um jovem bonito de Tupelo, Mississipi, chamado Elvis Aaron Presley, foi contratado para se apresentar ao vivo no famoso programa de auditório The Ed Sullivan Show, sob a condição de que fosse filmado da cintura para cima, isto é, a parte bem-comportada do cantor, “[...] já que a ginga dos seus quadris, uma alusão ao ato sexual, era considerada obscena para a época” (MUGGIATI, 1984, p.25).

As reações do *establishment* norte-americano em relação ao excesso de sensualidade foram apenas uma das acusações feitas contra Elvis Presley e o *rock and roll*. O novo som também foi condenado pelas famílias e autoridades que diziam-se chocar diante dessa música que encaravam como desagregadora, sensual, negróide e irreverente, como, aliás, já havíamos referido. Sempre que abordada, a classe dominante da época insistia em afirmar que “o *rock and roll* excita a juventude como os tambores da selva preparando os guerreiros para o combate” (DAUFOUY; SARTON, 1974, p. 63).

Mesmo diante desse cenário de prós e contras, o *rock and roll* provou ser, antes de tudo, o meio de comunicação ideal encontrado pela juventude adolescente que, durante os anos cinquenta do pós-guerra (1939-1945), queria se defender do universo adulto, onde o lema *Papai Sabe Tudo* era a solução.

Voltando um pouco no tempo, 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. Americanos empolgados celebravam a onda de novidades trazida por esses heróis populares, cuja imagem, modelo e estilo de vida divulgados pela mídia, no período, ajudaram a “cristalizar um tipo social” diferente que acabou influenciando as ideias e o comportamento dos jovens daquela época (TOFFLER, 1970, p. 249).

Em realidade, o sucesso estrondoso do *rock and roll* começou com o auxílio do cinema que, com a música, encontrou na juventude do mundo

industrializado moderno seu principal público entusiasta e consumidor em potencial. Em 1953, por exemplo, Marlon Brando, vestindo jaqueta de couro preta, jeans apertados e botas grosseiras, estrelava em *O Selvagem (The Wild One)*, de László Benedek. Esse filme conta a história em que um bando de motoqueiros, entre eles Marlon, tomava de assalto uma cidadezinha do interior e fazia sua população viver horas de terror, numa parábola da própria confrontação entre a sociedade estabelecida e os jovens rebeldes.

Em 1955, James Dean morria, aos 24 anos, num acidente de carro em alta velocidade, enquanto sua lenda ou *mitologia* nascia nas telas que exibiam o seu segundo filme, *Juventude Transviada (Rebel Without a Cause)*. Dirigido por Nicholas Ray, este filme foi considerado pelos críticos de cinema como sendo a verdadeira radiografia da sua geração⁹. Ao encarnar a imagem típica de um rebelde sem causa, James Dean foi o ponto de ruptura no modelo juvenil norte-americano da década de 1950 quando passou a recusar o seu universo, sem, no entanto, chegar a uma visão crítica da realidade (MUGGIATI, 1983). De modo dramático, protestou e dividiu-se, de um lado, entre o seu mundo potencial de amor e pacifismo, e os impulsos selvagens de violência e autodestruição, do outro.

Na mesma época, *Sementes de Violência (Blackboard Jungle)*, de Richard Brooks, opunha um professor bem-intencionado, mas quadrado, a jovens marginalizados de um gueto nova-iorquino. A música simboliza o conflito no momento em que o professor quer iniciar os alunos nas sutilezas do *jazz*, mas estes acabam quebrando a sua preciosa coleção de discos. E às estruturas do *dixieland*, o *jazz* tocado por músicos brancos e contemplado pelo mestre intelectualizado, o filme contrapõe a força bruta do *rock and roll* com seu ritmo contagiante.

Referindo-se aos filmes norte-americanos produzidos pela cultura de massa em 1950, autores como Kellner (2001) acreditam que tais produções cinematográficas devam ser explicadas à luz da cultura da mídia. O motivo alegado pelo autor é que ela, a mídia, procura mostrar, num plano político e ideológico¹⁰, como as reações de ameaças reais, advindas por parte da cultura jovem, à

⁹ Ver ***Guia completo de filmes para TV e vídeo 1990***. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda., 1989, p. 363.

¹⁰ Em termos gerais, ciência que trata da formação das ideias. Conjunto de convicções e convenções filosóficas, religiosas, jurídicas, sociais e/ou políticas; doutrina, crença. Ver: Adriano da Gama Kury. ***Minidicionário da Língua Portuguesa***. São Paulo: 2002, p.564.

hegemonia conservadora da classe média podem servir de testemunhas dos conflitos sociais e contradições atuais, bem como de resistência ao cinema e à música que vigorou em épocas anteriores.

Jameson (1995) vai um pouco além de Kellner (2001). Ao comentar sobre a produção cinematográfica norte-americana, em especial ao gênero drama, como os que acabamos de mencionar, Jameson argumenta que a revolta juvenil praticada em países como os Estados Unidos da América não pode ser vista nem deve ser assimilada como simples preconceito, mas razão de inveja, por parte da classe média dominante, já que a supremacia desta encontrou na rebeldia jovem e nos guetos étnicos e raciais (que para Jameson são objeto de sua representação social e inveja de *status*), a imagem de algum gueto coletivo¹¹ ou solidariedade étnica comunitária de tempos passados.

Numa época em que a desintegração das comunidades dominantes é explicada em termos (ideológicos) de deterioração da família e perda da autoridade do pai, o grupo étnico ou mesmo a rebelião juvenil pode aparecer como projeção de uma imagem de reintegração social (JAMESON, 1995, p. 33).

Ainda segundo Jameson (1995), a mensagem e o conteúdo de associação que tais filmes procuram divulgar entre as forças da lei e da ordem, exibidas pela classe média dominante, e a revolta propagada por determinados grupos de jovens marginalizados, é especificada no âmbito social e político como uma aliança que necessita ser consolidada “pela condição indispensável da destruição dessa imagem mais tradicional de uma América mais antiga, que deve ser eliminada da consciência histórica e da memória social” (JAMESON, 1995, p.29).

Seja como for, o *rock and roll*, mais do que o *jazz* ou a própria música romântica, por exemplo, tornou-se a trilha sonora da juventude norte-americana, dos “rebeldes sem causa” dos anos cinquenta, com seu ritmo vibrante, dançante, sexual, embora muito antes dessa época, vale ressaltar, já existissem subculturas juvenis em gangues delinquentes de adolescentes os quais negavam o mundo dos adultos

¹¹ Bairro onde se confinam certas minorias, por imposições econômico-sociais. Ver: Adriano da Gama Kury. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: 2002, p.542.

e se apropriavam de elementos retirados da cultura de massa que, readaptados, melhor expressavam suas rebeldias, como o *jazz* e certos filmes (MORIN, 2001).

Apesar de ter sido a principal protagonista dos movimentos iniciais que se rebelaram contra o *establishment*, desde o surgimento do *rock and roll*, a cultura juvenil passou a adquirir um caráter amplo, internacional, além de ficar bem mais próxima da cultura de massa, não ainda na música, mas no cinema. Isto somente a partir da década de 1950. A esse respeito Edgar Morin pondera:

Uma cultura adolescente-juvenil relativamente nova se constitui por volta de 1955, a partir de um certo número de filmes, entre os quais os mais significativos são os de James Dean e Marlon Brando, com títulos por si mesmos reveladores – *Rebel without a cause*, *The wild one* – que revelam novos heróis adolescentes no sentido próprio, revoltados contra o mundo adulto e em busca da autenticidade. Depois vem a onda do *rock and roll* [...] em torno da qual se cristalizam não apenas um gosto juvenil por uma música e uma dança particularmente intensas, mas quase uma cultura (MORIN, 2001, p. 138).

Do cinema vieram os primeiros ídolos juvenis “industrializados”, como Marlon Brando e James Dean, uma força que iria se deslocar para a música comercial, celebrando o *rock and roll*. Por outro lado, *Rock Around the Clock*, gravada por Bill Haley and His Comets, em 1954, só obteria êxito em 1955 ao ser incluído na trilha sonora do filme *Sementes da Violência* (1955). Foi o início de uma série de filmes musicais em que o *rock and roll* roubava a cena, enquanto jovens enlouquecidos com a animação do som de Bill Haley, na tela, destruíam os cinemas onde eram exibidos esses filmes, causando baderna e dançando sobre as cadeiras ou promovendo quebra-quebras, algo nunca visto antes na história do cinema norte-americano (FRIEDLANDER, 2002).

Nessa onda, programas de rádio e televisão dedicados ao *rock and roll* multiplicavam-se. Como vemos, não é possível deixar de reconhecer o caráter vibrante e sentimental que ele imprimiu à música e ao cinema dos anos cinquenta. Seu impacto junto à mídia e ao contexto social e histórico da música popular moderna provocou uma nova mentalidade que tomou conta da juventude. E isso porque, na época, os ídolos do *rock and roll* simbolizavam os anseios de liberdade de uma geração. Não foi à toa que maestros, músicos e compositores de diferentes

estilos musicais tiveram de adaptar-se ao mais novo som da América do Norte e à rebeldia trazida por ele (CORREA, 1989), que, aliás, não demorou a conquistar a Europa, mais especificamente, a Inglaterra.

A empatia do grande público jovem pelo *rock and roll* foi comprovada, quando o sucesso estrondoso de Bill Haley and His Comets abriu as portas para novos ídolos do gênero, tais como Elvis Presley, Chuck Berry, Carl Perkins, Buddy Holly, The Everly Brothers, Fats Domino, Little Richard, Jerry Lee Lewis, Gene Vincent, Eddie Cochran. Foram esses cantores, compositores e instrumentistas que, no alvorecer do pós-guerra (1939-1945), transformaram a música folclórica de raízes branca e o *blues* negro com a nova tecnologia dos meios de comunicação e das guitarras elétricas, projetando, dessa forma, o antigo lamento rural no cenário nervoso dos centros urbanos. Também foram eles que, em 1950, desencadearam a primeira revolução sonora, cultural, que explodiu no coração da sociedade industrial tipificada pelo modelo norte-americano.

A herança deixada por esses astros, considerados *pais do rock and roll*, segundo Muggiati (1984), preparou o caminho para a segunda maior revolução cultural que transcendeu a imagem, o som, a moda, o comportamento e os costumes que vigoraram até àquele momento nos Estados Unidos da América. Conhecido como *contracultura*, esse movimento começou a se manifestar e a chamar a atenção dos meios de comunicação de massa logo na primeira metade da década de 1960 do mesmo século XX, em Liverpool, na Inglaterra, com a comunicação visual dos Beatles, foco principal desta tese. Antes de entrarmos no assunto propriamente dito, vamos saber como era o estilo de ser e a aparência dos ídolos norte-americanos dos anos cinquenta que seduziram e encantaram os jovens ingleses do outro lado do Atlântico.

1.3 ROCK AND ROLL: A RUPTURA COM O PADRÃO

Como dissemos há pouco, este subtítulo vai analisar a imagem de alguns ídolos do cinema e do *rock and roll*, que na década de 1950 do século passado, semearam a loucura e o sonho nas mentes e nos corações dos jovens norte-americanos com seu ar rebelde e sua sensualidade vibrante. A presença deles no contexto musical e social da época traduziu-se numa mitologia ímpar e de proporções imensuráveis por suas qualidades. Entre elas, a maior de todas: a de terem transmitido beleza e emoção armados apenas da voz e da guitarra.

Para que essas figuras emblemáticas do mundo do espetáculo “admitam tradução em uma linguagem compreensível, revelando ao espectador uma Narrativa espaço-temporal da imagem” (MANGUEL, 2001, p.21), é preciso, antes de tudo, resgatar no referencial da Hermenêutica de Profundidade a segunda fase da Tríplice Análise que Thompson (1995) chamou de Análise Formal ou Discursiva Narrativa. Esta análise faz-se necessária porque as “[...] formas simbólicas são fenômenos sociais contextualizados e algo mais, pois, em virtude de suas características estruturais, elas têm capacidade, e têm por objetivo, dizer alguma coisa sobre algo” (THOMPSON, 1995, p.34).

Por isso, quando falamos na década de 1950 do século XX ou na era de ouro do *rock and roll*, o período em questão inicia por volta de 1953, ano em que a indústria cinematográfica norte-americana começa a explorar, no mercado de consumo filmes como *O Selvagem (The Wild One)*, tendo no papel principal o ator estadunidense Marlon Brando, e vai até 1958, ano, aliás, em que o final do ciclo fica fortemente marcado com a ida de Elvis Presley para o exército e a morte de nomes importantes como Buddy Holly (em 1959) e ainda o envolvimento, de astros do porte de Chuck Berry e Jerry Lee Lewis em escândalos sexuais que viriam abalar suas carreiras.

Basicamente, a história desses mitos, que a cultura de massa ajudou a popularizar em escala planetária é a mesma de milhares de outros jovens

insatisfeitos aos quais como eles (os ídolos de 1950), não souberam sobreviver a uma sociedade e a uma época complicadas. Daí a razão de manifestarem na música e no visual a sua consciência de separação em relação ao *sistema* e à classe dominante. Assim, o ponto de ruptura no modelo juvenil norte-americano dos anos cinquenta do pós-guerra (1939-1945) encontrou na moda e no jeito de ser e viver o seu principal elemento de identificação, testemunho declarado do protesto contra as restrições disciplinares impostas pela tradição à juventude daquele tempo, que, por sua vez, acreditava poder conduzir seus destinos. No cinema, um dos primeiros nomes a transgredir padrões de comportamento e divulgar um estilo diferente daquilo que constituía a verdadeira individualidade de cada um (GIDDENS, 2002), nessa época, foi Marlon Brando.

Na condição de forma simbólica de comunicação (THOMPSON, 1995), as três imagens que seguem mostram como, em 1953, o ator Marlon Brando se tornou um ídolo dos jovens ao interpretar Johnny Stabler em *O Selvagem (The Wild One)*, de László Benedek. No filme, ele protagoniza um delinquente incompreendido, líder de uma gangue de 40 motoqueiros que acaba com a tranquilidade de uma pequena cidade do interior da Califórnia, nos Estados Unidos da América. Johnny (personagem de Brando) se apaixona pela filha do xerife local, e as confusões aumentam com a chegada de uma gangue rival, fazendo com que os moradores do lugar vivam horas de tumulto e terror. Segundo especialistas no assunto, essa produção cinematográfica norte-americana marcaria toda uma geração de artistas, de James Dean a Elvis Presley, os quais adoravam o estilo rebelde exibido no filme¹².

Nas figuras, a seguir, vemos um Marlon Brando com um visual bem *rocker*, machão ao extremo, estereotipado num quepe¹³ branco levemente inclinado para a esquerda. Está vestindo jaqueta de couro preto com zíper aberto até à metade, jeans apertados com a bainha voltada para cima, botas grosseiras de cano alto, também de couro preto (aludindo ao estilo coturno militar), e camiseta branca

¹² Ver **Guia completo de filmes para TV e vídeo 1990**. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda., 1989, p.302.

¹³ Quepe é um chapéu de uso militar, do tipo boné, cuja característica é o topo circular e uma aba sobre os olhos. A palavra deriva do francês *képi* que, por sua vez, vem do alemão *Käppi*. O seu formato varia de acordo com o país e a graduação dos usuários. Ver: Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Quepe>>. Acesso em: 22 jan. 2009.

com a ribana em preto, modelo, aliás, que logo se tornou em um símbolo da juventude. Destacamos, ainda, sua inseparável motocicleta ano 1950 Triumph Thunderbird 6T e as luvas de couro preto que cobrem as mãos do jovem ator.



Figura 1: Marlon Brando em The Wild One (1953)
Fonte: www.flickr.com

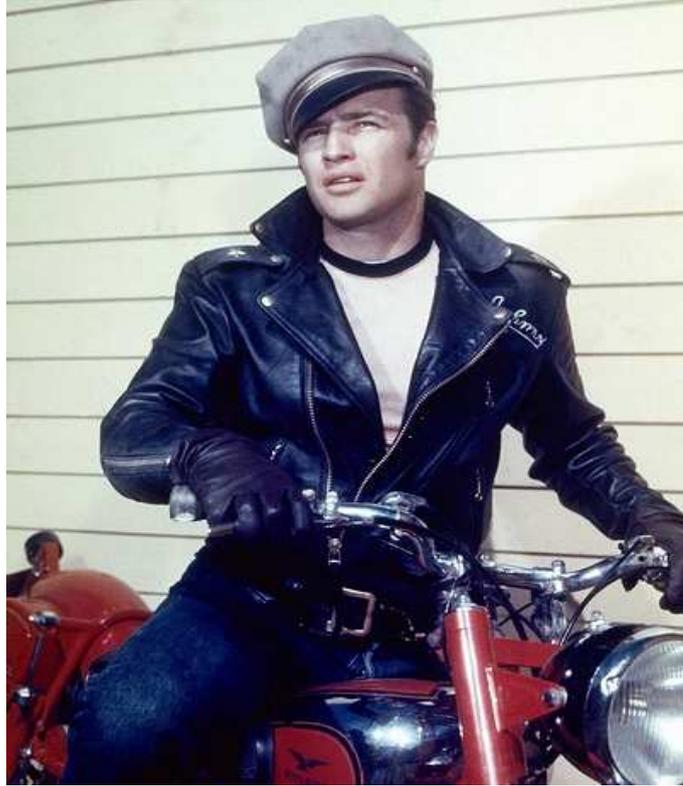


Figura 2: Marlon Brando em The Wild One (1953)
Fonte: www.doctomacro.info



Figura 3: Marlon Brando em The Wild One (1953)
Fonte: www.profile.myspace.com

Como é possível perceber, a indústria cinematográfica norte-americana dos anos cinquenta do século passado foi a criadora dos maiores mitos do cinema. A propósito, nesse período foi que ocorreu a primeira mudança de comportamento onde grandes estrelas lideravam a moda e o estilo rebelde. Marlon Brando em *The Wild One* trouxe à tona a moda das jaquetas de couro e calças jeans, que perduraria durante os anos dourados do *rock and roll*, indo mais além, até aos dias atuais, em que cada vez mais os jovens querem se vestir da mesma maneira.

A moda e o cinema podem ser considerados formas de linguagem e de expressão e é um dos fenômenos de maior influência na sociedade atual. A relação entre esses dois movimentos sempre esteve ligada ao comportamento (PETERMANN; DEL VECHIO; BONA, 2008, p. 1).

Em realidade, a indústria cinematográfica vinha motivando o interesse social em relação à moda e à indumentária, desde os anos 1910-1920-1930, através da idealização mística da beleza (LIPOVETSKY, 1989). Esta imagem era construída pelos ídolos e deusas do cinema que passaram a influenciar e a ditar a moda e o comportamento social em escala global, a partir de um físico [ideal] e de papéis feitos sob medida. Desde então, foi estandardizado e veiculado no mercado de consumo um vestuário inspirado em filmes que obtiveram êxito (MORIN, 1989).

Na década de 1950, a imagem de astros, como Marlon Brando, com seu jeito durão, ainda impregnado do machismo dos filmes de *bangue-bangue* e, por isso mesmo, incapaz de canalizar sua revolta de outra forma que não a violência cega, bem como a maneira rebelde de vestir no filme *The Wild One* manifestava-se no comportamento e no imaginário juvenil da época uma carga dirigida ao exibicionismo e à liberdade corporal em direta contradição com as normas morais então vigentes. Não foi por acaso que, naqueles anos cinquenta, como iria acontecer mais tarde, na década de 1960, com a explosão impactante da imagem pública dos Beatles, dos hippies, da *Pop Art*, da minissaia popularizada por Mary Quant, entre outros, “liberação pessoal e liberação social davam-se as mãos” (HOBSBAWM, 1995, p. 326). A sensação era como que nova, depois de tanto tempo de conservadorismo, apesar de tudo indicar que a moda seguiria o caminho

da simplicidade e praticidade, acompanhando também todas as mudanças estéticas provocadas pela Segunda Grande Guerra (1939-1945) ¹⁴.

Desse modo, os símbolos de rebeldia e protesto, visualmente apresentados pelas roupas de couro preto, pela calça jeans e pela motocicleta (ou lambreta), por exemplo, costumavam revelar o trânsito dessa linguagem subversiva que uniu corpo e moda e onde os jovens podiam buscar meios de lidar com um mundo para o qual as regras e os códigos dos mais velhos pareciam não ser mais relevantes. Como diria um pesquisador no assunto, “tudo gira em torno do corpo. A moda, o cinema e a música estão ‘dialeticamente’ entrelaçados aos corpos” (CANEVACCI, 1982, p. 131). De certa forma, essa espetacularização da imagem corporal (GARCIA, 2005) tornou-se, por assim dizer, a obsessão da cultura do consumo, o qual cada vez mais se empenha em transformar cada um e o próprio modelo de vida. Vale lembrar que

a cultura do consumo é uma cultura da comunicação visual, cuja relativa “autonomia” não está em fugir de outras determinações quanto em estabelecer hierarquias e diferenças de gosto e de identidade (CANEVACCI, 1982, p. 132).

As noções de gosto (bom ou mau), de “estilo pessoal” e de identidade tornaram-se um dos mecanismos fundamentais de distinção, inclusão e exclusão social, como nos indica Pierre Bourdieu (2008). Assim, no âmbito da cultura de consumo, o estilo de vida e o gosto, tal como a identidade, são opcionais, podendo então ser construídos e desconstruídos de acordo com o estado de espírito de cada um. Em outras palavras, significa que a liberdade de escolha e a autonomia devem ser vistas como indicadoras de individualidade, propriedade de um sujeito específico. Embora autores como Kellner (2001) e Giddens (2002) defendam a relevância da individualidade e do direito de escolha particular, na esfera da cultura de consumo, deve-se levar em conta que a moda e o estilo de vida, ostentados pelos ídolos do cinema, ultrapassam as telas e surgem nas ruas. O público se apropria deles. O espectador sonha tornar o ideal da estrela a sua própria realidade (MORIN, 1989).

¹⁴ Ver: Cláudia Garcia. Especial moda anos 50. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2009.

Com efeito, os modelos divulgados nos filmes produzidos pela cultura de massa vieram a ser consumidos pela juventude norte-americana pela necessidade dela de adequar-se e distinguir-se na sociedade (BARNARD, 2003). Por essa razão, a moda em couro preto e a calça jeans acabaram influenciando até mesmo os ídolos de outras vertentes artísticas, como é o caso dos cantores de *rock and roll*, os quais se identificavam com o que estava sendo exibido na tela; consciente ou inconscientemente, atribuía à sua vida algo que os tornava mais próximos daquele imaginário.

Vale lembrar, nesse contexto, que a cultura de massa,

embora não sendo a única cultura do século XX, é a corrente verdadeiramente maciça e nova deste século. Nascida nos Estados Unidos, já se aclimatou à Europa Ocidental. Alguns de seus elementos se espalharam por todo o globo. Ela é cosmopolita por vocação e planetária por extensão. Ela nos coloca os problemas da primeira cultura universal da história da humanidade (MORIN, 1997, p. 16)

Em 1955, o ar rebelde e a sensualidade de James Dean invadiram as telas de cinema e fizeram moda, tal como acontecera dois anos antes com Marlon Brando. Consagrado pela mídia e pelos jovens, James Dean foi uma figura comum, talvez mesmo um ideal típico, no que se tornou a expressão cultural característica da juventude: o *rock and roll*¹⁵. Sua carreira artística foi igualmente marcada pelas contradições daquela época e pelo conflito de gerações.

Para termos uma ideia, em *Juventude Transviada (Rebel Without a Cause)*, de Nicholas Ray, por exemplo, Dean representou um jovem alienado. Filho de pais ricos, ao mudar-se para outra cidade, cumpre-lhe adaptar-se ao novo ambiente e acaba se metendo em encrencas com rapazes e garotas da sua idade, e também com a polícia. Segundo consta, um dos méritos desse filme é o de mostrar que a delinquência juvenil não é privilégio exclusivo de favelados. Além disso, depois dele, a indústria cinematográfica norte-americana começou a explorar o carro em alta velocidade e a estrada, num sentido metafórico de um caminho que o jovem

¹⁵ HOBBSAWN, Eric J. **A era dos extremos**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995. p. 318.

deveria percorrer com impetuosidade e fúria, caso desejasse impor-se ao mundo sereno, lerdo e estúpido dos adultos¹⁶.

A exemplo de Marlon Brando em *O Selvagem* (*The Wild One*, 1953), James Dean, no filme *Juventude Transviada* (*Rebel Without a Cause*), estrelado por ele em 1955, dava seguimento à ruptura juvenil que, como vimos, se revelou através do cinema. Nas imagens que vamos mostrar (figuras 4 e 5, respectivamente), é possível notar a diferença na roupa e no estilo do protagonista, um jovem trajando uma moda fora do padrão convencional para a época, mais agressivo e despreocupado com convenções. A dominação do blue jeans (peça básica no vestuário mundial) foi relevante na construção da identidade desse personagem lascivo e transgressor do conservadorismo social.

A propósito, jamais o imigrante bávaro Levi Strauss, vindo da Alemanha e instalado na Califórnia, nos Estados Unidos da América, em 1849, e mesmo seu alfaiate, Jacob Davis, poderiam prever que as surradas calças fabricadas para mineiros americanos fossem um dia vestir as maiores estrelas de Hollywood. Mas as Levi's e suas similares, calças de lonas tingidas com índigo¹⁷ e reforçadas com rebites usados em correias de cavalos, não só tomariam as telas de cinema como também as ruas de todo o mundo. Fabricado desde 1852 e registrado por Levi Strauss em 1873, o jeans parece valer-se de sua máxima para determinar seu próprio futuro: quanto mais velho, melhor!

Traje muito popular, o blue jeans fez a moda dos jovens no século XX e foi introduzido nas universidades norte-americanas por estudantes que não queriam parecer-se com seus pais. Junto com o *rock and roll* dos anos cinquenta e, pouco tempo depois, com o *rock* dos anos sessenta, esse tipo de roupa (o blue jeans) tornou-se a marca da juventude moderna e das minorias destinadas a tornarem-se majorias.

¹⁶ Ver **Guia completo de filmes para TV e vídeo 1990**. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda., 1989, p. 363.

¹⁷ Índigo é uma substância corante azul extraída do indigueiro; anil. Ver: Adriano da Gama Kury. **Minidicionário Gama Kury da língua portuguesa**. São Paulo: FDT, 2002, p.586.

O jeans constitui o primeiro exemplo de vestir mais esportivamente. Era usado pelos que criticavam a ideologia prevalecente ou dominante da América conservadora, de classe média orientada para o consumo, e o jeans oferecia um meio visível de anunciar aqueles sentimentos contra o *establishment*. Do mesmo modo que estava sendo usado para assinalar um desejo de escapar dos limites das identidades de classe, ou de recusá-las, ele era usado precisamente para estabelecer aquelas identidades (BARNARD, 2003, p.190-191).

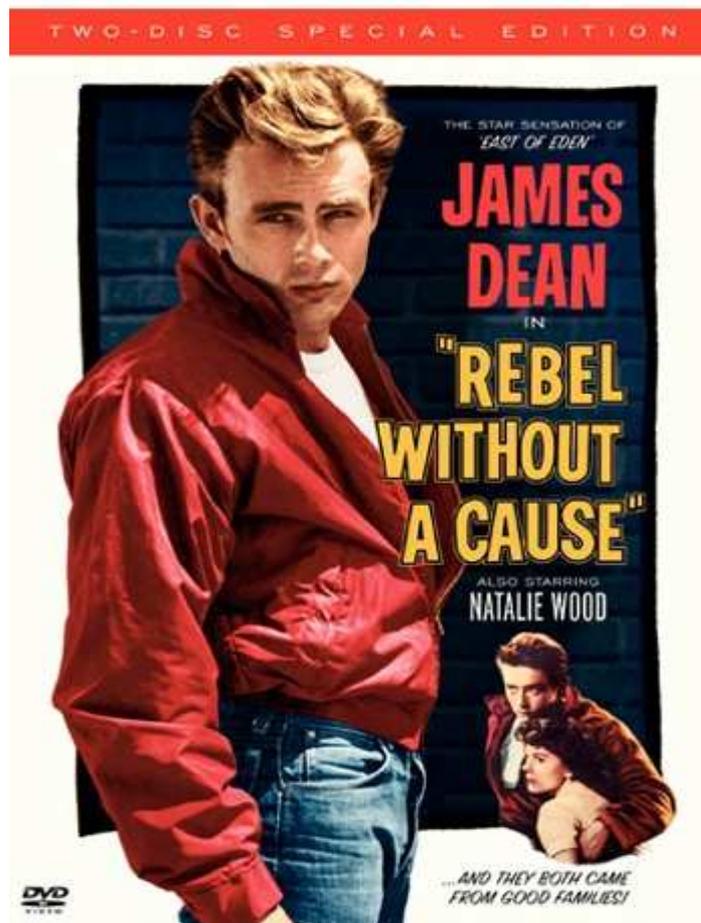


Figura 4: James Dean em Rebel Without a Cause (1955)
 Fonte: www.marvellous.webpark.pl

Os figurinos usados nos filmes de cada década eram exatamente a moda que reinava nas ruas. Na era de ouro do cinema pós-Segunda Guerra (1939-1945), foram criados figurinos que marcaram a história da indústria cinematográfica, formaram tendências e ajudaram a compor as maiores estrelas do cinema vistas até à atualidade.

Ainda com relação à figura acima, a de número quatro, outro aspecto que chama a atenção é que, desde os anos 1910-1920, o cinema jamais deixou de fabricar estrelas. São elas que os cartazes publicitários exibem. De igual modo, são elas que atraem o público espectador para as salas escuras (LIPOVETSKY, 1989). E, pelo visto, continuou na década de 1950. Na publicidade, essas imagens simbólicas tentam criar uma associação entre os produtos oferecidos [filmes, personagens, moda] e características socialmente desejáveis, como é o caso do jeans ou mesmo do cigarro.

Para alguns autores,

[...] a publicidade é avassaladoramente persuasiva e simbólica, no sentido de que suas imagens não apenas tentam vender o produto, ao associá-lo com certas qualidades socialmente desejáveis, mas porque elas vendem também uma visão de mundo, um estilo de vida e um sistema de valor congruentes com os imperativos do capitalismo de consumo (KELLNER, 1995, p. 113).

Foi somente no século XX, nos Estados Unidos da América, que a palavra *publicidade* ganhou notabilidade. Epistemologicamente falando, o termo teve origem na expressão *advertising* (anunciar; fazer propaganda). Com efeito, a palavra *publicidade* começou a ser empregada para caracterizar os esforços de promoção e *marketing* utilizados na comercialização de bens, serviços e mercadorias (MARSHALL, 2003). Em relação ao termo *propaganda*, este se vincula à promoção de caráter político, religioso e ideológico, cuja finalidade é propagar ideias dessa natureza. Apesar da distinção, quanto à pronúncia e à escrita, *publicidade* e *propaganda* têm na essência o princípio da promoção, buscando o objetivo último do consumo, conforme explicita o autor em epígrafe.



Figura 5: James Dean em *Rebel Without a Cause* (1955)
Fonte: www.profile.myspace.com

Em ambas as imagens, vemos ainda a jaqueta usada por James Dean, era despreziosa de convenções. O zíper da jaqueta está aberto até à metade, tal como a exibida por Marlon Brando em *O Selvagem* (1953). Uma parte da gola está alta e outra parte está baixa, mostrando o desdém do personagem com relação aos códigos vigentes. Além disso, Dean veste camiseta branca, moda esta que passou a ser consumida pela nova classe a qual se consolidou nessa época: a classe jovem.

O cabelo comprido e penteado para trás também marcou o imaginário jovem, uma vez que era diferente dos padrões normais dos anos cinquenta. O cigarro na mão direita de James Dean indica masculinidade, “[...] produz a impressão de que, se o indivíduo quiser ser um certo tipo de pessoa, por exemplo, se quiser ser um verdadeiro homem, então deve fumar” (KELLNER, 1995, p.114).

Analisando discursivamente (THOMPSON, 1995) as imagens representativas de Marlon Brando e James Dean em filmes como *O Selvagem* (1953) e *Juventude Transviada* (1955), percebemos que o visual exibido por estes

astros, mitos da indústria cinematográfica norte-americana da década de 1950 acabou transformando-se em um padrão a ser seguido pelos jovens do mundo inteiro: calças jeans, camiseta branca, jaqueta de couro.

Portanto,

o desejo de assistir a um filme [...] está relacionado com toda uma gama de desejos: moda, novidade, posse de ícones ou símbolos altamente valorizados pelas outras pessoas do mesmo grupo de interesses, de mesma classe social ou faixa etária (TURNER, 1997, p. 16).

Com essa valorização de símbolos de outros indivíduos, esse desejo por novidade, o cinema passou assim a influenciar a moda e o comportamento igualmente em todos os lugares. No cinema, os filmes não só divertiam o público espectador por sua capacidade de criar mitos e sonhos unificadores, mas também a cultura cinematográfica dos anos cinquenta passou a ser uma cultura dominante, no sentido de que ela proporcionou novos valores e ideais sociais (SKLAR, 1975).

Na música jovem dos anos cinquenta não foi diferente, apesar de alguns ídolos do *rock and roll* exibirem uma imagem formal semelhante à moda norte-americana usada pela classe média adulta dominante. Tal é o caso, por exemplo, de Bill Haley and His Comets. Ele utilizava terno e gravata, seus companheiros de grupo também. O cabelo era loiro, curto e com topete caindo sobre a testa; era, igualmente, brilhante e penteado para trás, o que não deixava dúvidas quanto ao uso de algum tipo de produto (a brilhantina era muito usada para esse fim) para fazê-lo ficar no formato desejado.

Outro aspecto a destacar na aparência de Bill Haley é que ele tinha olhos azuis e era muito simpático com o público, e isso ajudava na sedução do ídolo, principalmente em relação às jovens americanas. Dois integrantes do conjunto usavam bigode¹⁸ e todos eles lenço na lapela, conquistando, dessa forma, a aceitação da classe média dominante e adulta da época (figura 6).

¹⁸ O estilo dos seus bigodes é chamado de “bigode de porteiro”. Entretanto, não está especificada a época em que o mesmo era usado e quando foi adotada pela primeira vez esta moda e por quem. Ver site: Disponível em: <http://desciclo.pedia.ws/wiki/bigode_de_porteiro>. Acesso em: 04 fev. 2009.



Figura 6: Bill Haley and His Comets
Fonte: www.esto.es

Segundo consta, Bill Haley foi o primeiro intérprete branco do *rock and roll* a sintetizar os estilos musicais de brancos e negros e a ter um impacto maior na música jovem popular norte-americana. Mas isso antes do aparecimento de Elvis Presley. Bill Haley criou uma colagem de música rápida, ritmada e dançante, narrando o modo de vida dos adolescentes dos anos cinquenta (FRIEDLANDER, 2002).

Em 1952, antes de estourar nas paradas de sucesso com *Rock Around the Clock* (1955), Bill Haley era um típico cantor de *country and western* com costeletas e botas de caubói. Sua banda, os *Saddlemen*, era um grupo de *country* que tinha um acordeão junto com baixo, bateria, violão e piano. O momento da transformação pessoal de Haley não demorou a acontecer. Foi em 1954. As costeletas, as botas e o nome *country* desapareceram, vieram os ternos e a gravata, os *smokings*. Bill Haley and the *Saddlemen* virou Bill Haley and His Comets. William Haley, ou simplesmente Bill Haley, nasceu em Highland Park, Michigan, em 6 de julho de 1925, e morreu em Harlingen, Texas, no dia 9 de fevereiro de 1981.

Mas, em se tratando de som jovem, especialmente o que surgiu nos Estados Unidos da América após 1945, podemos dizer que tudo começou com Elvis Aaron Presley. Não apenas a música, mas aquela dimensão maior do *rock and roll*: o culto da personalidade, a estrela que se transformou em superstar. 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 (figuras 7 e 8).

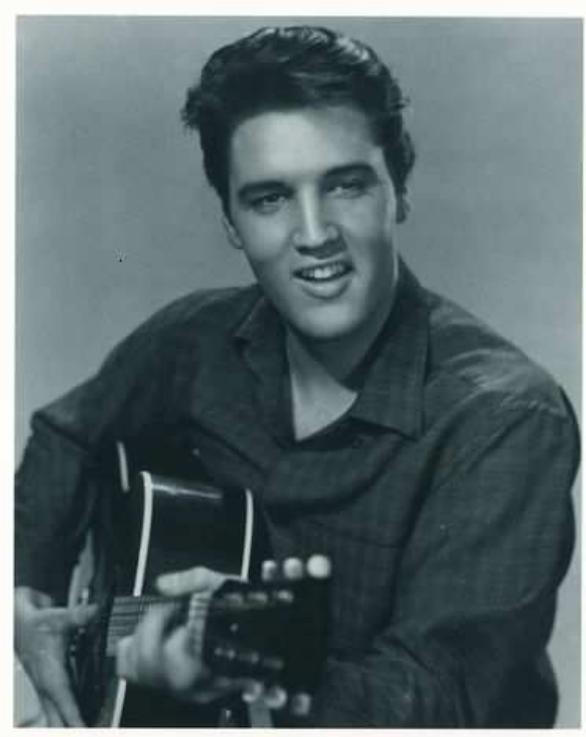


Figura 7: Elvis Presley
Fonte: atuleirus.weblog.com.pt



Figura 8: Elvis Presley
Fonte: imagecache2.allposters.com



Figura 9: Elvis Presley em Jailhouse Rock
Fonte: upload.wikimedia.org

A propósito, a imagem número oito exhibe um Elvis tocando de costas para o público. Esse visual influenciou um dos jovens integrantes da banda de *rock* inglesa The Beatles, Stuart Sutcliffe, em 1960, quando esses se apresentavam em Hamburgo, na Alemanha. Sempre que havia show do grupo, Stu (como era chamado pelos seus amigos) costumava cantar de costas para a plateia. Raramente se exibia de frente. Apesar da postura, não deixava de encantar as garotas alemãs que se sentiam atraídas por ele. Tanto que acabou casando com uma delas, a fotógrafa Astrid Kirchherr.

Ao contrário de Bill Haley e outros artistas do *rock and roll*, Elvis Presley não costumava fazer uso do terno e gravata, pelo menos no início de sua carreira artística. Entre as suas preferências estavam as jaquetas com botões e calças jeans, camiseta listrada e botinas pretas, como mostra a imagem acima (figura 9). Ou ainda trajes esportes, como por exemplo, casacos e camisas sem gravata, meias brancas

e sapatos pretos, e as roupas de couro preto: calças, luvas, blusas e jaquetas com gola alta, tal como o modelo exibido pelos astros do cinema norte-americano dos anos cinquenta. O cabelo também seguia a moda dos seus ídolos favoritos, Marlon Brando e James Dean, além, é claro, de Bill Haley and His Comets, ou seja, penteado para trás com brilhantina, sem falar do topete caído sobre a testa e das costeletas, que, aliás, era uma das marcas registradas do visual de Elvis Presley (figuras 10, 11, 12, 13 e 14).

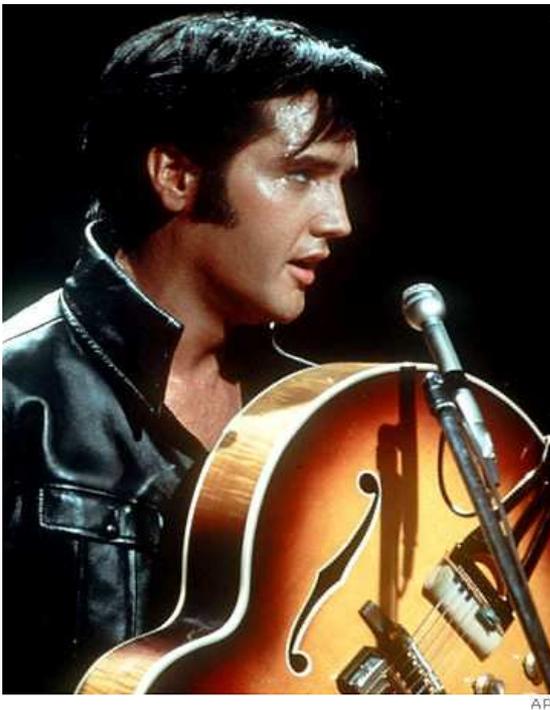


Figura 10: Elvis Presley
Fonte: www.allposters.com

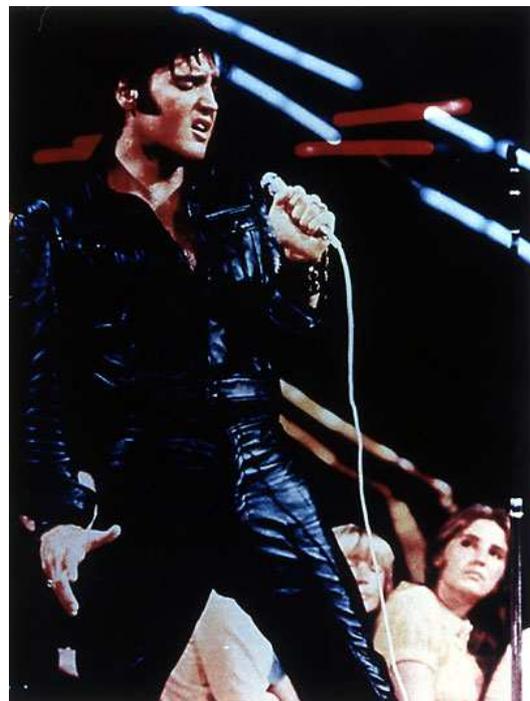


Figura 11: Elvis Presley
Fonte: elvis-aaron-presley.com



Figura 12: Elvis Presley
Fonte: www.pco.org.br

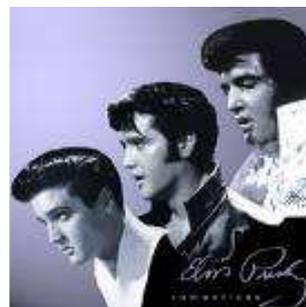


Figura 13: Elvis Presley
Fonte: www.allposters.com



Figura 14: Elvis Presley
Fonte: www.solcomhouse.com

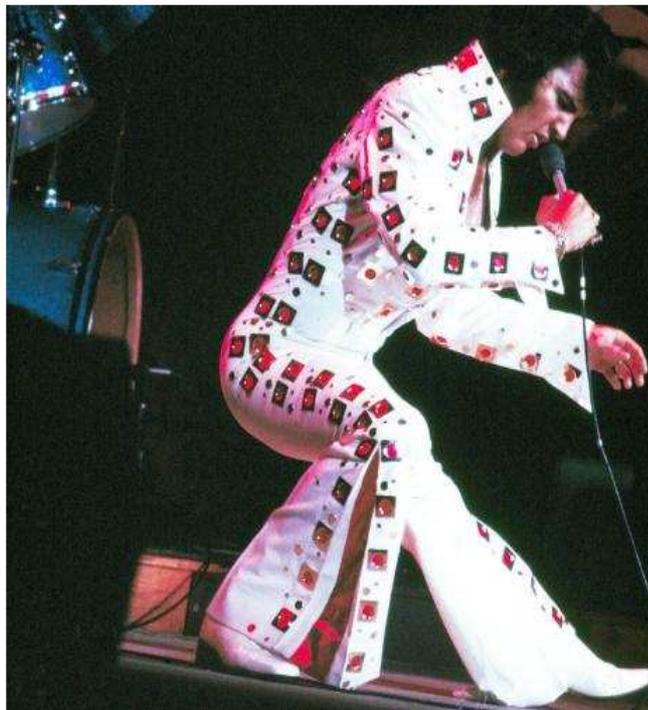


Figura 15: Elvis Presley
Fonte: www.marvellous.webpark.pl

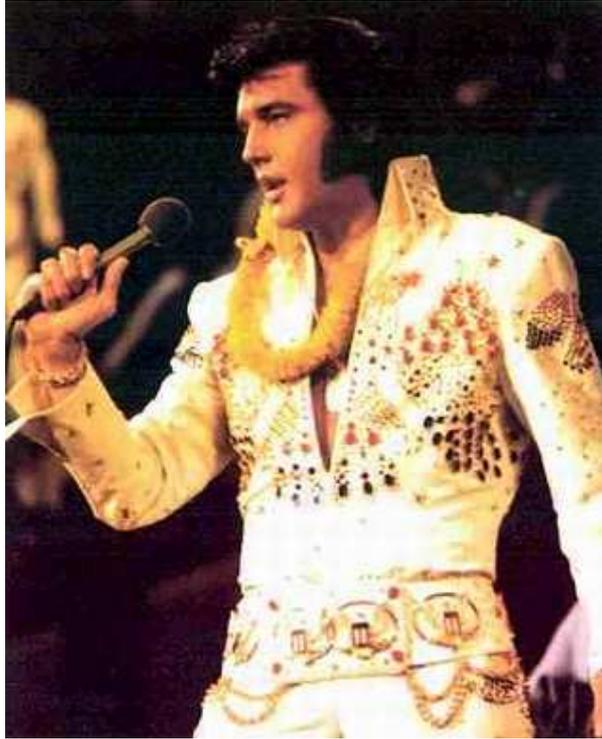


Figura 16: Elvis Presley
Fonte: www.elvis-presley-forever.com



Figura 17: Elvis Presley
Fonte: tiagosilva.org

Baseando-se na moda vitoriana do século XIX, que havia visto num livro, Elvis Presley ajudou a desenhar e a desenvolver uma série de roupas brancas, bordadas com pedras coloridas e brilhantes que compuseram seu visual durante sua trajetória musical. Também adorava trajar calças frisadas e blusas berrantes, de cetim dourado, por exemplo, franjas e estrelas, assim como colares e medalhas de ouro. Eram roupas únicas e, em sua maior parte, muito sofisticadas. Este foi o jeito encontrado pelo cantor de se expressar individualmente num mundo tedioso e cinza. Ver imagens na página anterior (figuras 15, 16 e 17).

Sem sentir, Elvis estava forjando uma identidade própria. Era alto, jovem, pobre e ambicioso. Tinha uma voz potente, agradável, como poucos cantores e compositores de *rock and roll*, e uma habilidade inata para selecionar o repertório certo e de muito carisma (MUGGIATI, 1984). Sabia escolher os temas que mais preocupavam os adolescentes, entre os quais, o amor romântico. Elvis era uma figura bonita, máscula e sexy, com um gosto muito exótico, misto de caipira e crioulo (COSTA, 1993). Suas apresentações sensuais, uma cópia direta da tradição negra, arrebatavam seu público. Para seus fãs, ele simbolizava a rebeldia, a sexualidade e a vitalidade da juventude.

O sucesso, repentino e estrondoso, apanhou-o desprevenido. Seus valores básicos ainda obedeciam ao velho código moral do Sul dos Estados Unidos da América, embalados ao som romântico das canções *country*. O vigor negróide do *blues* e a ginga de “Elvis the Pélvis” foram apenas um trampolim inicial.

Nascido em East Tupelo, Mississippi, no dia 8 de janeiro de 1935, Elvis Aaron Presley se tornou o estilo mais vendável e popular da história da música moderna americana que surgiu depois da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945). Consta que, na época, ele foi um dos maiores influenciadores do consumo de massa pela classe jovem norte-americana (FRIEDLANDER, 2002). Tanto que, após seu sucesso como ídolo maior do *rock and roll*, fez vários filmes, atuando sempre como protagonista.

O começo da carreira artística apresentou um Elvis Presley rebelde, agitado e revolucionário, justamente num momento em que a juventude buscava novos rumos. Ele foi o escolhido, por assim dizer, para ser o guia dos jovens, porque era um deles. Também tinha origem humilde como eles, e sua música e imagem representavam todos os anseios de liberdade de uma geração.

Foram 42 anos, queimados numa vida intensa, da terra úmida do Mississippi aos palcos iluminados da glória, dos gestos rebeldes em blusão de couro aos tapetes vermelhos da fama. E, em meio a momentos de euforia e de solidão, a busca obsessiva do ouro: roupas, cadillacs, discos de ouro, e mais dinheiro do que um homem pode gastar em toda uma existência. Assim foi Elvis Presley, um mito para o mundo. Na verdade, apenas um jovem com uma guitarra (MUGGIATI, 1984, p. 21).

O maior astro que o *rock and roll* conheceu, Elvis Aaron Presley, faleceu no dia 16 de agosto de 1977, em sua mansão em Graceland, provavelmente de overdose. É inegável que a perda do mito em nada diminuiu sua obra e imagem, pelo contrário, Elvis, para os fãs, continuou pulsante e reverenciado como nos anos cinquenta, quando pegou uma guitarra e saiu cantando pelo mundo afora.

No rastro de Elvis Presley e de Bill Haley and His Comets vieram outros novos talentos aos quais igualmente se tornaram imortalizados pela mídia e por milhares de jovens adolescentes que idolatravam os seus heróis: Chuck Berry, Carl Perkins, Buddy Holly, The Everly Brothers, Fats Domino, Jerry Lee Lewis, Little Richard, Gene Vincent, Eddie Cochran. Não fosse a comercialização, por exemplo, dos antigos discos de vinil, regravados em CDs, ou ainda de livros, bottons, biografias, camisetas, filmes, pôsteres, etc., levando as novas gerações ao conhecimento, não só das canções, mas da juventude e das características que marcaram a personalidade e o visual dos seus heróis, eles estariam fadados ao esquecimento (RAHDE, 2002). Vale lembrar que esses ícones do *rock and roll* revolucionaram, não apenas a música e o comportamento dos jovens daquela época, como foram a inspiração de vários grupos e artistas de gerações posteriores, entre eles, o conjunto de *rock* inglês The Beatles.

Quando surgiram, na década de 1960 do século XX, na Inglaterra, os Beatles, cuja banda era formada por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr, gravaram alguns sucessos dos seus ídolos prediletos: *Rock and Roll Music* (Chuck Berry), *Words of Love* (Buddy Holly), *Everybody's Trying to be My Baby* e *Honey Don't* (Carl Perkins). Essas canções fazem parte do LP (CD) "Beatles For Sale", lançado pela EMI Records Ltd (Electric and Musical Industries Ltd), em 1964.

A propósito, o próprio nome BEATLES foi inspirado no grupo musical de Buddy Holly, chamado CRICKET. Achando que *cricket* era um trocadilho entre o nome do inseto (gafanhoto) com o jogo (críquete), juntaram *beat* (de batida, ou, como se rotularia o som inicial da banda, de “música beat”) com “besouro” (*beetles*).



Figura 18: Os Beatles em Londres (THE BEATLES: John Lennon, Ringo Starr, Paul McCartney e George Harrison)

Fonte: www.greenonnet.blogspot.com.br

Os “Beatles” foi a primeira banda de *rock* inglesa com raízes no *rock and roll* norte-americano. A imagem acima exhibe os quatro jovens de Liverpool em Londres, capital da Inglaterra. A seguir, os ídolos da década de 1950 que exerceram influência sobre os Beatles, no começo da sua trajetória artística, seja na sua música, mas, principalmente, no seu visual. Além de Elvis Presley, Bill Haley and His Comets, Marlon Brando e James Dean (cinema) cujas imagens apresentamos em outro momento.



Figura 19: Chuck Berry
Fonte: www.memory-lane.org



Figura 20: Carl Perkins
Fonte: carlperkinsfans.com



Figura 21: Buddy Holly
Fonte: www.keninray.co.uk



Figura 22: The Everly Brothers
Fonte: www.everlybrothers.com



Figura 23: Fats Domino
Fonte: www.lionelhampton.nl/imager7r.jpg



Figura 24: Jerry Lee Lewis
Fonte: www.smh.com.au



Figura 25: Little Richard
Fonte: www.petersando.com

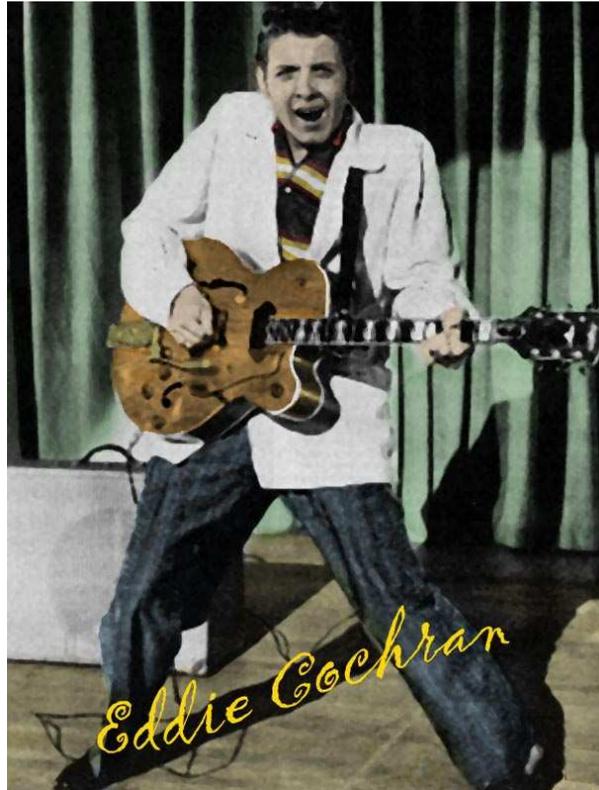


Figura 26: Eddie Cochran
Fonte: www.eddiecochran.info



Figura 27: Gene Vincent
Fonte: www.matthecat.com

Analisando-os discursivamente (THOMPSON, 1995), vemos que todos eles apresentam traços comuns entre si, um visual característico que despedaçava tudo o quanto se admitida na América de Eisenhower: os cabelos eram considerados demasiado compridos ou então não eram penteados como devia ser. Apesar do casaco, da camisa lisa ou listrada e da gravata, ou ainda do smoking (e da gravata borboleta), do lenço na lapela e dos sapatos pretos, ou de camurça, a maneira de vestir era considerada indecente, pouco discreta, ou então não era a cor apropriada. Tinham um comportamento selvagem, inquietante para a ordem estabelecida, do jovem lobo em ruptura com a matilha, ostentando sem medo toda a sua força juvenil, diante de um mundo sem energia e aterrorizado pela simples ideia que o sexo existia. Além da aparência, havia também a guitarra elétrica, como ícone daquele novo estilo de ser, irreverente e escandaloso (figuras 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 e 27).

Como disse um estudioso no assunto: “os *rock’n’rollers* tornaram-se a vergonha das famílias ao mesmo tempo que símbolos duma revolta que não hesitava em usar a violência quando tinham necessidade de se afirmar em qualquer lado” (PACHECO, 1988, p.9).

Foi a loucura imediata desde o momento em que esses ícones do *rock and roll* irromperam em cena. O seu estilo, o seu cabelo e os seus gestos provocantes, embora afrontassem o sistema e as normas convencionais, sempre em vigor (LIPOVETSKY, 1989), logo seduziram os jovens. Elvis Presley, por exemplo, provocou a ira dos adultos ao trazer para o contexto da música moderna uma dimensão nova: a sexualidade. Suas atitudes cênicas e sensuais, a famosa ginga de quadril que arrebatou milhares de adolescentes, na década de 1950, e lhe valeu o codinome *Elvis the Pélvis*, eram eloquentes.

Nos anos 50, o *rock and roll* atacou, quase diretamente, muitas das instituições que ajudavam a controlar os jovens. Durante os anos de autoritarismo silencioso do governo Eisenhower, a maneira sugestiva de se comportar no palco, os vocais guturais e as letras de duplo sentido do *rock and roll* foram vistos como ataque à decência sexual e à família estável. O *rock and roll* encorajou a separação da juventude do controle familiar (FRIEDLANDER, 2002, p. 45).

Desenvolvia-se, assim, uma nova forma de comunicação entre os jovens, uma linguagem diferente, perceptível apenas aos que deles gostavam. Para a juventude não havia escolha. Ou ela seguia os parâmetros traçados pela família, em 1950, ou rejeitava o conformismo e se recusava a assumir o papel que, desde o nascimento, lhe foi imposto pelos pais: o papel de continuadora da sociedade estabelecida.

Foi então, a partir da explosão do *rock and roll* e seus principais intérpretes, que muitos jovens daquela geração e de gerações posteriores propuseram-se sua própria banda e começaram a copiá-los em suas atitudes, a adotar a moda por eles disseminada, via meios de comunicação de massa, numa contestação às convenções sociais que haviam vigorado até àquele momento. Algo que também pôde ser utilizado como um ótimo subsídio para a construção de uma nova identidade e ainda a vendagem de discos no mercado de consumo.

Conforme Corrêa (1989),

difícilmente, poder-se-ia associar música e roupa em outra época e sob circunstâncias diferentes daquelas que são comuns hoje em dia. Aquilo que sempre representou uma necessidade de agasalho e abrigo para o ser humano acabou sendo transformado no principal elemento de identidade visual deste tempo [dos anos 1950]. Mas deve ser lembrado que essa identidade significa uma maneira de ser, disseminada a partir dos mais variados produtos à venda e enfatizada pela mídia mediante recriações sem-fim que patrocinam a insaciável fome de lucros instalada nas engrenagens do capitalismo (CORRÊA, 1989, p.13).

Por essa razão, os astros do *rock and roll* passaram a representar a principal identidade da causa com a qual estavam identificados, ou seja, contrariar o *Establishment*, a moral e os padrões estabelecidos. Além da música que interpretavam, transformavam-se eles mesmos em objeto de consumo, servindo de veículo para divulgar o modo como eram, como se vestiam e como usavam o cabelo. As imagens desses cantores, “injetadas na mente da massa” pela mídia, ajudaram a produzir a padronização do comportamento exigida pelo sistema de produção industrial (TOFFLER, 1980, p.163).

Por que isso era bom? Porque era irreverente (GOFFMAN; JOY, 2007). Além de estabelecerem a ruptura das estruturas que, num passado não muito

distante, regeram a música e as convenções sociais, os ícones do *rock and roll* criaram uma linguagem própria de comunicação, um estilo definitivo e diferente, que fora caracterizado por uma insatisfação pessoal em relação aos problemas sociais, políticos, culturais, eclodidos nos Estados Unidos da América, durante a década de 1950.

Assim, não há como negar, o surgimento do *rock and roll* revolucionou o cenário musical norte-americano do pós-guerra (1939-1945). Seus ídolos, ao alcançarem a eternidade não o fizeram do nada. Desde que apareceram em público, eles conseguiram alterar velhos costumes ao propor mudanças em coisas que os jovens daquele tempo conheceram no seu estado atual, mas jamais imaginaram que elas tivessem algo a ver com esse estilo de música e seus compositores.

Para o jovem de hoje, que frequenta motéis, discotecas, pagodes, etc., é difícil imaginar o que vinha a ser um namoro naqueles dias. Todo o contexto era extremamente fechado e rigoroso. Cada passo longe dos olhares atentos dos pais poderia ser considerado como uma vitória. Sair à noite era um prêmio aos mais comportados. Ter um carro, privilégio de muito poucos. A mulher, então, nem se fala. Era controlada em cada movimento e, caso desse um passo em falso, caía em desgraça. Era mais ou menos assim que acontecia (COSTA, 1993, p. 14).

Do ponto de vista estritamente musical, o que os *pais do rock and roll* fizeram foi promover o encontro das duas principais correntes populares da América do Norte: a branca e a negra. Seus vários estilos incluíam o velho *blues rural*, o *rhythm and blues urbano*, o *country* (música das zonas rurais brancas), o *western* (música dos vaqueiros do Oeste) e a tradição folclórica, tanto negra (*worksongs*, *spirituals*, *gospels*, etc.), como branca, de origem americana ou europeia. Todavia, se, de um lado, eles rejeitavam a sociedade dominante e as normas rígidas, de outro eles propunham à juventude da época um universo sonoro alegre, aberto para a vida. As letras de suas canções, frenéticas e dançantes, falavam de problemas que os jovens viviam: como é chato ser adolescente, os adultos não sacam nada, as relações humanas são muito complicadas e cheias de grilos, espinha na cara é um atraso de vida. Bom mesmo é dirigir um carro em alta velocidade ao som do *rock and roll* (MUGGIATI, 1984). Tal era, em essência, a mensagem deles aos jovens de sua geração.

Uma última consideração, a análise da estrutura narrativa, que envolve este subtítulo, lembra que “uma narrativa pode ser considerada como um discurso que narra uma sequência de acontecimentos, que conta uma história. Os personagens da história podem ser reais ou imaginários” (THOMPSON, 1995, 373). Nesse caso, os protagonistas, que escreveram a história da música jovem norte-americana dos anos cinquenta do século XX, são reais. Inspirando-nos em Muggiati (1984) e Friedlander (2002), vamos agora saber um pouco da vida dos ídolos do *rock and roll*.

Charles Edward Anderson Berry (Chuck Berry) nasceu em 18 de outubro de 1926 em St. Louis, Missouri. Foi menino de reformatório (por uma tentativa de roubo). Tocando guitarra desde a adolescência, tornou-se famoso em 1955, aos 24 anos com *Mabellene* e *Roll over Beethoven*. Em 1959, num julgamento marcadamente racista, que durou dois anos, Berry acabou condenado a três anos de prisão. Idolatrado pelos Beatles, como guitarrista ele criou um estilo de referência para o *rock and roll*. Apesar de outros problemas com a justiça e o imposto de renda e dificuldades familiares, voltou aos palcos e às gravações. Mas, como muitos outros da sua geração, que revolucionaram a música, em meados da década de 1950, nunca mais recuperou a antiga criatividade.

Carl Lee Perkins nasceu no dia 19 de abril de 1932 em Tiptonville, Tennessee. Filho de um agricultor pobre, subiu às paradas aos 23 anos com o histórico *Blue Suede Shoes*. A caminho de um show de televisão, sofreu um grave acidente de carro em que morreram seu irmão e seu empresário. Perkins ficou um ano no hospital, enquanto Elvis Presley fazia sucesso com a sua versão de *Blue Suede Shoes*. Depois do impacto que provocou no cenário do *rock and roll*, em 1955-1956, Perkins resignou-se com uma carreira menos espetacular, cheia de altos e baixos. Este cantor de *rockabilly*, uma mistura de *rhythm and blues* e *country music*, que se desenvolveu na Sun Records em Memphis, Tennessee, no começo dos anos cinquenta, morreu no dia 19 de janeiro de 1998 aos 65 anos de idade depois de sofrer vários derrames. Foi enterrado no Ridgecrest Cemetery, em Jackson, Tennessee.

Charles Hardin Holley (Buddy Holly), o “e” foi retirado assim que ele subiu aos palcos, nasceu em Lubbock, Oeste do Texas, no dia 7 de setembro de 1936. De origem humilde, representou uma influência importante do *rock* da década

de 1960, de Bob Dylan aos Beatles. Tocando desde cedo, já aos 18 anos Buddy Holly tinha um show numa rádio da sua cidade, Lubbock . Aos 20, gravava em Nashville e se apresentava ao lado de Elvis Presley. Aos 22 anos, era sucesso em todo o país e na Inglaterra, só perdendo em popularidade para Presley. Foi com essa idade, em 1959, que Buddy Holly morreu num desastre de avião.

Don e Phil Everly (The Everly Brothers) eram filhos de conhecidos cantores de *country*. Estouraram com *Bye, Bye Love* e *Wake up Little Susie*, em 1957, quando tinham apenas 21 e 20 anos de idade. A partir de 1960, com a troca da gravadora (Columbia) e um período passado na Marinha, sua carreira começou a entrar em declínio. Conta-se que, numa excursão pela Inglaterra em 1963, Don sofreu um colapso nervoso e Phil teve de tocar sozinho. À medida que inspiravam os mais famosos cantores e grupos novos de *rock*, tais como os Beatles, Bob Dylan, Simon and Gafunkel, Mamas and Papas, The Byrds, os irmãos Everly iam se desmantelando. A crise durou até 1973, quando deram seu último concerto e partiram para carreiras obscuras. O retorno em 1984 foi apenas uma viagem sentimental ao passado de glórias. The Everly Brothers tornaram-se populares com um estilo que permaneceu fiel às suas raízes musicais. Don nasceu em 1º de fevereiro de 1937, em Brownie, Kentucky, e Phil em 19 de janeiro de 1939, em Chicago.

Antoine Dominique Domino (Fats Domino) nasceu em Nova Orleans, Louisiana, no dia 26 de fevereiro de 1928. Em 1949, ele gravou seu primeiro sucesso de *rhythm and blues*, *The Fat Man*, que vendeu um milhão de cópias em 1953. Todavia, Domino não se tornou o primeiro superastro do *rock and roll*. Embora fosse um pianista completo e co-autor da maioria de seus *hits*, sua performance no palco, e conseqüentemente uma boa parte de sua imagem junto ao público, carecia da rebeldia explosiva de Elvis Presley ou Little Richard. Domino e sua música eram tranquilos demais. Apesar de baixo, Domino pesava 105 quilos. Baseado num conjunto tradicional de *rhythm and blues*, com bateria, piano, guitarra e saxofone, o som de Fats Domino foi proclamado como *rock and roll* em 1956. A rica tradição musical de Nova Orleans deu-lhe uma variedade de influências. Seu estilo de piano foi extraído de músicos de *boogie woogie*.

Jerry Lee Lewis foi outro que começou cedo na música. Dizem que seus pais hipotecaram a casa (e a perderam) para comprar um piano de 900 dólares

para o garoto, quando ele tinha oito anos. Lewis nasceu perto de Ferriday, na Louisiana, em 29 de setembro de 1935. Cresceu entre a população operária do Sul e estudou para ser pastor da Assembleia de Deus, mas acabou tornando-se músico de clubes noturnos. Na mesma gravadora que descobriu Elvis Presley, a Sun Records, lançou *Crazy Arms* e depois *Whole Lotta Shakin'*, que se transformou num *hit*. No palco, ele tocava piano com qualquer parte de seu corpo que estivesse ao seu alcance. Em 1958, Lewis separou-se da esposa para se casar com uma prima de 13 anos de idade. O choque provocado por essa atitude, nos Estados Unidos da América de cunho moralista, praticamente arruinou sua carreira. Temperamental, famoso como demolidor de pianos (uma vez incendiou um, por ter sido colocado como “aperitivo” de um show duplo, com Chuck Berry no horário principal), Lewis persiste como uma das lendas vivas do *rock and roll*, sempre fiel ao seu apelido: The Killer, o *matador*.

Richard Wayne Pennimen (Little Richard) nasceu em 5 de dezembro de 1932, em Pleasant Hill, nas proximidades de Macon, na Geórgia, Estados Unidos da América. Filho de um contrabandista de uísque, com seu avô e dois pregadores religiosos, estourou nas paradas aos 20 anos, em 1955, quando gravou um dos clássicos do *rock and roll*, favorito de Elvis Presley e dos Beatles: *Tutti Frutti*. Depois de vender milhões de discos com outros *hits*, como *Long Tall Sally* e *Good Golly Miss Moly* (ambas gravadas pelos Beatles), Richard, no meio de uma turnê pela Austrália, em 1957, decidiu abandonar a música e refugiar-se na religião. Com o sucesso estrondoso dos Beatles em 1964, Little Richard tentou voltar aos palcos, em várias ocasiões, mas o seu *rock and roll* nunca mais foi o mesmo. Nos anos setenta, embora sempre respeitado por seu pioneirismo, dedicou-se bem mais à religião e a eventos nostálgicos, celebrando as origens do *rock and roll*, do que a uma carreira artística efetiva, gravando poucas canções inéditas.

Edward Ray Cochrane (Eddie Cochran), nasceu em 31 de outubro de 1938, em Oklahoma City, Oklahoma, e morreu em Londres, capital da Inglaterra, em 17 de abril de 1960. Foi um músico norte-americano de *rockabilly*. Começou a sua carreira musical em 1955 com seu amigo Hank Cochran (sem parentesco), que mais tarde viraria compositor *country*. A dupla gravava como *The Cochran Brothers*, enquanto Eddie trabalhava como músico de sessão e compunha suas próprias músicas. Em 1956, Eddie Cochran participou do filme *The Girl Can't Help It*,

produzido e dirigido por Frank Tashlin, apresentando a música *Twenty-Flight Rock* (gravada pelos Beatles no início de 1960). Mas seu primeiro sucesso só emplacaria em 1957, uma de suas poucas canções escritas por outra pessoa, chamada *Sittin' in the Balcony*. Cochran é mais lembrado por sua composição *Summertime Blues*, que ajudou a modelar o formato do *rock*, nos anos sessenta, tanto liricamente quanto musicalmente. Sua curta carreira foi marcada por mais alguns sucessos, como *C'mon Everybody*, *Somethin Else*, *My Way*, *Weekend*, *Nervous Breakdown* e seu *hit* póstumo *Three Steps to Heaven*. Em 1960, Eddie Cochran morreu em um acidente de trânsito em Londres. O táxi em que viajava numa curta turnê capotou e o arremessou para fora. Cochran está enterrado no cemitério Forrest Lawn Cypress em Cypress, Califórnia. Um álbum póstumo, *My Way*, foi lançado em 1964.

Eugene Vincent Craddock (Gene Vincent) nasceu no dia 11 de fevereiro de 1935, em Munden Point, VA, Carolina do Norte. Ele adquiriu a sua primeira guitarra aos 12 anos de idade quando estava visitando um amigo em West Virginia, que tinha uma guitarra-playing irmã. Gene foi um músico norte-americano de *rockabilly*, mais conhecido por seu sucesso *Be-Bop-a-Lula*. Ele começou sua carreira tocando em diversas bandas de música *country* em Norfolk, Virgínia, depois de deixar a Marinha com uma lesão permanente na perna. Ele assinou contrato com a Capital Records com sua banda de apoio, The Blue Caps.

Em 1956, depois que *Be-Bop-a-Lula* transformou-se num grande sucesso, Gene Vincent e os Blue Caps não conseguiram emplacar outros *hits* de tamanha repercussão, mas tiveram uma carreira pontilhada de sucessos, como: *Bluejean Bop*, *Race With the Devil*, *Lotta Lovin*, *Crazy Legs* e *Baby Blue* (esta última gravada pelos Beatles no começo de 1960). Vincent inclusive foi um dos primeiros astros de *rock and roll* a estrelar em 1956 um filme, chamado *The Girl Can't Help It*, de Frank Tashlin, junto com seu amigo Eddie Cochran. Um fato marcante na carreira artística do cantor foi a morte de seu melhor amigo Eddie Cochran, em um acidente automobilístico, durante uma *tourne* que ambos faziam pela Inglaterra no ano de 1960. Gene que também estava no veículo teve a antiga lesão de sua perna agravada e, até o fim de sua vida, não se recuperou psicologicamente do ocorrido. A carreira de Gene teve uma enorme perda de popularidade, a partir da metade da década de 1960, com a chegada das *english bands*, embora ele continuasse a fazer sucesso na Europa, principalmente na Inglaterra e na França. Passou os últimos

anos de sua vida tentando reconquistar o antigo sucesso, mas acabou afundando-se cada vez mais nas bebidas e na depressão. Faleceu na Califórnia, em 1971, de cirrose gástrica.

Marlon Brando Jr¹⁹. nasceu em Omala, Nebraska, no dia 3 de abril de 1924. Foi um ator estadunidense, considerado um dos maiores atores de língua inglesa de todos os tempos. Segundo consta, Brando teve uma infância tumultuada. Foi expulso da Escola Libertyville High School e, aos 16 anos de idade, mandado para a academia militar Shattuck, em Fairbault, Minnesota. Lá, se sobressaiu nas aulas de teatro. Mas, por tentar escapar do confinamento da escola, sofreu, mais uma vez, expulsão. Aceito de volta um ano mais tarde, decidiu não dar prosseguimento aos estudos. Acabou indo para Nova Iorque atrás de suas irmãs. Uma tentava ser pintora, enquanto a outra estava na Broadway. Em Nova Iorque, Marlon Brando estudou em várias escolas de teatro, dentre elas a Actor's Studio e a New School Dramatic Workshop. Nesta última, ele aprendeu técnicas do Método Stanislavski.

James Byron Dean²⁰ nasceu em Marion, Indiana, no dia 8 de fevereiro de 1931 e morreu em Salinas, Califórnia, em 30 de setembro de 1955. Foi um ator estadunidense. É considerado por muitos como um ícone cultural, como a melhor personificação da rebeldia e angústias próprias da juventude da década de 1950. James Dean era filho único. Aos 8 anos de idade, ele já tocava violino e fazia aulas de sapateado. Considerado uma criança introspectiva, Jimmy, como era chamado, cresceu na fazenda de 300 acres dos tios, onde aprendeu a dirigir trator e ordenhar vacas. Aos 14 anos já participava do teatro escolar e, aos 17 anos, ganhou sua primeira moto, uma Triumph. Em seu aniversário de 18 anos, em 8 de fevereiro de 1948, Dean alistou-se em Fairmont, mas escapou do serviço militar declarando ser homossexual.

Com a intenção de estudar arte dramática, Dean foi para Los Angeles em 1949. Ganhou do pai um Chevrolet de segunda mão. Abandonou a faculdade e foi para Nova Iorque cursar o lendário Actor's Studio. Para se manter em Nova Iorque trabalhou como garçom e cobrador de ônibus. Em 1952, começou a fazer

¹⁹ MARLON BRANDO. In: Wikipédia. Disponível em:<www.wikipedia.org/wiki/marlon_brando>. Acesso em: 12 fev. 2009.

²⁰ JAMES DEAN. In: Wikipédia. Disponível em: <www.wikipedia.org/wiki/james_dean>. Acesso em: 12 fev. 2009.

pequenas pontas na TV. Em 1953, encenou na Broadway a peça de Richard Wash *See the Jaguar*. A peça foi um fracasso, mas Dean chamou a atenção da crítica. Encenou a peça *O Imoralista*, baseada na obra de Andre Gide, interpretando um homossexual. Com a peça ganhou o Tony Award de melhor ator do ano.

No dia em que morreu, James Dean ainda esgotava ingressos com o seu primeiro filme. A consagração final chegou poucos dias após a sua morte, quando *Juventude Transviada* chegou aos cinemas. Recebeu duas indicações ao Oscar, postumamente. Em 1956, por *Vidas Amargas* (a primeira indicação póstuma na história da premiação), e em 1957, por *Assim Caminha a Humanidade*, ambas por melhor ator. Ganhou dois prêmios do Globo de Ouro, em 1956 como melhor ator e, no ano seguinte, um prêmio especial que o consagrou como ator favorito do público.

Nos anos cinquenta, os meios de comunicação de massa exploraram o caráter anticonvencional do *rock and roll*. O mesmo aconteceria na década de 1960 com o *rock* dos Beatles. Ambos foram classificados pela mídia como dois fenômenos legítimos de ação social e até política, eficazes de realizar críticas à sociedade vigente e aos padrões morais e estruturais por ela estabelecidos. Trata-se, portanto, de uma linguagem de comunicação que há muito vinha sendo usada como “expressão cultural de revolta e inconformismo, dos negros a princípio, depois dos jovens, e depois ainda, de outras diversas minorias e de artistas politizados” (CAZÉ, s.d., p.32).

Apesar de muitos autores considerarem que o *rock and roll* e o *rock* são um único estilo musical (MUGGIATI, 1983) e (FRIEDLANDER, 2002), eles não apresentam as mesmas características musicais. Embora o segundo tenha sofrido influência direta do primeiro. O *rock and roll* de Elvis Presley e outros foi um gênero feito por músicos mais velhos (quanto à idade, “maduros”) para um público jovem, porém bem mais adulto. As letras das suas canções costumavam abordar somente temas do cotidiano, histórias simples sobre o amor adolescente, a dança, a festa na casa do amigo ou da amiga, a escola, a música, o sexo, o automóvel, a motocicleta, a estrada, a velocidade.

Já o *rock* que emerge com os Beatles e os Rolling Stones, por exemplo, foi feito por músicos jovens exclusivamente para jovens. É claro que as canções dos Beatles, logo no início dos anos sessenta, quando despontaram na Inglaterra,

traziam algumas peculiaridades do *rock and roll*, como as de que acabamos de falar. No entanto, este gênero musical, filho bastardo do *rock and roll* dos anos cinquenta, era mais bruto, agressivo, no sentido de ser mais politizado. Suas letras não eram tão inocentes como davam a entender. Havia algo mais profundo.

Além do mais, os músicos do *rock* costumavam incluir nas canções que compunham outros instrumentos musicais. Não apenas a guitarra e a bateria ou o piano. Isso ficou evidente com os Beatles em seu LP *Revolver* (1966), onde o uso da flauta e da cítara indiana é destaque em quase todas as faixas. A partir de *Sergent Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), considerado pela mídia um marco na trajetória musical dos Beatles e da indústria fonográfica, o *rock* finalmente ganhou projeção universal. Veicular o ideário da contracultura era o ponto principal do *rock* dos anos sessenta.

Quanto ao significado atribuído pela imprensa especializada ao termo *pop* e sua relação com o *rock and roll* da década de 1950 e com o *rock* da década de 1960, ambos do século passado, alguns pesquisadores no assunto afirmam tratar-se de um elo de inclusão e exclusão, na qual o universo *pop* seria o campo ocupado pela música destinada à parada jovem de sucessos e onde estariam inseridos vários estilos musicais, tais como o *funk*, o *reggae*, a *balada* (que é a versão *pop* da canção sentimental), além do próprio *rock and roll* e do *rock*, por terem origem comum nos ritmos afro-americanos. Sendo assim, o *pop* seria, em sua essência, “um fenômeno comportamental da juventude” (CAZÉ, s.d., p.33).

Todavia, vale ressaltar que tanto o *rock and roll* quanto o *rock* resultaram da aplicação da tecnologia moderna que surgiu com o século XX. Por tecnologia entendemos, não apenas as novas técnicas ou aparatos tecnológicos introduzidos na produção, divulgação e recepção de uma forma simbólica (THOMPSON, 1995), como a música popular moderna: fonógrafo, gravação magnética, instrumentos amplificados ou eletrônicos, rádio, cinema, TV. Inclui também o próprio processo global de comunicação aperfeiçoado nas últimas décadas e, principalmente, a troca de informações em toda a sua dinâmica, porque, no seu sentido mais amplo,

as comunicações criam uma sociedade de entrelaçamentos extraordinários na qual quase todos os membros estão ligados cada vez mais estreitamente por contatos visuais e auditivos contínuos num estado de perpétua interação eletrônica. Assiste-se a uma comunhão instantânea das experiências sociais mais intensas e, em consequência disso, as consciências são modeladas segundo um tipo esporádico fundamentalmente diferente (como observou McLuhan) do modo literário ou panfletário de transmissão da informação que caracterizava a era industrial (MUGGIATI, 1983, p. 49).

Se a descoberta da imprensa (ou tipografia moderna com tipos móveis) pelo alemão Johannes Gutenberg (1394-1468), por volta do ano de 1440 do século XV, modificou as condições de leitura e de produção literária, permitindo ainda a explosão da comunicação e a circulação de informações e ideias, a uma escala nunca vista até então (SOUSA, 2004), o surgimento do *rock and roll*, em 1950, e do *rock*, em 1960, também foi relevante para ilustrar um capítulo inédito na história da música popular do século XX. Através desses estilos musicais, ambos fabricados pela cultura de massa, houve uma ruptura total dos padrões de harmonia e composição que alterou o modo de produzir e consumir música, além de promover uma maneira inovadora de se apresentar a respectiva interpretação (CORRÊA, 1989). A começar pelos requebros de Elvis Presley e, *a posteriori*, a reverência dos Beatles ao público. É a constatação de que o rompimento ocorre de modo paralelo, no que diz respeito à manifestação musical e no que se refere às formas de expressá-la.

Como vimos, o principal objetivo deste primeiro capítulo foi propiciar um panorama contextualizador acerca das origens e evolução do *rock and roll*, e do mesmo modo trazer à tona uma época que serviu de marco referencial para o aparecimento dos Beatles na década de 1960, bem como a influência que a banda inglesa recebeu dos ídolos dos anos cinquenta, seja na música, seja no visual. No próximo capítulo da nossa tese, iremos então falar do nascimento do quarteto de Liverpool e a construção de sua imagem pública, que ocorre em plena modernidade, bem como o momento em que o grupo se insere na pós-modernidade.

2 A IMAGEM DOS BEATLES ENTRE A MODERNIDADE E A PÓS-MODERNIDADE

O propósito deste segundo capítulo é analisar a imagem visual dos Beatles como uma banda de *rock* inglesa surgida num momento de transição entre a modernidade e a contemporaneidade, período que podemos denominar de pós-modernidade. Falar sobre os Beatles e sua imagem como ícones da contracultura, que teve início na década de 1960 do século XX, a partir da Inglaterra, é referir-se a uma forma simbólica que, segundo Thompson (1995), deve ser assimilada em relação aos resíduos do passado.

Isso explica por que iniciamos o primeiro capítulo da nossa tese fazendo um resgate histórico das origens e evolução do *rock and roll*, gênero musical interpretado por Elvis Presley, entre outros ídolos. Durante a década de 1950 do mesmo século XX, nos Estados Unidos da América, começou um movimento de ruptura em relação à música e às convenções sociais do passado, tendo, por outro lado, incitado a juventude norte-americana daquela época a se rebelar contra a sociedade estabelecida e o mundo adulto dos seus pais. Este fato exerceu influência sobre os Beatles, nos primórdios de sua carreira artística, seja na sua música, mas, principalmente, no seu visual.

Como indicamos na metodologia, o presente capítulo está dividido em duas etapas distintas. A primeira delas irá fazer uma leitura crítica da imagem dos Beatles na modernidade. “Ler imagens criticamente implica aprender como apreciar, decodificar e interpretar imagens, analisando tanto a forma como elas são construídas e operam em nossas vidas, quanto o conteúdo que elas comunicam em situações concretas” (KELLNER, 1995, p. 109).

Assim, na fase inicial, que abrange o período de 1962 a 1965, vamos procurar mostrar como os Beatles, através da imagem construída por eles, na época, 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 abotoados até ao alto, quase escondendo a gravata.

Na sequência, abordaremos a segunda e última etapa deste segundo capítulo, que compreende a era psicodélica dos Beatles. Ela vai de 1966 a 1970. Este é o momento em que os Beatles rompem com a modernidade para viver na pós-modernidade – ou contemporaneidade. Nesse estágio de transição, veremos que houve uma descontinuidade, uma ruptura total de padrões com a fase anterior, pois a nova visualidade estética adotada pela banda já não corresponde à postura estudada, quase ingênua, como na etapa anterior de sua trajetória musical. Ao invés disso, observaremos que a imagem dos Beatles, no período passou, a favorecer o ecletismo, a mistura de códigos, o deboche, a antissocialidade.

O uso abusivo de drogas pesadas como forma de expansão da consciência (*LSD - Dietilamida do ácido lisérgico*), a busca da identidade em culturas exóticas, já que, para a banda inglesa, o modelo ocidental não mais satisfazia, a necessidade de um senso de socialidade (MAFFESOLI, 2001)²¹, o desprezo cada vez mais acentuado pela realeza britânica e a indiferença do grupo frente ao cristianismo como religião, serviram para comunicar à ala conservadora que uma nova ordem moral dos valores aceitos ou dissimulados estava sendo inaugurada, a partir das imagens midiáticas criadas pelos Beatles, sem se deixar dominar ou estigmatizar, refutando normas do agir e do fazer, já bem distante das restrições disciplinares da época moderna (SUBIRATS, 1993).

Tentar elaborar um estudo analítico do material iconográfico produzido pelos Beatles, em momentos distintos de sua trajetória musical, isto é, a modernidade e a pós-modernidade, não será tarefa fácil, visto que, para alguns autores, como é o caso de Ruiz (2003), a modernidade parece não ter-se esgotado por completo. “Ela resiste com todo seu potencial e inclusive se exhibe de um modo triunfal” (RUIZ, 2003, p.17). Portanto, para tratar do assunto da melhor maneira possível, organizamos o capítulo da seguinte maneira:

²¹ Em Michel Maffesoli, a palavra socialidade vincula-se a uma fenomenologia do social, onde os sujeitos desenvolvem agrupamentos festivos, empáticos, baseados em emoções compartilhadas e em novos tribalismos. Refere-se ao vivido, ao presente, ao estar-junto. Para o autor, a vida quotidiana pós-moderna ou contemporânea é marcada pela socialidade. Ver Michel Maffesoli. ***A Conquista do Presente***, 2001, p. 20-27.

Inicialmente, vamos aplicar a Análise Sociohistórica, primeira fase do referencial metodológico proposto por Thompson (1995) na *Hermenêutica de Profundidade*, a fim de contextualizar, no tempo e no espaço, o momento em que a imagem pública dos Beatles emerge como acontecimento midiático mundial, desencadeando todo um movimento de contracultura que irá refletir-se no comportamento e no estilo de vida da juventude. Convém ressaltar que os fatos citados neste item como pano de fundo, para ilustrar a década de 1960 do século XX, não irão obedecer a uma ordem cronológica de datas, mas em uma ordem aleatória, por considerarmos mais adequada ao texto.

Após essa breve incursão, faremos uma revisão histórica, sucinta, da modernidade, época do aparecimento dos Beatles. É uma contribuição preliminar, mas indispensável ao entendimento de um tempo que, em nosso modo de ver, foi decisivo para a construção da identidade visual da banda britânica, mesmo que a imagem dessa identidade tenha, gradativamente, provocado “um tipo particular de comunicação”, tendo em vista a mudança radical que ela provocou no comportamento e nas atitudes da juventude (BARBERO, 2008, p. 101).

Depois de resgatarmos algumas ideias básicas e pertinentes à modernidade, trataremos assim do surgimento da imagem pública dos Beatles nesta época, completando desta forma a Análise Sociohistórica que envolve a etapa inicial deste segundo capítulo. A seguir, na Análise Formal ou Discursiva Narrativa, pretendemos elaborar uma descrição, também aleatória, da representação visual dos Beatles veiculada pela mídia, no período de 1962 a 1965, que igualmente se refere à modernidade da banda inglesa.

Assim como a Análise Sociohistórica, a Análise Formal ou Discursiva Narrativa é essencial, porque “[...] os objetos e expressões que circulam nos campos sociais são também construções simbólicas complexas que apresentam uma estrutura articulada” (THOMPSON, 1995, p. 369). Noutros termos, significa dizer que esses objetos podem, querem e devem nos comunicar algo: um estilo diferente de vida a ser analisado, a ruptura com os códigos morais que vigoraram no passado, a construção de uma nova identidade de geração.

Para realizar a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, foram escolhidas intencionalmente quarenta e três imagens representativas dos Beatles, além do registro visual exibido pelo grupo entre 1962 e 1965. As onze primeiras são do

tempo em que o grupo atuava como banda informal de *rock* entre Liverpool, na Inglaterra, e Hamburgo, na Alemanha. A imagem dos Beatles, no período (1960-1961), indica a influência que receberam dos primeiros intérpretes do *rock and roll*, gênero musical que explodiu, nos Estados Unidos da América, em meados de 1950.

As outras seis imagens selecionadas dizem respeito às capas de discos de vinil lançadas na década de 1960: *Please Please Me*, *With The Beatles*, *A Hard Day's Night*, *Beatles For Sale*, *Help!* e *Rubber Soul*. Através dessas imagens, buscaremos examinar os padrões, os personagens e os papéis que são comuns a um conjunto de narrativas [iconografias] a serem analisadas como formas ou construções simbólicas de comunicação (COUTINHO, 2005) e que constituem uma estrutura subjacente (THOMPSON, 1995) comum à produção visual reunida até hoje sobre os Beatles.

Depois de concluirmos a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, que é a segunda fase da Tríplice Análise (THOMPSON, 1995), iremos falar sobre **a explosão dos Beatles e o sucesso do grupo diante do espectador**, por ter acontecido em plena modernidade. Feito isso, passaremos à próxima fase da trajetória musical dos Beatles, que compreende a sua pós-modernidade.

Ao contrário da modernidade, aplicaremos a metodologia de Thompson (1995) de maneira diferente, seguindo, porém, o referencial teórico sugerido na Hermenêutica de Profundidade: inicialmente, usaremos a Análise Sociohistórica para contextualizar a pós-modernidade. Num segundo momento, empregaremos a mesma Análise Sociohistórica em conjunto com a Análise Formal ou Discursiva Narrativa. Assim, ao mesmo tempo em que situaremos os Beatles na pós-modernidade, faremos uma narrativa descritiva da imagem do grupo nesse período (1966-1970). Optamos por este caminho, visto que achamos mais apropriado a nossa análise. Acrescentamos ao visual dos Beatles nessa época a imagem das capas dos discos de vinil produzidas por eles, na segunda metade de 1960: *Revolver*, *Sgt. Pepperr's Lonely Hearts Club Band*, *Magical Mystery Tour*, *Yellow Submarine*, *The Beatles*, *Let It Be* e *Abbey Road*.

As imagens representativas que vamos analisar, nessa fase de transição (da modernidade à pós-modernidade) e que simbolizam parte do registro visual dos Beatles reunido até hoje sobre o conjunto, são, segundo alguns autores, percebidas como textos [narrativas], ou seja, uma realidade estruturada, que não se revela pelo

conteúdo manifesto, por estar implícita. A estrutura, nesse caso, é uma realidade oculta da mensagem a ser desvendada (BARDIN, 1977).

Quanto a Interpretação/Reinterpretação, terceira e última fase da Hermenêutica de Profundidade, será deslocada para a parte final desta tese, após termos concluído os capítulos precedentes. Nela, tentaremos explicar ou reinterpretar, como pretende a metodologia de Thompson (1995), por que a imagem pública dos Beatles, surgida num momento de transição entre a modernidade e a pós-modernidade, foi responsável pela indústria cultural que revolucionou o século XX. Além de abalar as estruturas conservadoras, ainda vigentes na década de 1960, continuaram exercendo influência entre os jovens de gerações recentes, mesmo após quatro décadas de sua separação.

Ao mesmo tempo, vamos também buscar o entendimento do conteúdo emergente dessa análise, buscando referencial de suporte na técnica de Análise de Conteúdo, de acordo com Bardin (1977). As palavras-chave que emergem de revisão teórica sobre indicativos de modernidade, agrupadas por categorias, serão analisadas mais especificamente neste segundo capítulo, procedendo-se, da mesma forma, com as palavras-chave que constituem a pós-modernidade, para que, “[...] a partir do momento em que a análise de conteúdo decide codificar o seu material, deve produzir um sistema de categorias” (BARDIN, 1977, p. 119).

A Análise de Conteúdo de Bardin (1977) vai ao encontro das referências de Thompson (1995, p.366), porque “o objetivo da Análise Sociohistórica é reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas”. Sobre a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, Thompson considera que “os métodos da Análise Discursiva procedem através da *análise*, eles quebram, dividem, desconstroem, procuram desvelar os padrões e efeitos que constituem e que operam dentro de uma forma simbólica”. Dessarte, ainda referenciando Thompson, a Interpretação Reinterpretação “[...] implica um movimento novo de pensamento, ela procede por síntese, por construção criativa de possíveis significados” (THOMPSON, 1995, p. 375).

2.1 DÉCADA DE 1960: UM OLHAR RETROSPECTIVO DAS IMAGENS MUDIÁTICAS QUE MARCARAM A ERA DOS BEATLES

Não há como deixar de reconhecer o impacto da imagem e a importância da mídia como um dos grandes apelos dos últimos tempos. Elas abriram as portas para mundos perceptivos novos, criaram novos olhares, que se transformaram em receptadores, e ampliaram horizontes da comunicação e da cultura humana (BAITELLO, 2005). Por isso, antes de oferecer uma visão geral das imagens midiáticas, que marcaram ou coincidiram com o aparecimento dos Beatles, vamos, num primeiro momento, procurar saber o sentido etimológico de *imagem* e o que ela significa para alguns autores *a priori*.

De acordo com Russ (1991, p. 140), a palavra imagem (do latim *imago*) é a “representação material de um objeto” ou a “representação mental do que já foi percebido”, no caso da Psicologia. Por outro lado, o termo imagem pode ser definido como “[...] uma representação mental, consciente ou não, formada a partir de vivências, lembranças passadas e passível de ser modificada por novas experiências” (RABAÇA; BARBOSA, 1987, p. 327).

Já no grego antigo, a expressão imagem corresponde ao termo *eidos*, que é a raiz etimológica de *idea* ou *eidea*, cujo conceito foi desenvolvido por Platão (427-347 a.C.) em o *Mito da caverna*, uma narrativa descrita no livro VII de *A República*²² (HOHLFELDT, 2002). Para Platão, *eidos* (*eidós*) ou *ideia* (ideia), o conhecimento das coisas é uma projeção da mente, o que o torna verdadeiro. Nesse sentido, o platonismo nega todo e qualquer tipo de saber obtido por meio de imagens. Opondo-se às reflexões de Platão, Aristóteles (384-322 a.C.), outro filósofo grego, refletia a imagem como sendo uma aquisição pelos sentidos, a representação mental de um objeto real, fundando a teoria do realismo.

²² Para Platão, filósofo idealista, tudo neste texto é, originalmente, ideia. Ver também Platão, *A República* VII, 1-3, 514-18, in: Rodolfo Mondolfo, Texto: **A alegoria da caverna: o cárcere corpóreo e a sombra das ideias – a ascensão à luz do inteligível**, s/d. p. 215-216.

Ainda no grego antigo identificamos outros termos que igualmente denotam imagem (CHAUÍ, 2006). São eles *eídolon*, *eíkôn* e *phantásma*. O primeiro, *eídolon*, deriva do verbo *eído* e quer dizer parecer, ver, examinar, ter a aparência de. Refere-se, antes de tudo, a imagem, aparência, reprodução, ídolo, retrato. É a imagem referida ao sujeito que vê, contempla, observa, conhece. É a imagem produzida pelos órgãos dos sentidos, ou ainda a imagem refletida, imagem dos sonhos, concebida pela imaginação.

Já *eikôn* vem de *eikô*, cujo sentido é ser semelhante a. *Eikôn* (ou ícone) é a imagem. Por meio da semelhança reproduz alguma coisa, seja um retrato, um quadro, uma pintura, escultura, imagem refletida na água ou no espelho. *Phantásma*, por sua vez, resultou de *pháos* (a luz). É o mesmo que fazer brilhar, aparecer, mostrar o caminho, manifestar, dar a conhecer. É a imagem, a coisa percebida por nós e que permanece em nós. Por não ter mediação, nada se interpõe entre nós sujeitos e a imagem ou coisa percebida (CHAUÍ, 2006).

Não obstante os termos oriundos do grego antigo citados há pouco e que dizem respeito à visão ou às imagens visuais, Chauí (2006) atribui à palavra latina *imago* um sentido diferente. E tal distinção, segundo explica a autora, está no fato de que, enquanto, para a cultura grega, o conceito de *imago* era visto como objeto da teoria do conhecimento e da psicologia, na cultura romana, por outro lado, o termo em epígrafe conquistou o seu lugar na retórica, ou seja, no campo das imagens de linguagem ou figuras de linguagem.

Se aceitarmos explorar “imagem” somente do ponto de vista do conhecimento e da retórica, por exemplo, estaríamos recaindo num erro, já que a palavra em si aponta para várias e diferentes direções. O termo imagem, na realidade, transcende em muito esse pequeno recorte, por se tratar de “um registro histórico que vem sobrevivendo ao que representa”. Nesse sentido, a expressão “imagem” refere-se a toda visualização construída pela ação do homem. Inclui todo e qualquer objeto que possa ser percebido visualmente e, portanto, esteticamente (RAHDE, 2000, p. 19).

Não por acaso, são notáveis os exemplos de trabalhos com imagens artisticamente produzidas pela ação homem nas cavernas da Pré-História, na pintura, na fotografia, no teatro, na literatura, no cinema, nas histórias em quadrinhos, na arquitetura e no urbanismo, na televisão, na publicidade, sem falar

nas imagens gráficas feitas pela tecnologia digital na virada do século. Consideramos, dessa forma, que artistas de diversos períodos [históricos] “contaram” os atos heróicos por meio da imagem, utilizando o recurso da “leitura iconográfica” (RAHDE, 2000, p. 43).

Assim como as falas, a música, os gestos, as atitudes e os textos, as imagens em suas mais variadas formas de representação estética constituem aquilo que Thompson (1995) chama de formas simbólicas. E como tais, são produzidas (faladas, narradas, inscritas) e recebidas (vistas, ouvidas e lidas) por sujeitos em lugares específicos, agindo e reagindo a tempos particulares e locais especiais. Reconstituir o ambiente de origem das formas simbólicas é para o autor uma parte importante da Análise Sociohistórica.

Por isso vamos ao encontro de Toffler (1970), porque, segundo este autor, cada época constrói uma imagem ideal de si mesma pela qual gosta de se enxergar e desejaria ser lembrada pelas gerações posteriores. Em nossa opinião, os anos sessenta constituíram em si uma década de efervescência cultural, política, social, que acabou revolucionando o imaginário de uma geração.

Como veremos, muitos foram os acontecimentos cujas imagens e informações veiculadas pela mídia, abrindo aqui uma janela para a televisão, o rádio, o cinema, os jornais e as revistas, já que, na década de 1960 do século XX, a Internet (Rede Mundial de Computadores)²³ ainda não havia sido explorada para divulgar notícias e reproduzir visualmente a produção cultural em geral, não deixaram dúvidas de que o “espírito do tempo” já era outro (MORIN, 1997).

Para nós, os primeiros sinais a indicar que uma nova mentalidade começava a tomar conta do imaginário da mídia e do espectador, a partir de 1960, vieram logo no início da década, quando quatro jovens adolescentes, ousados e irreverentes, emergiram dos patamares mais baixos da hierarquia social inglesa e projetaram valores e imagens que usaram com regularidade para abraçar ideias antissistema. Enquanto o *Sistema* os aviltava, chamando-os de arautos do

²³ A Internet foi concebida em 1969, quando a Arpa (Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focada na pesquisa de informações para o serviço militar, criou a Arpanet, rede nacional de computadores, que servia para garantir comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados por outro país, principalmente a União Soviética. Ver Pollyana Ferrari. *Jornalismo Digital*, 2003, p.15.

movimento psicodélico e de gurus sem religião, a contracultura os celebrava como profetas sagrados de uma “nova era” (SURBER, 2007).

Nativos de Liverpool, pequena cidade industrial situada na costa da Inglaterra e alvo dos ataques aéreos nazistas, durante a Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945), Richard Starkey Jr. (nascido em 7 de julho de 1940), John Winston Lennon (nascido em 9 de outubro de 1940), James Paul McCartney (nascido em 18 de junho de 1942) e George Harrison (nascido em 25 de fevereiro de 1943), juntar-se-iam ainda garotos para formar THE BEATLES, a primeira banda de *rock* inglesa com raízes no *rock and roll* americano.

Considerados um dos maiores ícones do gênero musical *pop* britânico da década de 1960 do século anterior, os Beatles foram o estopim da grande virada comportamental que estava acontecendo entre os jovens no período. Uma das razões determinantes para essa mudança de atitude, se não a principal delas, foi sem dúvida a aparência rebelde adotada pelo grupo e sua capacidade de inovar.

Quem não lembra, por exemplo, do escândalo que o quarteto de Liverpool provocou naquele tempo com os cabelos compridos, os ternos engomados, as calças justas e as botinhas de bico fino? Essa moda, completamente fora dos padrões vigentes, era uma verdadeira afronta ao conservadorismo de então. Sem falar, contudo, na sua música que também colaborava para a sedução visual dos Beatles.

Não é de admirar, pois, que no rastro de um clima de rebeldia e agitação, instigado pela contracultura disseminada pelos Beatles, a partir daquela época, surgissem movimentos de contestação social liderados em sua maioria por jovens (ou grupos de jovens), cujo estilo de vida deslocado já sinalizava uma ruptura radical com a cultura e com os valores estéticos de tempos passados (LIPOVETSKY, 1989). Para nós, isso ficou evidente, na segunda metade de 1960 quando certas tribos (MAFFESOLI, 1998) formadas por jovens rapazes com um visual desleixado e uma maneira sugestiva de vestir (cabeludos, barbudos) e se comportar, e garotas de longos cabelos, usando minissaia ou bata indiana, iniciaram uma ação transformadora em direção aos costumes. Era o movimento *hippie* que, ao expressar ideias revolucionárias em relação à política americana e sua intromissão na Guerra do Vietnã (1959-1975), pregava “paz e amor”.

Historicamente, os *hippies* (hippie no singular)²⁴, tiveram seu auge no final da década, quando passaram a viver três dias de psicodelia e *rock* no Festival de Woodstock. Realizado numa fazenda de Nova Iorque, Bethel, nos Estados Unidos da América, em agosto de 1969, este festival foi um dos eventos musicais mais relevantes da história contemporânea (GOFFMANN; JOY, 2007).

Entre outras produções cinematográficas, ele inspirou filmes como *Woodstock Nation* (de Abbie Hoffmann), que se encarregou de disseminar o conceito de música-identidade-de-massa, atingindo dois estágios: o da busca da comunidade e o do símbolo de um objeto a ser consumido pelos jovens, como, por exemplo, a antimoda em roupas (CORRÊA, 1989). Além disso, Woodstock não se encaixava na lógica militarista da Guerra Fria²⁵.

Criticava o capitalismo norte-americano e não apoiava o autoritarismo do bloco socialista. Censurava a Guerra do Vietnã (1959-1975), e não aprovava a luta armada pela tomada do poder, como queriam os comunistas. Marco da celebração de protesto, o Festival de Woodstock tornou-se símbolo de uma nova atmosfera cultural que se espalhou pelo mundo afora, a partir da década de 1960. Sexo, drogas e *rock and roll* eram as palavras de ordem diante da situação opressiva na qual a juventude há muito vinha vivendo.

Durante muito tempo, a contracultura propagada pelos Beatles foi acusada pelo *establishment* de fazer a lavagem cerebral nos jovens. Entre os argumentos alegados pelo sistema, na época em que ocorreu esse fato, estava o estado de consciência da juventude alterado pela ingestão constante de substâncias químicas que traziam consequências socialmente danosas, o que era justificado no comportamento de modo geral antissocial (SURBER, 2007).

Não bastasse isso, a mídia, em especial a televisão e o cinema, ajudou a promover ainda mais a situação pondo à disposição dos jovens da época filmes

²⁴ A palavra hippie derivou de hipster, termo em inglês que designava as pessoas nos Estados Unidos da América (EUA) que se envolviam com a cultura negra. Ver: <http://pt.wikipedia.org/wiki/hippie>. Data: 02/09/2007, p.1 a 3.

²⁵ O termo Guerra Fria refere-se ao conflito político-ideológico surgido entre os Estados Unidos da América (EUA), que defendiam o sistema capitalista, e a União Soviética (URSS), defensora do regime socialista. A Guerra Fria compreende o período entre o final da Segunda Grande Guerra Mundial (1945) e a extinção da União Soviética (1991). Ver Wikipédia, a enciclopédia livre. http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_Fria. De 02/09/2007, p.1-12.

cujas imagens “[...] não só reforçavam as convicções contraculturais de seu público como também arregimentavam novos adeptos da contracultura ao difundir seu estilo, sua moda e uma cultura alternativa rebelde” (KELLNER, 2001, p.139), que nada mais fazia senão sancionar a revolta social, através dos ídolos do *rock*, como podemos notar em *Woodstock* e *Easy Rider*²⁶.

Diante desse panorama sociohistórico, 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 (BAUR, 2007).

Seja como for, essa mesma contracultura, rotulada “uma cultura negativa” pelos mais radicais (KURY, 2002, p. 261), não tardou a ocupar os principais centros da Europa, espalhando-se, em seguida, pelos Estados Unidos da América e demais partes do mundo. Na opinião de dois observadores atentos àquele período, “parecia que uma espécie de prisão psíquica tinha sido aberta e os jovens estavam tentando escapar de lá” (GOFFMAN; JOY, 2007, p. 272).

No contexto das rupturas que eclodiram, ensejadas pelo impasse surgido entre o *establishment* e a imagem impactante dos Beatles, ícones principais da contracultura, havia milhares de outros jovens protestando contra as turbulências políticas ocorridas em várias nações do planeta. A Tchecoslováquia, que estava sob a proteção do regime soviético e foi esmagada durante a Primavera de Praga, era uma delas. De modo idêntico às manifestações sucedidas na América, os jovens exigiam nas ruas a independência do país em face do Pacto de Varsóvia, desde então dominado por Moscou (HOBSBAWM, 1995).

²⁶ *Woodstock* (Direção de Michael Wadleigh) é um documentário sobre o Festival de Woodstock, nos Estados Unidos da América, em 13/08/1969. Este filme é considerado pela mídia um marco heróico do *rock* como fenômeno musical e social. Também trata do comportamento da juventude da época em que a liberação dos costumes estava em alta. Já *Easy Rider* (Sem destino – direção de Dennis Hopper) é uma visão crítica da sociedade americana, denunciando suas manifestações de intolerância e vulgaridade. Segundo os críticos do cinema, este é o mais vigoroso filme inconformista dos anos sessenta. Ver ***Guia Completo de Filmes para TV e Vídeo 1990***: São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1989, p.560 e 57.

Em maio de 1968, a imaginação estava no poder e o poder estava nas ruas, quando o movimento estudantil francês eclodiu. Contrária à conservadora estrutura acadêmica francesa e à política de repressão da luta pró-independência da Argélia, a juventude tomou as ruas, armou barricadas e prometeu defender seus ideais. Gritos de ordem, como *É proibido proibir*, ecoaram pelas universidades do país contra os radicalismos políticos tanto de direita quanto de esquerda. Esse espetáculo midiático contribuiu ainda mais, para que os protestos juvenis ganhassem voz mundial.

No Brasil, ao que parece, a situação não foi diferente. Em meio ao regime militar (FAUSTO, 1995), protestos estudantis em defesa da democracia e contra o autoritarismo desencadearam o Ato Institucional Número 5 (AI-5), que conferia ao Executivo um poder ilimitado para governar, cassar mandatos políticos, decretar o recesso do Congresso, prender, torturar e até suspender as mínimas garantias individuais, como, por exemplo, o direito de locomoção.

Mas, apesar da repressão e da censura impostas pela ditadura militar ao povo brasileiro, podemos dizer que no Brasil a vida cultural foi intensa, pelo menos até ao ano de 1968, quando foi decretado o AI-5 (FRÓES, 2000).

O impacto da MPB (Música Popular Brasileira) no imaginário social e cultural do país foi marcante. Artistas como Nara Leão, Geraldo Vandré e, mais tarde, Chico Buarque de Holanda, iniciaram sua trajetória musical compondo canções de oposição ao regime. Entretanto, foi com *O Fino da Bossa*, programa da TV Record, comandado por Elis Regina e Jair Rodrigues, que a música de protesto contra a ditadura militar ganhou notoriedade.

Curiosamente, a mesma emissora Record exibia, aos domingos à tarde, outro programa musical, mas de tendência oposta à de *O Fino da Bossa*: era o programa *Jovem Guarda*, apresentado pelo “Rei” Roberto Carlos, que passa a divulgar o *rock* nacional e o *iê-iê-iê*, versão tropical para o *yeah, yeah, yeah*, do refrão de *She Loves You*, dos Beatles (FRÓES, 2000). A turma da *Jovem Guarda* foi a precursora do *pop* no país. Erasmo Carlos era o Tremendão. Wanderléa, a Ternurinha. Atrás deles vinham figuras como Martinha, Demétrius, Wanderley Cardoso, Ronnie Von e a dupla Leno e Lilian.

Surge também a *Tropicália* dos baianos Caetano Veloso e Gilberto Gil, tendo como base os mesmos ideais defendidos pelos movimentos ocorridos na época em que surgiram os Beatles: lutar contra a censura, o preconceito, a proibição de um modo geral, a repressão política, a legalização *a priori* da maconha, entre outras drogas, o racismo.

Analisando a situação da década de 1960 do século XX, numa perspectiva sociohistórica (THOMPSON, 1995), percebemos que a era em questão refletiu as profundas transformações que estavam acontecendo na cultura e na sociedade de um modo geral. A partir dela tudo mudou, seja na moda, seja na religião, que passou pela influência crescente de seitas orientais, na tentativa de restaurar o humanismo pela transcendência²⁷ (SURBER, 2007).

Reunidos em torno de Martin Luther King, os negros protestavam contra a discriminação racial. Marginalizados, os homossexuais também fizeram ecoar sua voz por uma sociedade mais justa, menos hipócrita e menos preconceituosa. Com o feminismo, o papel da mulher na sociedade foi revisto. A pílula anticoncepcional surgiu, para alívio das mulheres e escândalo da Igreja Católica. Aproveitando a ocasião, instaurada sob a imagem de uma nova mentalidade que surgia ao som dos Beatles e suas atitudes chocantes, em paralelo à agitação cultural, política, social daquela época, a estilista britânica Mary Quant lançava na Inglaterra a moda da minissaia, expressão das aspirações femininas a uma vida privada livre, menos opressora, mais maleável, segundo Lipovetsky (1989).

Em 1960, enquanto os Beatles se tornavam uma referência musical e comportamental para a juventude, a moda da minissaia era popularizada por Mary Quant e outros desconhecidos firmavam-se como heróis culturais, um escândalo político abalou a Inglaterra. O caso entre uma garota de programa, Christine Keeler, e um ministro, John Profumo, provocou o fim de mais de dez anos de governo conservador. Os tablóides, que na época ainda engatinhavam em matéria de sensacionalismo (MILES, 1997), passaram a ser um nivelador democrático ao

²⁷ Em filosofia, o termo Humanismo designa qualquer doutrina segundo a qual o homem é valor supremo e fonte dos valores. Em literatura, doutrina e movimento dos humanistas do Renascimento, contra as limitações ao conhecimento impostas pela Igreja. A palavra “transcendência”, por sua vez, está para além de toda a experiência possível (Kant), ou seja, é tudo aquilo que ultrapassa. O Transcendente designa geralmente um Deus (Heidegger). Deus é transcendente. Ver Jacqueline Russ: **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Editora Scipione Ltda, 1991, p. 132-133 e 298.

publicar fotos ousadas e sensuais de Christine Keeler à beira da piscina na mansão de John Profumo.

Segundo consta, tais imagens ostentavam um ar de desrespeito para com as autoridades e a inviolável tradição de classes que embasava a liturgia social britânica. “A ordem já não era nada de resmungos, nem aguenta e sorria, voltavam os tempos da esperteza e da malandragem. Todo mundo apareceu à cata de alguma grande oportunidade” (MILES, 1997, p.134). Sem saída, John Profumo foi obrigado a renunciar ao governo em 1963, depois de mentir ao Parlamento britânico sobre o seu envolvimento com Christine Keeler.

Quando a imagem pública dos Beatles irrompeu em cena, na primeira metade de 1960, já havia na realidade um ambiente cultural propício. Aquela sensação de vale-tudo, que caracterizou o período, incluía uma nova visualidade estética. Portanto, tudo que era novo ou beirava novidade era *in*, e tudo e todos que eram velhos eram *out*. A experimentação se tornou a regra e a arte acompanhou de perto as insurreições do momento, implantando mudanças definitivas no universo estético com a *Pop Art*.

Envolvidos por um tempo de novas experiências estéticas, artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein, entre outros, usaram a linguagem da comunicação de massa, a fim de assumir suas características, não só como arte, mas, sobretudo, como uma cultura visual. Dessa forma, a imagem do mundo urbano invadiu o mundo artístico, e o cotidiano tornou-se a grande musa inspiradora da arte (AZEVEDO, 1998).

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. Mandados de prisão foram emitidos. Manifestantes se tornaram alvos de tiros. Novas filosofias e novos discursos de cunho social, cultural, político e

ideológico eram concebidos com quase a mesma frequência que a moda da minissaia. Indivíduos viveram experiências intensas que alguns talvez nunca vão esquecer e outros jamais irão recordar. Ao que parece, tudo isso dizia respeito a uma liberdade que significou, antes de mais nada, falta de controle emocional, cultural e mesmo biológico (GOFFMAN; JOY, 2007).

Os anos que caracterizaram a década de 1960 também foram marcados por uma pluralidade de estilos e pela ruptura das convenções tradicionais, pela exploração do aleatório e pela crítica ao sistema oficial da arte. A valorização de situações instáveis e a alteração do lugar da obra de arte, assim como a inserção da mídia e do cotidiano (FEATHERSTONE, 1995), como falamos há pouco, contribuíram para desmistificar o culto dos objetos culturais, considerados de valor pela “estética clássica” (COSTA, 2002). A arte então se tornou popular, estilos do qual o povo veio a ser o maior beneficiado (AZEVEDO, 1998).

Além disso, durante essa era, Cuba tornou-se a capital revolucionária do planeta, mitificando a imagem de Fidel Castro. A Alemanha Oriental ergueu o Muro de Berlim e a China detonou sua primeira bomba atômica. Kennedy foi assassinado em Dallas, no Texas. Brejnev começou seu reinado e Mao Tse-Tung liderou a Revolução Cultural da China. No Brasil, sob a promessa de uma nação que sonhava com os milagres da industrialização, Juscelino Kubitschek inaugura Brasília, a nova capital do país, e o empresário Roberto Marinho funda a Rede Globo de Telecomunicações (HOBBSAWM, 1995; PILETTI, 1996).

Resta-nos acrescentar que, ao final da década, em julho de 1969, o imaginário do espectador foi surpreendido diante de imagens espetaculares nunca antes vistas. *Eagle* (águia, em inglês), o módulo da Apollo 11, espaçonave tripulada pelos astronautas norte-americanos Michael Collins, Edwin Aldrin Jr. e Neil Armstrong, atingia seu destino: conquistar a Lua. Naquele instante, a humanidade vivia o apogeu de sua capacidade científica, e os Estados Unidos da América pulavam à frente na corrida espacial travada desde a década de 1950 do século XX com a União Soviética. Conforme nota publicada em um jornal gaúcho, mais de um bilhão de telespectadores no mundo inteiro ouviram a frase de Armstrong: “Foi um pequeno passo para o homem, mas um salto gigantesco para a humanidade” (Zero Hora - Século 20: Mundo, 1999).

Portanto, foi nesse clima agitado da década de 1960 do século XX que nasceu a banda de *rock* inglesa The Beatles. Uma época que em muitos aspectos mudou a imagem do mundo e revolucionou o imaginário de uma geração, de acordo com os episódios registrados recentemente. Por isso é necessário evocar Thompson (1995) novamente, pois, segundo justifica o autor, “as formas simbólicas [neste caso **a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**], foco principal desta tese, não subsistem num vácuo, elas são produzidas, transmitidas e recebidas em condições sociais e históricas específicas” (THOMPSON, 1995, p. 366).

A seguir, no próximo subtítulo deste segundo capítulo, vamos revisar a modernidade para, posteriormente, falar do surgimento dos Beatles nessa época. Antes de identificarmos alguns traços característicos da modernidade na imagem visual do grupo no período (1962-1965), é preciso saber quando foi que a ideia de modernidade apareceu, pois de acordo com alguns autores, “[...] não basta apenas compreender os acontecimentos [midiáticos] de um dado período histórico. Torna-se inevitável fazer referência ao contexto no qual eles estão inseridos” (BARDIN, 1977, 107).

2.2 MODERNIDADE: BREVE REVISÃO HISTÓRICA

É consenso entre os autores listados no item “referências bibliográficas” da nossa tese que a modernidade surgiu com o Renascimento e foi definida em relação à Antiguidade, nas discussões entre os Antigos e os Modernos (FEATHERSTONE, 1995). A ideia também é abordada por Kumar (1997), quando ele inicia o debate buscando na etimologia da palavra o sentido para o termo latino *modernus*. De acordo com Kumar, *modernus* deriva de *modo* (recentemente, há pouco). A expressão foi usada pela primeira vez no século V d.C., para diferenciar o mundo antigo, que se dizia pagão, envolvido em trevas, do mundo moderno, modificado com o advento do cristianismo.

Com a vinda de Cristo, o segredo da história, até então oculto aos antigos, foi desmistificado. Enquanto os cristãos acreditavam que a verdadeira história da humanidade deveria ter um princípio (a criação e o pecado original), um meio (o advento de Cristo) e um fim (o segundo advento), os antigos cultivavam uma concepção naturalista do mundo, onde o tempo era visto na mudança cíclica das estações, entre dia e noite, ou ainda nos ciclos reprodutivos de nascimento, morte e novo nascimento.

Foi então a partir de Cristo que o termo latino *modernus* passou a dar sentido à História da Civilização. *Modernus* vem de *hodiernus*, que, por sua vez, é oriundo de *hodie* (hoje, este dia, tempo presente). Ainda segundo Kumar (1997), mais duas expressões passaram a fazer parte da língua latina. Mas isso só veio a ocorrer após o século X. São elas: *modernitas* (tempos modernos) e *moderni* (homens de nosso tempo). Embora distintos na grafia e na pronúncia, o que cada vocábulo parece trazer consigo de semelhante é a ideia do novo.

Para nós, a ideia de novidade propalada por Kumar (1997) remonta ao século XVIII, quando um outro conceito de modernidade surgiu, solapando de vez a percepção de tempo e história que dominou a discussão entre antigos e modernos, no século V d.C. Ainda que as raízes do novo tempo tenham se estendido até épocas bem anteriores aos ideais propostos pelo Iluminismo²⁸ (LYON, 1998), o alvorecer da era que ora nascia implicou, entre outras razões, uma adequada compreensão das transformações sociais que desde então passaram a povoar o imaginário do espectador (DOMINGUES, 1999).

Entretanto, para tratar da modernidade, não basta apenas fazer referência a um sistema ordenado de valores preestabelecidos ou mesmo situá-la sociohistoricamente. É preciso falar, também, de alguns termos correlatos a ela, tais como moderno e modernismo. São expressões que usaremos de forma mais acentuada neste item, não esquecendo, todavia, que elas servirão de embasamento teórico à Interpretação/Reinterpretação, terceira e última etapa da Tríplice Análise do

²⁸ O termo Iluminismo indica um movimento de ideias que tem suas origens no século XVII, ou até talvez nos séculos anteriores, nomeadamente no século XV, segundo interpretação de alguns historiadores, mas que se desenvolve na Europa durante o século XVIII, denominado por isso o “século das luzes”. Como movimento cultural, o Iluminismo visa estimular a luta da razão, da liberdade de pensamento como valores supremos contra a autoridade, isto é, a luta da “luz”, contra as “trevas”. Ver: Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino. **Dicionário de Política**. Vol. 1, 1995, p. 605.

referencial metodológico apresentado por Thompson (1995), a ser executada na parte conclusiva deste trabalho.

À primeira vista, moderno, modernismo e modernidade parecem ter um mesmo significado. Mas, ao contrário, são palavras distintas, embora muitas vezes uma seja tomada pela outra de forma equivocada. Para evitar a confusão, e, do mesmo modo, saber o que cada uma delas representa em si, buscaremos *a priori* a interpretação de Coelho (2001), entre outros estudiosos que discorrem sobre o assunto em sua complexidade. De posse dos argumentos levantados aqui, entendemos que ficará mais fácil analisar a representação visual dos Beatles enquanto forma simbólica (THOMPSON, 1995) da modernidade, objetivo primeiro desta parte que se refere ao segundo capítulo da nossa tese.

Em *Moderno Pós-Moderno*, Coelho (2001) nos fala que moderno foi o termo escolhido para dar nome ao tempo. Segundo ele, uma palavra oca que designa algo sem conceituá-la. Não porque moderno seja uma expressão vazia de sentido, difícil de descrever ou mesmo definir, mas, principalmente, porque oca é a nossa *referência* do que seja moderno. O autor ressalva, por outro lado, que “o moderno no limite é o novo” (COELHO, 2001, p.18).

Já o modernismo, que emerge no Ocidente, no final do século XIX e início do XX, corresponde ao surgimento das vanguardas artísticas. Estas, na transição de uma época para outra, tentaram mobilizar suas capacidades estéticas para fins revolucionários ao fundir a sua arte com a chamada cultura popular.

Sendo assim, o modernismo estético passa a demonstrar na arte os novos contornos da cultura (HARVEY, 2000). Cultura esta que, no entender de alguns, se apoia em rejeitar a tradição pela busca contínua e incessante da mudança e da inovação. Talvez este seja um dos motivos pelo qual o modernismo não se contente em produzir variedades estilísticas e temas inéditos apenas, mas antes romper a continuidade que nos une ao passado, instituindo, desse modo, obras artísticas totalmente novas, “despidas de padrões, personalizadas no sentido em que a “comunicação” se torna cada vez mais independente de toda estética codificada, livre das obrigações ópticas e linguísticas, dos códigos da representação, da intriga, da verossimilhança e da consonância” (LIPOVETSKY, 2005, p. 73 e 79).

A necessidade de ruptura com o passado e a consagração do novo pelo modernismo foi posta à prova, entre outros, nos romances de James Joyce, nos poemas de Ezra Pound, no teatro de Samuel Beckett, na arquitetura de Bauhaus e Le Corbusier (AZEVEDO, 1998), nas pinturas de Matisse e Picasso, na poesia de Eliot, Lorca e Valéry, na literatura de Kafka, Mann e Proust, na música de Stravinsky, Schoenberg e Berg (FEATHERSTONE, 1995).

Embora não seja nossa pretensão falar dos estilos artísticos que predominaram no passado, nem tampouco sugerir aqui que a estética modernista tenha figurado como singular na História da Arte Ocidental (BAUMGART, 1999), queremos somente justificar que no modernismo a arte, de um modo geral, está desligada, por assim dizer, do “idealismo estético da era romântica e dos valores culturais de uma burguesia que ainda sonhava com um estilo classicista de vida” (SUBIRATS, 1989, p.10), bem como do caráter hermético, intelectualista e intransigente (LIPOVETSKY, 2005), que sobrepujou a arte tradicional.

Nessa mesma linha, podemos citar ainda os movimentos artísticos que ocorreram por volta dos anos 1900, como o Futurismo, o Cubismo, o Surrealismo, o Fauvismo, o Abstracionismo, o Expressionismo e o Construtivismo, onde os artistas tentavam criar novas linguagens de comunicação e representação, com as quais pudessem expressar a complexidade de um mundo em rápida transformação (MORLEY, 1998). Para completar a explanação, apresentamos duas grandes invenções que colocaram a técnica a serviço da arte: a fotografia e, depois dela, o cinema, inaugurando, pois, um tempo onde os inventos técnicos dariam os rumos da [nova] cultura (RAHDE, 2001).

Desde que procurou impor-se como um estilo cultural, uma cultura individualista em seu projeto (LIPOVETSKY, 2005), capaz de subverter a ética puritana e se rebelar contra o formalismo e as convenções burguesas, que nortearam a arte tradicional (COELHO, 2001), o modernismo pôde então exibir alguns traços característicos intrínsecos a ele, tais como o imediatismo e o impacto (LIPOVETSKY, 2005); a reflexividade e a autoconsciência estética; a simultaneidade e a montagem (ou colagem) em lugar da estrutura convencional da narrativa; além de uma ênfase no ser fragmentado, ao invés de uma personalidade integrada (FEATHERSTONE, 1995).

Ao que parece, pelo menos do nosso ponto de vista, a arte modernista esbarrou num problema. Alguns elementos ligados a ela, seja o recurso às técnicas da montagem (ou colagem), citados tanto por Harvey (2000) quanto por Featherstone (1995), seja a questão da simultaneidade e do fluxo de imagens com suas intensidades ardentes, têm a particularidade de estarem associados ao pós-modernismo. É o próprio Featherstone (1995, p.111) quem aponta para os vínculos existentes entre o modernismo e o pós-modernismo, ao falar sobre as percepções e sensibilidades estéticas da vida cotidiana. E o autor o faz com base nas ideias de Lyotard (in: *Theory, Culture & Society*, 1988), quando este afirma que o pós-modernismo “não é o modernismo em seu final, mas no estado nascente, e esse estado é constante”.

Enquanto isso, Coelho apresenta o artista moderno como legítimo fruto de seu tempo. Um indivíduo incansável à procura do novo, mesmo que este novo só satisfaça quem o produziu. Individualista nesse sentido, o artista não está preocupado em cair no gosto do espectador, mas em produzir peças que abusem da novidade técnica para um grupo de consumidores ávidos por arte. A este grupo caberia a responsabilidade de dizer o que é e o que não é arte, e qual seria a melhor maneira de se ler e entender arte. “Este é o momento em que se começa a falar na autonomia da arte: é a arte pela arte” (COELHO, 2001, p. 20).

Questões como essas que envolvem a subjetividade do artista moderno e a afirmação do “eu”, cuja experiência pessoal se tornou fonte de inspiração e de preocupações estéticas na cultura modernista (LIPOVETSKY, 2005)²⁹ também foram revisadas por Harvey (2000), para quem a forma mais adequada para tratar do individualismo no modernismo artístico é agir e manifestar a vontade, de acordo com a imagem da criação destrutiva e da destruição criativa.

Noutros termos, isso quer dizer que, se o artista quiser criar um mundo novo, a partir das cinzas do antigo, é preciso destruir. Esta lógica é, segundo

²⁹ Com relação às preocupações estéticas que pautam o artista no modernismo cultural, o autor diz num determinado momento do seu livro que o “eu” se torna um alvo privilegiado do humor, sendo também objeto de zombaria e autodepreciação, como testemunham, por exemplo, os filmes de Woody Allen. O ator faz rir o tempo todo ao analisar a si mesmo, dissecando seu próprio ridículo, oferecendo para si mesmo e para o espectador o espelho do seu EU desvalorizado. É o Ego, a consciência de si mesmo, que se tornou objeto de humor e não mais os vícios dos outros ou suas ações ridículas, absurdas. Ver: Gilles Lipovetsky. ***A Era do Vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo***, 2005, p.119.

argumenta Harvey, uma das condições essenciais do modernismo artístico cultural. Assim posto, “o artista deve não somente compreender o espírito de sua época como iniciar o processo de mudança” (HARVEY, 2000, p.28).

Feito isso, a ele, como indivíduo, caberia uma função heróica, ainda que os efeitos dessa transformação pudessem ser trágicos. Portanto, não é de surpreender que no modernismo o “atrativo do Novo é tão vivo: ele é sentido como instrumento de liberação pessoal, como experiência a ser tentada e vivida pela aventura do Eu” (LIPOVETSKY, 1989, p.183).

Por fim, não podemos desprezar que o modernismo também “implica uma visão de mundo”, “a consciência que as épocas e os períodos tiveram de si mesmos”, podendo ainda se referir à “moda ou ao esnobismo”, como ser “um estilo, uma linguagem, um código, um sistema ou um conjunto de signos com suas normas e unidades de significação” (COELHO, 2001, p.15).

Diante das ponderações feitas acerca do moderno e do modernismo, notamos que a ideia do “novo”, da “novidade”, é central em ambos os casos. Essas expressões, aliás, são as palavras-chave, quando tentamos por alguma razão falar na modernidade. Se o modernismo, como vimos, domina a esfera do cultural, a modernidade, por outro lado, vai valorizar a ordem do social, ainda que, para alguns autores seja impossível separar o cultural do social (LYON, 1998).

Em todo caso, desejamos voltar a uma passagem deste capítulo, quando dissemos que um conceito diferente de modernidade surgiu em meados do século XVIII, desfazendo a noção de tempo e história tão discutida entre antigos e modernos, após o aparecimento de Cristo, no século I.

A nosso ver, tudo começou com o advento da Revolução Francesa (1789) e da Revolução Industrial que estourou *a priori* na Inglaterra entre os séculos XVIII e XIX. Foram esses dois grandes espetáculos da História Ocidental a marcar o surgimento da modernidade (KUMAR, 1997). Uma época de mudanças intensas e inovações rápidas cuja força transformadora chegamos a conhecer. Um tempo que privilegiou o novo em detrimento do velho, tal como aconteceu com o modernismo desde sua fase embrionária.

Prosseguindo, a Revolução Francesa de 1789 foi uma rebelião baseada na razão. Segundo Lyon (1998), um dos pilares que dominou a modernidade e sua

visão de futuro, no alvorecer do século XVIII. Vinda no bojo do Iluminismo, a razão prometia a emancipação humana, no sentido de libertar o homem dos preconceitos, das crenças e superstições, dos mitos, da religião, que o acorrentavam. Todavia, para alcançar tal proeza antes seria necessário usar o conhecimento e o acúmulo de informações adquirido pelo homem, ao longo do tempo, já que ele trabalhava de forma livre e criativa (HARVEY, 2000).

Mas se o Iluminismo filosófico do século XVIII, o *Século das Luzes*, libertou o homem da emoção, do misticismo e da mitificação, como apregoam Theodor Adorno e Max Horkheimer em *Dialética do Esclarecimento*, livro editado originalmente em 1947 pela Querido Verlag, de Amsterdã, ele o acorrentou à racionalidade técnica - hoje tecnológica. Esta é, aliás, a concepção de ambos os proponentes da Escola de Frankfurt, quando, na obra citada, fazem uma crítica contundente segundo a qual a razão libertaria a humanidade e a evolução tecnológica elevaria a sociedade a um estágio superior.

Do ponto de vista dos frankfurtianos, a racionalidade técnica, nas sociedades capitalistas e industrializadas, longe de garantir a seus membros o livre-arbítrio, os submeteu à dominação econômica, sem condições de insurgir-se contra o sistema. Daí o termo *indústria cultural*, algo que vamos estudar em breve, ainda neste capítulo, quando analisarmos **a explosão dos Beatles e o sucesso do grupo diante do espectador** ocorrida em plena modernidade.

Assim como a razão humana teve o poder de produzir liberdade, a crença no progresso da ciência e da tecnologia, que veremos adiante, quando abordarmos a Revolução Industrial, também foi essencial para dar sustentação à nova era que se convencionou chamar de modernidade (LYON, 1998).

Tanto a ciência quanto a tecnologia modificaram de forma radical a maneira de o homem encarar a si próprio e ao mundo (COELHO, 2001). Sendo assim, destacamos que a primeira grande transformação ocorreu, quando o astrônomo polonês Nicolau Copérnico (1473-1543) propôs um modelo de sistema solar que teria o Sol como centro, e não a Terra, como pregava a Igreja Católica. Este fato levou o sujeito a acreditar que não era mais o centro do universo.

A segunda mudança ficou por conta do naturalista britânico Charles Darwin (1809-1882). Ao pesquisar a origem das espécies, Darwin declara que o homem é somente mais um no processo, sendo outra vez parte e não centro.

A terceira revolução, não menos significativa do que as outras duas, aconteceu no campo da psicanálise. Nela, os sujeitos não sabem, não controlam o que lhes vai na mente. Por fim, o físico alemão Albert Einstein (1879-1955) formula a teoria da relatividade alegando não haver pontos de referência absoluta. Em virtude disso, o sujeito deixou-se à mercê da incerteza, da dúvida e da hesitação, que serão as marcas dos novos tempos, onde romper com a história e a tradição havia se tornado uma constante preocupação.

Voltando à Revolução Francesa (1789), sua principal conquista foi a ascensão da burguesia ao poder, que até então se encontrava sob o domínio da aristocracia. É justamente durante a Revolução Francesa que a palavra *revolução* (do latim *revolutio*) obteve um novo significado.

Se em tempos remotos, a expressão era entendida como um ciclo, algo que sempre fazia retornar ao seu ponto de partida, agora, em plena modernidade, o termo *revolução* passara a designar a criação do novo, alguma coisa nunca vista antes no mundo (BOBBIO; MATEUCCI; PASQUINO, 1995). Entendemos, dessa forma que a ruptura com a tradição não podia ser mais completa. Conforme os autores, isto só se concretizou porque da mera restauração de uma ordem perturbada pelas autoridades passou-se à fé, no sentido de poder instaurar nova ordem social, onde então o sujeito estaria livre de tudo que o aprisionava.

Da procura da autonomia nas velhas instituições, passou-se à criação de novos instrumentos de liberdade. Diante desse quadro só resta afirmar: é a razão que se ergue contra a tradição ao legislar uma constituição que assegurasse não apenas a liberdade humana, mas trouxesse a felicidade do povo (BOBBIO; MATEUCCI; PASQUINO, 1995).

Se “a Revolução Francesa de 1789 deu à modernidade sua forma, estrutura e consciência típicas”, “a Revolução Industrial forneceu-lhe a substância material” (KUMAR, 1997, p.93). Quando falamos em Revolução Industrial, estamos nos referindo a um conjunto de mudanças tecnológicas, econômicas e sociais ocorridas na Europa e, em particular, na Inglaterra entre os séculos XVIII e XIX, e

que resultaram, por assim dizer, na instalação do sistema fabril e no direcionamento da produção em larga escala para o mercado internacional, consolidando, pois, o capitalismo como sistema dominante na sociedade.

Com a vinda da Revolução Industrial (séculos XVIII e XIX), o sujeito moderno pode vislumbrar de perto o apogeu da tecnologia e da técnica a serviço da produção. Além de possibilitar a redução do tempo e dos custos, esse fato alterou a forma de os sujeitos se relacionarem uns com os outros e com os bens simbólicos de produção e consumo. Em virtude do avanço da técnica e da tecnologia, o homem ficou à frente de um tempo novo (KUMAR, 1997).

De acordo com Magnoli (1997) e Lemos (2002), a Revolução Industrial foi marcada por três fases distintas. A primeira fase é a da industrialização, tendo ocorrido, na Inglaterra, por volta de 1760 a 1860. Nessa etapa inicial, o processo foi impulsionado pela invenção da máquina a vapor (1765), pelo aprimoramento de máquinas de fiação e tecelagem (1767), pelo tear hidráulico (1768) e pelo tear mecânico (1785), permitindo o crescimento da produtividade e do trabalho.

O segundo momento foi caracterizado pela expansão industrial, que começa a partir de 1860, indo até 1900. A nova fase da industrialização não teve um único polo geográfico (MAGNOLI, 1997), pois, com a arrancada industrial dos Estados Unidos da América, após a Guerra da Secessão (1861-1865), e da Alemanha, depois da Unificação (1871), a hegemonia britânica entrou em declínio. Nesta fase, criou-se um outro sistema técnico baseado na eletricidade, consolidando-a como força motriz da indústria. O motor a combustão e a utilização do petróleo como combustível alicerçaram a indústria automobilística, que se tornaria o principal ramo da economia mundial do século XX.

A terceira e última fase vai de 1900 até nossos dias. Esta é a etapa da automatização e da robótica. Nela surgem complexos industriais e empresas multinacionais. Também há o crescimento das indústrias química e eletrônica.

Já os avanços da automação, da robótica, da informática e da biotecnologia (ou engenharia genética) são incorporados ao processo produtivo, que cada vez mais depende de alta tecnologia, eliminando, pois, a mão-de-obra especializada. Como consequência, nos países de economia mais desenvolvida

surge o desemprego estrutural, e o mercado se globaliza apoiado na expansão dos meios de comunicação e de transporte.

Numa época em que o progresso parece ser inevitável, como estamos vendo, só nos resta perguntar quem poderia voltar a discutir temas religiosos, como a providência³⁰ ? Como diria Lemos (2002, p.50), “estamos no cerne do mito fundador da modernidade: o mito do progresso pela realização tecnológica do destino humano”. Para este autor, o advento da modernidade fez com que o homem pudesse entrar numa nova fase da civilização, onde tudo o que não era técnico devia ser eliminado. Sendo assim, na era moderna a experiência da realidade tornou-se tecnológica. Sobre falas de outras ordens se impôs a fala técnica. O progresso técnico, irreversível e em constante crescimento, passou a ser lei simbólica principal do imaginário tecnológico moderno.

Para termos uma ideia abrangente das realizações da modernidade, basta olharmos para a construção das estradas de ferro, os meios de transporte de tração animal e por água, e a seguir a vapor, como navios e trens. Não esquecendo, porém, da invenção do automóvel, dos ônibus, bem como a viagem de balão e, posteriormente, de avião, que se somaram ao desenvolvimento do telégrafo, do rádio, do telefone e tantos outros meios de comunicação de massa, a fim de encurtar distâncias e alterar o imaginário da vida cotidiana, numa sociedade cada vez mais conectada e imediatista (HARVEY, 2000).

Como podemos notar, a modernidade, que surge a partir do século XVIII, está atrelada à técnica, à Era Industrial, ou industrialismo. E tanto uma quanto a outra têm no alicerce de seus projetos a ideia de mudança, inovação, progresso e evolução da sociedade através da tecnologia (KUMAR, 1997).

Mas se a tecnologia é um componente essencial da nova era, uma vez que ela conseguiu promover uma mudança estrutural na sociedade moderna como algo positivo (KUMAR, 1997), é preciso considerar, também, que foi em decorrência do seu aperfeiçoamento que a modernidade entrou em crise, trazendo consequências irreversíveis à liberdade do indivíduo. É o que nos diz Rüdiger (2003)

³⁰ A providência é o cuidado que Deus tem com o mundo depois da sua criação, supervisionando o processo da história de modo que esta avance numa linha em direção de um objetivo específico. É por isso que a doutrina da providência nega qualquer movimento cíclico da história. Ver David Lyon: *Pós-modernidade*, 1998, p.14.

num texto sobre o assunto. Baseando-se em Leo Strauss (1989), o autor brasileiro afirma que a crise dos novos tempos, que convencionamos chamar de modernidade ocorreu no exato momento em que ao homem moderno foi conferido o poder de ultrapassar quaisquer limites através das inovações tecnológicas, como se elas fossem o único meio certo e seguro capaz de induzir alterações na realidade. Além do mais, o avanço da tecnologia ocasionou o colapso da moral e da religião, tidos como valores supremos da tradição.

Sendo assim, essa liberdade deixou o sujeito moderno desorientado, na medida em que os seus interesses começaram a se chocar, a ponto de ele “[...] não saber mais o que deseja, de não mais crer que pode saber o que é bom ou mau, o que é certo e errado” (RÜDIGER, 2003, p.51). Como diria Jameson (1994), isso é uma acusação terrível contra o capitalismo de consumo, ou, no mínimo, um sintoma alarmante e patológico de uma sociedade que se tornou incapaz de lidar com o tempo e com a história.

Tal como o modernismo, a modernidade também apresenta algumas características básicas (COELHO, 2001). A primeira delas se refere à mobilidade. Como o próprio nome já diz, a mobilidade indica que tudo está em movimento ou em constante mutação. A mobilidade é técnica, porque os avanços na sociedade são quase diários. É social, porque altera a posição da mulher em relação ao homem, do negro em face do branco, da criança perante o adulto, do empregado frente ao empregador.

O segundo elemento ligado à modernidade é a descontinuidade. Ela fornece a estrutura para a arte da modernidade. Apontado por Coelho (2001), o cinema foi considerado a arte da descontinuidade. O argumento do autor está no fato de que esta mídia audiovisual não propicia ao seu público espectador uma história em continuidade: pulam-se episódios, descrições. O corte, que é a passagem de uma cena a outra, caracteriza-se como princípio da descontinuidade, que também aparece no comportamento, na moda, etc.

Aliado à tecnologia, o cientificismo é o mito da modernidade. Nele, a verdade reina única, absoluta, a condição básica para o totalitarismo, que, nas palavras de Coelho (2001), é incontestável. Quando a arte se uniu à indústria, à máquina e à técnica, ao final do século XIX, o resultado foi o esteticismo. O esteticismo, por sua vez, surgiu para mostrar que na modernidade a arte está por

todos os recantos da vida cotidiana. Da publicidade à moda, do projeto de máquinas ao trato corporal, tudo foi alcançado pela arte ou por alguma forma de arte, uma estética da massa industrializada.

O domínio da representação sobre o real é outro traço marcante da modernidade. Ele decorre do esteticismo. Para Coelho (2001), esteticismo e idolatria da representação são verso e reverso da mesma moeda. Para ilustrar essa situação, citamos como exemplo as revistas e os suplementos dominicais de jornais, que tratam as novelas de TV e suas personagens como se fossem notícias reais, criando deste modo toda uma cultura da representação.

Foi, portanto, no alvorecer dos séculos XVIII e XIX, com as Revoluções Francesa (1789) e Industrial (1822), que um novo conceito de modernidade surgiu, trazendo consigo ideias emancipadoras consolidadas pelo Iluminismo, onde “o uso da razão se fez indispensável à compreensão dos fenômenos naturais e sociais, dando ao homem liberdade de expressão e de culto e proteção contra a escravidão, a injustiça, a opressão e as guerras” (PILETTI, 1996, p.422).

Significativas, essas ideias contribuíram para as grandes transformações políticas e sociais que germinaram desde então: ver a razão como fonte de progresso (base da nova concepção de modernidade) e a ciência como algo que proporcionara ao homem moderno explicações universais para todas [ou quase todas] as coisas (SOUSA, 2004).

Comparada às eras anteriores, a modernidade foi considerada o primeiro modo de organização social a obter uma predominância global (LYON, 1998). E isto porque ela ofereceu vantagens extraordinárias aos cidadãos comuns, os quais passaram a gozar de maior liberdade de trânsito e de opinião, sem falar na aquisição de bens de consumo diário inventados pela tecnologia que a cada dia mostrava a superioridade da época moderna. Diante desse contexto, não é de admirar que produtos como o liquidificador, a geladeira e o aspirador de pó, por exemplo, fossem vistos como símbolos do progresso ao lado de tantas outras conquistas alcançadas com a vinda da modernidade, tais como o trem, o automóvel, o telégrafo, o rádio, a televisão, o cinema, o telefone, etc.

A nosso ver, esse cenário instaurado sob o prestígio da ciência, da técnica e da tecnologia, incluindo aqui os meios de comunicação de massa,

acontecimentos espetaculares que sem dúvida marcaram o imaginário do sujeito moderno, transformando seu cotidiano, só foi possível devido ao caráter revolucionário da modernidade, cuja proposta sempre consistiu em romper com a tradição, ir à procura da mudança, no sentido de priorizar o novo em detrimento do velho. O novo pelo novo. O novo como superior ao antigo (KUMAR, 1997).

A busca incessante pela criação do novo, da novidade e do inédito, que alimentou tanto a modernidade quanto o modernismo em sua plenitude estética, se estendeu, também, ao campo da música popular moderna que vai surgir na Europa, a partir da primeira metade do século XX. Estamos falando, em especial, do *rock*, gênero musical que desencadeou a segunda maior revolução cultural ocorrida desde o *rock and roll* de Elvis Presley, nos Estados Unidos da América da década de 1950. Este será o tema do próximo subtítulo, que vai tratar do surgimento dos Beatles na modernidade.

2.3 A MODERNIDADE E O SURGIMENTO DOS BEATLES

Desejamos iniciar este tópico, que vai finalizar a Análise Sociohistórica do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade, lembrando que para Thompson (1995, p.183) o termo “formas simbólicas se refere a uma ampla variedade de fenômenos culturais, portanto significativos, que vão desde ações, gestos, rituais, até manifestações verbais [como a música, por exemplo], além de textos, programas de televisão [som e imagem] e obras de arte”.

Todavia, para que a produção, circulação e recepção de uma forma simbólica (THOMPSON, 1995) como a imagem pública dos Beatles, seja compreendida no seu verdadeiro sentido, isto é, como acontecimento midiático cultural surgido em plena era moderna, aconselha-se, num primeiro momento, fazer referência e tomar conhecimento do período histórico em que ela está incluída (BARDIN, 1988).

Na Inglaterra da década de 1960, como havia sido na América da década de 1950 do século XX, milhares de jovens estavam sempre à procura do novo, do inusitado, de um outro estilo de vida que lhes assegurasse uma nova identidade de geração. O sentido de um objetivo comum que ligara alguns rapazes de Liverpool, sendo a maioria oriunda da classe operária e muitos deles nascidos durante o horror e a vergonha dos bombardeios nazistas ocorridos com a eclosão da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945), era um só: desafiar o sistema e transgredir a moda, o padrão de comportamento e a moral instituída pela classe dominante, branca, como parte da estrutura social vigente naquela época.

Essa estrutura social consistia em “identificar as assimetrias, as diferenças e as divisões sistemáticas da vida social” (THOMPSON, 1995, p.367), como aquelas existentes entre os jovens oriundos da classe operária, na qual os Beatles estavam inseridos, e a juventude que pertencia à classe dominante, cujo poder aquisitivo era muito superior. Não excluindo a separação que havia entre homens e mulheres, entre brancos e negros, empregado e empregador.

Para nós, isso explica por si só o fato de a ideia de estrutura social ter nascido na esfera pública burguesa (DOMINGUES, 1999), pois, segundo consta, desde a Revolução Industrial, no século XVIII, a burguesia, logo identificada com o sistema capitalista que ela ajudou a criar e a desenvolver, figurava como classe social dominante na sociedade inglesa (PILETTI, 1996).

A divisão da sociedade em grupos desiguais ou classes sociais de pessoas era baseada em riqueza, educação e ocupação, ou seja, pelo *status* econômico e familiar. Enquanto os burgueses detinham o poder, já que eles eram proprietários dos meios de produção, restava à classe operária, que deles havia sido expropriada, apenas a força de trabalho. Resumindo, essa era a mercadoria que os operários venderiam aos capitalistas, pois só assim teriam como comprar os meios necessários para sua subsistência (DOMINGUES, 1999).

Com o advento da modernidade, uma ruptura radical significou a destruição das formas passadas de vida, valor e identidade, resultando, pois, na transformação da imagem, aparência e moda. Na indústria fonográfica, por exemplo, o grande momento desse rompimento aconteceu no início dos anos sessenta, quando, surpreendentemente, aquela agressividade frenética do *rock and roll* americano, que se refletia no comportamento do “herói sem causa”, da “juventude

transviada” de um James Dean, foi sendo substituída por um outro tipo de atitude, não menos agressiva, mas sedutora, a ponto de conduzir a mudança para um universo de ideias bem mais amplo e provocador.

O impacto revolucionário da imagem pública dos Beatles se deu numa época em que uma geração de jovens adolescentes estava sedenta por algo novo, mas mesmo assim sua novidade pegou-a de surpresa.

Para sabermos como foi que isso aconteceu, o que estava por trás dos Beatles, quais foram as suas motivações e inspirações, o que fez aquele quarteto de Liverpool, nascido numa cidade inglesa devastada pela guerra, se render à imagem messiânica de Elvis Presley e, do mesmo modo, por que a explosão do *rock and roll* nos Estados Unidos da América, em meados de 1950, mudou a vida de John, Paul, George e Ringo, é necessário voltar um pouco no tempo.

Tudo começou no dia 28 de outubro de 1961, quando um jovem de nome Raymond Jones, típico *Teddy Boy*³¹ de Liverpool, vestindo jaqueta de couro preto, entrou por volta das 15h³² na North End Music Store (NEMS)³³, de propriedade de Brian Epstein³⁴, e pediu um compacto simples com *My Bonnie Lies Over the Ocean*, uma canção feita por uma banda de *rock* chamada The Beatles³⁵.

Ignorando os Beatles e a gravação, mas intrigado com o alvoroço da juventude inglesa sobre os grupos *beat*³⁶ e tantos pedidos para *My Bonnie Lies Over the Ocean*, Brian Epstein não hesitou e prometeu ao jovem freguês pesquisar a respeito do assunto. Não demorou muito a descobrir que o disco fora produzido dois meses antes em Hamburgo, na Alemanha, e que os Beatles eram uma banda de *rock* dali mesmo, de Liverpool, e costumava se apresentar todos os dias na hora do

³¹ Teddy Boy era o movimento jovem inglês do final dos anos 1950 e começo dos anos 1960. Usavam a moda em couro preto: jaquetas, blusas, calças justas, botas de bico fino. Ver **Gente do século. John Lennon – biografia**. São Paulo: Grupo de Comunicação Três S.A, 1999, p. 21.

³² Este horário consta em toda a bibliografia publicada até hoje sobre os Beatles.

³³ Loja de discos e equipamentos de áudio de Brian Epstein.

³⁴ Empresário dos Beatles de 1962 a 1967, quando se suicidou, em Londres, de overdose.

³⁵ Na verdade, quando os Beatles gravaram a canção *My Bonnie Lies Over the Ocean*, eles a fizeram como uma banda de apoio usando o nome de The Beat Brothers para o cantor britânico Tony Sheridan.

³⁶ Beat é a música dos grupos britânicos cujo repertório tinha por base a música americana, isto é, o *rock and roll* e *rhythm and blues*, mais composições próprias. Os grupos beat, dos quais os Beatles são o principal exemplo, geralmente se compunham de guitarra elétrica solo, guitarra rítmica, baixo e bateria. Não se deve confundi-los com os poetas e romancistas beat. Ver Barry Miles: **Paul McCartney: many years from now**, 1997, p.80.

almoço, no The Cavern Club, um clube de *jazz* local situado na Mathew Street, nº 10, nas proximidades da sua loja. Como bom negociante de discos que era, Brian Epstein foi pessoalmente ao The Cavern Club conferir de perto o show dos Beatles. Gostou do que viu. E, principalmente, do que ouviu. Em entrevista para um jornal de música *pop* de Liverpool, o *Mersey Beat*³⁷, em novembro de 1961³⁸, Brian assim descreveu a visita ao The Cavern Club:

[...] o cenário do lugar não poderia ser pior. Num porão a 18 degraus abaixo do nível da rua, úmido, escuro e cheio de fumo, com três arcadas de tijolos em forma de túnel, muitos jovens entre meninos e meninas berravam e dançavam em meio a um rock ensurdecedor feito por quatro adolescentes em roupas justas de couro preto e cabelos compridos [...].

Apesar de ter julgado os Beatles não muito asseados, nem muito decentes, devido à imagem rebelde do grupo em suas surradas roupas de couro preto e seus cabelos compridos e desalinhados, Brian ficou fascinado pelos garotos e admitiu o considerável magnetismo da banda (FRÓES, 1995).

Convém assinalar aqui que, quando Brian Epstein viu os Beatles pela primeira vez no The Cavern Club, no dia 6 de novembro de 1961, eles ainda não eram uma banda de *rock* profissional. Embora atuassem desde 1960 como músicos amadores entre Liverpool, na Inglaterra, e Hamburgo na Alemanha. Nessa época, porém, o grupo era formado por cinco integrantes³⁹. Além de John Lennon, Paul McCartney e George Harrison (vocais e guitarras), incluía também Stuart Sutcliffe (no baixo) e Pete Best (na bateria).

Outro aspecto pertinente a destacar é que, por volta de 1960, 1961 (antes do sucesso estrondoso dos Beatles), era moda entre as bandas de *rock* de Liverpool mudar de nome, “um estilo novo que combinasse com a nova década que se aproximava” (REVILLA, 1994, p.6). Os Beatles, é claro, não eram alheios a essa

³⁷ Mersey, porque Liverpool fica às margens do Rio Mersey. Ver: Arthur Davis. ***The Beatles: dito e não dito***, 1996, p.20.

³⁸ Esta entrevista pode ser vista em **The compleat Beatles. Vídeo-Documentário**: Washington: Delilah Films, Inc., Copyright c. 1982.

³⁹ Os comentários sobre a história real, dos Beatles na cidade de Hamburgo, na Alemanha, e Liverpool, na Inglaterra, na fase inicial de sua carreira “amadora” musical, no período de 1960 a 1961, são baseados, além dos autores citados, no DVD ou fita de vídeo intitulado **“Os cinco rapazes de Liverpool” (Backbeat)**. Um filme de Iain Softley, 1994.

onda de renovação. De um modo geral, as bandas costumavam adotar nomes de sua preferência (ou simpatia) ou usar o nome do líder do conjunto para identificar o grupo, ou ainda acrescentar um nome que fosse ligado à música.

Assim, de Rainbow e Johnny and Moondogs (batizado após o programa de rádio *Moondog Rock and Roll House Party*, de Alan Freed)⁴⁰, os Beatles passaram a se chamar Long John and the Silver Beatles. Depois trocaram para Silver Beatles, Beatles e, finalmente, para THE BEATLES. “O nome BEATLES foi inspirado num dos seus ídolos, Buddy Holly, cuja banda era chamada Crickets (grilos). Achando que *cricket* era um trocadilho entre o nome do inseto (gafanhoto) com o jogo críquete, combinaram *beetle* (besouro) com o nome comum que se usava na época para chamar a música de *rock*: “beat music” (FRIEDLANDER, 2002, p. 120).

Desde que soube dos Beatles, Brian Epstein começou a visitar com certa frequência o The Cavern Club. Segundo consta, foi num desses encontros “fortuitos” que ele convidou os jovens rapazes para uma reunião informal na sua loja de áudio e discos, a NEMS, e propôs a ideia de empresariá-los. Até onde averiguamos, não há registro algum informando que a banda tenha aceitado a oferta na hora (FRÓES, 1995). O grande dia viria a ocorrer no ano seguinte, em 24 de janeiro de 1962, quando, por fim, os Beatles decidem assinar um contrato definitivo com Brian Epstein, que a partir de então, se compromete a administrar os interesses comerciais da banda mais famosa do planeta.

Afinal, quem era Brian Epstein, o homem que mudaria radicalmente a vida dos Beatles, a partir de 1960? Tudo o que sabemos é que esse jovem de fala mansa e um pouquinho esnobe (MILES, 1997) nasceu em Liverpool, na Inglaterra, no dia 19 de setembro de 1934, vindo de uma família de origem judia.

Antes de se interessar pela música *pop* britânica e pelo *rock and roll* americano, ele atuava no ramo imobiliário, cuja cadeia de lojas pertencia ao seu avô paterno. Devido à sua formação familiar, que era religiosa, Brian Epstein era um homossexual do gênero enrustido. Levava uma vida dupla, dividindo-se entre o

⁴⁰ Alan Freed foi um disc-jóquei que em 1951 batizou a nova música moderna de *rock and roll*. Segundo consta, ele se baseou na letra de um velho blues de 1922 regravado depois da guerra por Big Joe Turner: *My Baby She Rocks Me With a Steady Roll*. Ver: Roberto Muggiati. **Rock: do sonho ao pesadelo**, 1984, p. 14.

respeitável negociante do horário comercial e o caçador solitário que percorria os bares da pesada, nas docas do Mersey, à noite.

Diziam, ainda, que Brian Epstein era muito formal quanto à postura. Apesar da idade (ele tinha 27 anos, quando conheceu os Beatles em 1961), gostava de considerar-se um perfeito cavalheiro inglês (MILES, 1997). Tanto que tinha um visual impecável. Costumava vestir-se com esmero. Seu traje habitual era terno de risca acompanhado de guarda-chuva⁴¹ e chapéu-coco, ambos muito utilizados no século XIX (LIPOVETSKY, 1989). Os sapatos brilhavam. A camisa e a gravata quase sempre combinavam.

No final de 1960, a convite de Allan Williams⁴², os cinco rapazes de Liverpool partem rumo à cidade de Hamburgo, na Alemanha, para uma temporada de seis meses. Começaram tocando as canções que compunham (muitas delas inspiradas na música dos seus ídolos favoritos, entre os quais destacamos Elvis Presley, Buddy Holly, Chuck Berry, The Everly Brothers, Gene Vincent, Eddie Cochran, Little Richard, Carl Perkins) em boates tais como o Indra Club, o Kaiserkeller, o Top Ten Club e o Star Club, consideradas verdadeiros “inferninhos” do bairro de St. Pauli, na área da Reeperbahn, a avenida conhecida como “zona da luz vermelha de Hamburgo”, por ser a zona do baixo meretrício, com garotas seminuas se exibindo nas vitrines (DAVIS, 1996).

De certo modo, Hamburgo e Liverpool eram muito parecidas. Ambas as cidades eram portos de entrada para o mundo, o que facilitava o comércio de novidades que chegavam com cada navio. Entre as mercadorias estavam os discos de *rock and roll* procedentes da América do Norte. Também eram consideradas cosmopolitas devido ao número expressivo de imigrantes que nelas desembarcavam, vindos de vários países à procura de emprego ou outra atividade importante. Além das docas e suas prostitutas famosas, dos times de futebol e dos comediantes, cujas carreiras artísticas haviam começado em teatros musicais, essas

⁴¹ A aparência de Brian Epstein, como a descrevemos, pode ser visualizada em **Anthology**. DVDs nº 1 (1940 a 1963) e nº 2 (1964 a 1965). Inglaterra: Apple Corps Limited, 2003, e também na série documentário **The Beatles. A Long and Winding Road**. DVD nº 1 (1956 a 1963). Inglaterra: Apple Corps Limited, 2003

⁴² Allan Williams era tido como um empreendedor musical, que costumava ganhar a vida agendando bandas de rock de Liverpool para o exterior. Ver: Arthur Davis. **The Beatles: dito e não dito**, 1996, p. 10.

duas cidades europeias tinham sido devastadas pelos bombardeios durante a Segunda Grande Guerra (1939-1945).

Seus habitantes, diziam, eram sobreviventes resolutos e costumavam ter um senso de humor implacável. Mas, conforme Miles (1997), as semelhanças entre ambas as cidades terminavam aí: enquanto Liverpool, na Inglaterra, estava mergulhada na pobreza e ainda não fora totalmente reconstruída, Hamburgo, parte do milagre econômico alemão do pós-guerra, era uma cidade rica.

Embora os Beatles fossem uma banda de *rock* de Liverpool, foi na Alemanha que eles criaram o visual inicial característico do conjunto: um jeito sombrio, rebelde. Era o estilo do motoqueiro de gangue, durão, agressivo e machão ao extremo. Vestiam-se como autênticos *Teddy Boys*, a moda em couro preto: jaquetas, blusões e calças justas, botas bicudas, costeletas. Além dos óculos escuros e do cabelo comprido penteado para trás com topete e fixado com brylcreem (brilhantina), talvez aludindo aos seus ídolos norte-americanos: Elvis Presley, James Dean, Marlon Brando em *The Wild One*.

Também foi lá, em Hamburgo, que os Beatles conheceram um grupo seleta de jovens, artistas e universitários, que, além de cultivarem o gosto pela poesia e pela pintura, se opunham ao *establishment* e o faziam de uma maneira cerebral, intelectualizada. Eram os chamados “exis” (de existencialista).

Entre os intelectuais engajados na doutrina existencialista⁴³, que, na época, se aproximaram dos Beatles, estava o estudante da Escola de Artes Alemã Klaus Voorman, que se tornaria amigo e colaborador dos Beatles até ao amargo fim da banda, em 1970, e a fotógrafa Astrid Kirchherr, que foi a responsável pela saída de Stuart Sutcliffe do grupo ao ficarem noivos. Não sem antes causar impacto nos Beatles com a decisão de pentear os seus cabelos para frente, com franjas sobre a testa. Esse visual pajem acompanharia os Beatles até ao final de 1965. Na verdade, o corte de cabelo criado por Astrid, moda entre os precursores do *rock*, era moderno, acabando de vez com o topete. Os Beatles e os exis tinham algo em comum: eles compartilhavam a paixão pela moda em couro preto:

⁴³ O existencialismo é uma doutrina filosófica que acentua o aspecto existencial do ser, que se baseia nas raízes da existência humana. Contrapõe-se ao aspecto essencial, próprio da filosofia tradicionalista. Ver: Adriano da Gama Kury. **Minidicionário Gama Kury da Língua portuguesa**. Organização Ubiratan Rosa, 2002, p.455.

[...] os exis usavam roupas escuras, suéteres pretos com gola olímpica, calças também pretas ou calças de veludo cotelê justíssimas. Também vestiam jaquetas de couro preto, mas num feitiço curto e atarracado. Costumavam pentear o cabelo para frente, à maneira francesa (MILES, 1997, p. 90).

A experiência dos Beatles, na Alemanha, serviu para amadurecer a imagem inocente (talvez nem tanto) do conjunto. Não foi só a sua música e suas roupas. Do sexo com as meninhas de Liverpool, passaram a se relacionar com mulheres da pesada, *strip-teasers* e prostitutas. Em Hamburgo, o grupo teve o seu primeiro contato com as drogas, as bolinhas Preludin, que tomavam para ficar acordados nos bares e cabarés, tocando até o dia raiar e, muitas vezes, dividindo o palco com outros artistas ou mesmo shows de *strip-tease*.

Num cenário barra-pesada como este, as dificuldades de se apresentar como banda de *rock* não eram poucas. De acordo com Miles (1997), várias razões contribuíram para isso: a instalação elétrica dos lugares onde tocavam e cantavam era bastante precária, o que prejudicava bastante a qualidade do som, embora este não fosse lá essas coisas. Por outro lado, havia o cansaço físico, por trabalharem horas a fio sem ganhar dinheiro algum. Além do mais, a chance de os Beatles serem contratados por alguma gravadora local era praticamente fora de cogitação. E isso não apenas em Hamburgo como também em Liverpool, pelo menos até àquele período (1960-1961).

Com todos esses percalços à vista, podemos dizer que Brian Epstein apareceu no momento certo. Ele deu aos Beatles a segurança, a confiança que tanto precisavam: profissionalizar-se, ganhar dinheiro, fama e respeito. Sua inclusão como empresário do grupo, no dia 24 de janeiro de 1962, mudaria para sempre a vida e a rotina daqueles cinco jovens de Liverpool. Assim, esse foi o ano oficial em que as coisas finalmente começaram a acontecer para os Beatles, no sentido de projetar a imagem pública deles como músicos profissionais do gênero *pop* britânico. Era o começo da grande revolução.

Quando os Beatles saíram do anonimato, dispostos a gravar o primeiro compacto para a EMI (Electric and Musical Industries Ltd), *Love Me Do* (lado A) e *P.S. I Love You* (lado B), nos estúdios da Abbey Road, no dia 11 de setembro de

1962, a Inglaterra, uma nação saudosa do seu passado triunfante, mas ainda muito apegada às normas e tradições de seus castelos seculares, parecia carregar no imaginário as sequelas e as imagens catastróficas da Segunda Grande Guerra (1939-1945). Seu império, coroa da sua glória e fundamento da sua riqueza, havia se desmantelado ao sopro dos novos tempos.

Embora vestígios de modernidade tenham despontado na Inglaterra por volta dos séculos XVIII e XIX, quando estourou a Revolução Industrial naquele país, como toda nação orgulhosa, custava-lhe a reconhecer a mudança que, a princípio quase sem sentir, começava a alterar seu perfil anterior. Demorou algum tempo, por exemplo, para que os ingleses admitissem o quanto a Inglaterra estava se tornando uma sociedade multirracial, inundada pelos egressos de suas ex-colônias em busca do sonhado padrão europeu de vida.

O meio social em que os Beatles nasceram e cresceram era povoado de gente bem mais velha, de normas rígidas, regras, respeito à autoridade e aos mais idosos. Esse ambiente austero, onde regras e convenções eram concebidas como “esquemas flexíveis” (THOMPSON, 1995), se devia à educação recebida por eles no âmbito familiar e às “instituições sociais”, do qual a escola faz parte.

Sendo assim, tais esquemas flexíveis deveriam orientar o sujeito, no decorrer de sua vida cotidiana. Por isso, nas sociedades tradicionais, como a Inglaterra dos Beatles, por exemplo, os padrões rígidos de conduta eram implícitos ao sujeito desde o seu nascimento. Com relação às instituições sociais, citando entre elas a gravadora EMI, onde os Beatles produziram o seu primeiro *single Love Me Do* e *P.S. I Love You*, e Abbey Road, que se tornaria o estúdio oficial da banda inglesa, estas “[...] podem ser entendidas como conjuntos específicos e relativamente estáveis de regras e recursos, juntamente com as relações sociais que são estabelecidas por elas e dentro delas” (THOMPSON, 1995, p. 196).

Prosseguindo, em meados de 1950, os Beatles, a exemplo de muitos outros jovens de sua geração, viviam entediados com um mundo onde a meta única era ser como seus pais e seus avós: uma vida pacata, sem perspectiva nenhuma de escapar da rotina pesada da fábrica e passar para outra classe social, que ao menos lhes assegurasse um futuro promissor.

Foi encontrando consolo em velhos discos de *rock and roll* americano, que chegavam à Europa a partir daquele período, e também na música de salão britânica, baseada no *jazz* tradicional, que vinha sendo cultivado na Inglaterra desde o final da década de 1940 do século passado por orquestras em voga na época, que eles criaram um som próprio e desenvolveram sua noção de moda: cabelos compridos com topete, botas bicudas de couro preto, blusas, jaquetas e calças justas da mesma cor preta, costeletas, óculos escuros. Alguns, como Stuart Sutcliffe, mascavam chicletes (GOFFMAN; JOY, 2007).

Com suas guitarras elétricas a tiracolo, eles começaram a compor baladas e a cantar, imitando a aparência e o espírito de rebeldia que emanava dos seus heróis prediletos. Entre os que já destacamos, incluímos ainda Bill Haley and His Comets e Fats Domino. Portanto, quando Brian Epstein assumiu como empresário dos Beatles em 1962, a primeira atitude junto ao grupo foi dar-lhes uma identidade visual totalmente nova, simbolizando, dessa forma o inusitado proposto pelo moderno (COELHO, 2001). Mas para isso, antes seria preciso fazer algumas mudanças urgentes e um tanto necessárias. E a primeira delas recaiu sobre um dos quatro integrantes da banda.

Pete Best, o antigo baterista dos Beatles, desde os tempos do The Cavern Club, em Liverpool, e das casas noturnas de show ao vivo, em Hamburgo, na Alemanha, foi substituído por Richard Starkey Júnior (ou Ringo Starr), como ficou popularmente conhecido até aos dias de hoje. A esta altura, os Beatles já eram produzidos por George Martin, engenheiro de som e diretor da Parlophone Records, uma pequena subsidiária da EMI (Electric and Musical Industries Ltd), importante gravadora britânica. Agora a banda de *rock* inglesa The Beatles era formada por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr.

Destaquemos que Stuart Sutcliffe⁴⁴, que nada tinha a ver, musicalmente, com os Beatles, havia deixado o grupo ainda em 1961, quando optou por casar com a fotógrafa alemã Astrid Kirchherr, com quem vinha mantendo um relacionamento amoroso na época. Esse *affair*, no entanto, veio a ser brutalmente interrompido,

⁴⁴ Stuart Sutcliffe era pintor de telas e amigo de John Lennon. Entrou para os Beatles por ter emprestado dinheiro a Lennon para comprar uma guitarra. Ver Barry Miles: ***Paul McCartney: many years from now***, 1997, p.91.

quando, no dia 10 de abril de 1962, Stuart Sutcliffe falece em Hamburgo, em consequência de um tumor maligno no cérebro.

A troca de Pete Best por Ringo Starr, em junho de 1962, não foi benéfica apenas musicalmente. Em termos visuais e em relação ao carisma, o grupo teve um ganho excepcional, uma vez que o novo membro do grupo agradava tanto às crianças como às pessoas mais velhas (devido ao seu espírito brincalhão), que nem tinham tanto interesse pela música dos Beatles.

Além disso, enquanto Ringo se destacava no meio artístico musical por ser um excelente baterista profissional (SPITZ, 2007), já que antes dos Beatles ele tinha tocado num grupo de *rock* de Liverpool, chamado *Rory Storm and The Hurricanes*, razão pela qual muitos empresários do ramo na época queriam contratá-lo, Best era apenas aprendiz, antipático e sisudo (DAVIS, 1996).

Embora a permuta de Pete Best por Ringo Starr tenha sido relevante, em nosso modo de ver a mudança mais visível na construção da imagem pública dos Beatles está vinculada à moda que, aliás, é uma característica marcante da modernidade. Uma época cujo projeto primou pela obsessão total da renovação constante, excluindo, desse modo, quaisquer valores estéticos e modelos estereotipados de conduta vigentes no passado (KELLNER, 2001).

Ao modificar, de forma radical, o visual dos Beatles, limpar aquela aparência rebelde que a banda incorporou para si, desde os tempos em que atuavam como banda informal de *rock* entre Liverpool e Hamburgo (1960-1961), a moda em couro preto, Brian Epstein acreditava que seria bem mais fácil conseguir um bom contrato com alguma gravadora importante de Londres.

Na realidade, o estilo *Teddy Boy* dos Beatles, no início de sua trajetória musical sem Brian Epstein (1960-1961), sintonizava com o jeito machão de ser, com a aparência desleixada e com a moda jovem, moderna e rebelde de vestir dos anos que caracterizaram a década de 1950 do século passado, trazida por Elvis Presley, símbolo maior do *rock and roll*, e pelos ídolos do cinema americano, tais como James Dean e Marlon Brando: blusão e jaqueta de couro preto, topete e jeans, botas bicudas, óculos escuros, chicletes, moto ou lambreta.

De fato, os anos cinquenta foram, por assim dizer, a apoteose do *american way of life*. Ou seja, um certo estilo de vida à moda americana

(RAMONET, 1998) que, aos poucos, foi seduzindo a juventude da época, através da onda avassaladora da cultura de massa e seus bens simbólicos: Hollywood, *jazz*, *rock and roll*, quadrinhos, desenhos animados, Coca-Cola, a Disney com seus parques temáticos, televisão, McDonald's, calças jeans, Marlboro, etc. Para alguns, foi um clima de euforia consumista gerada nos anos do pós-guerra, nos Estados Unidos da América (GARCIA, 2008).

Faz sentido então, pois foi justamente nos Estados Unidos da América, quando terminou a Segunda Grande Guerra (1939-1945), que a cultura de massa (planetária) lá se cristalizou de forma temática, embora “[...] suas características originais tenham começado preferencialmente a se desenvolver a partir da década de 1930 em solo americano” (MORIN, 1997, p. 89).

Lipovetsky (2005) e outros vão defender que o consumismo de massa, nos Estados Unidos da América, se dá por volta de 1920 com o surgimento do rádio, cujo advento tornou a vida cotidiana das pessoas mais amena e prazerosa. Para o autor, tal sentimento ficou por conta do tremendo *boom* industrial ocorrido após ambas as guerras mundiais. Mesmo assim, há quem diga, ainda, que foram os anos cinquenta, com o aparecimento da televisão, que consolidaram a imagem, modelo de felicidade americana (*the american dream*), que nem sequer a Grande Depressão de 1929 conseguiu abalar (HOBSBAWM, 1995).

Nesse contexto globalizado, não é surpreendente constatar que, com a cultura de massa, a produção industrial e cultural do país norte-americano acelerou-se vertiginosamente, a ponto de os produtos por ela fabricados em série serem consumidos por milhares de jovens e adultos no mundo todo. A propósito, ao projetar-se para além das fronteiras nacionais, a cultura de massa passou a caracterizar-se como uma cultura “tipo exportação”, típica da sociedade global de consumo, que, no entender de Ortiz (1994), é o modo dominante da modernidade.

Em todos os lugares, as pessoas estão adotando os costumes americanos, seu modo de vida, seu padrão de conforto. E os produtos americanos estão se tornando conhecidos onde as mercadorias são vendidas. Os Estados Unidos são o espelho do mundo, o paradigma a ser imitado por todos (ORTIZ, 1994, p. 88).

Eis, portanto, a razão pela qual os Beatles, na fase inicial de sua carreira artística (antes de alcançarem o estrelato), tenham sido fiéis imitadores da música e do comportamento rebelde que emanava dos seus ídolos americanos.

Assim, outra imposição de Brian Epstein aos Beatles foi a questão da postura. Jamais deveriam comer, fumar e mascar chicletes, nem tampouco conversar com as pessoas das primeiras fileiras durante os shows. Era preciso manter uniformidade e disciplina no palco. Um comportamento menos louco em cena, mantendo-se nos lugares, em vez de saltar como selvagens. Do nosso ponto de vista, está claro que por trás desse desejo de mudança, havia um interesse comercial, uma jogada publicitária muito bem-articulada pelo então empresário que almejava vender a imagem visual dos Beatles, tão logo fosse possível. Só assim a banda poderia obter um lugar de destaque no mercado fonográfico e, do mesmo modo, conquistar o mundo da fama, além de um público fiel de admiradores no mundo inteiro (MILES, 1997).

A propósito, de 1963 a 1965, o público-alvo e consumidor do *rock* dos Beatles eram os jovens de 14, 15, 16 anos de idade, o que era uma novidade na época, pois o direcionamento do mercado musical era para os adultos. As rádios tocavam, além de *rock*, gêneros como *jazz*, ópera e cantores sérios como Frank Sinatra e Tony Bennet. O sucesso impactante dos Beatles motivou uma mudança de posicionamento no mercado fonográfico, conduzindo-o a crianças e adolescentes. A esse respeito Thompson (1995) argumentou:

Negligenciar esses contextos da vida cotidiana, e as maneiras como as pessoas dentro delas interpretam e compreendem as formas simbólicas que elas produzem e recebem, é desprezar uma condição hermenêutica fundamental da pesquisa sociohistórica (THOMPSON, 1995, p. 364).

Nesse sentido, é preciso levar em conta aqueles sujeitos que, como nós, ultrapassam o papel de colecionadores e se tornam fãs. Assim, em 1963, um ano após os Beatles gravarem o seu primeiro compacto simples *Love Me Do* e *P.S. I Love You*, eles ganham, igualmente, o seu primeiro fã clube. Característicos da modernidade, os fãs clubes (MORIN, 1989) foram geridos pelos estúdios

cinematográficos de Hollywood, a partir dos *fan's mails departments*, para servirem de “termômetro” da popularidade de um artista (MORIN, 1989, p.51).

Prosseguindo, da moda em couro preto, jaquetas e calças justas, os Beatles passaram a trajar camisas alinhadas e vestir elegantes ternos Pierre Cardin com gola de veludo nas cores azul-escuro, cinza-claro e cinza-escuro (MILES, 1997). Também era comum vê-los usar ternos seguindo os preceitos da moda Coco Chanel: colarinhos pequenos emoldurando o rosto ou ainda ternos sem lapela abotoados com apenas três botões (REVILLA, 1994).

O uso da gravata foi indispensável. O cabelo, comprido e rebelde, antes penteado para trás, com topete e fixado com brylcreem, agora era usado para frente e com franja ao estilo pajem, lembrando e muito a imagem divertida do personagem Moe, da série os Três Patetas⁴⁵. A nova moda sugerida por Brian Epstein aos Beatles, nessa primeira fase de sua carreira musical (1962-1965), também incluía as botas bicudas de couro preto com salto levemente alto, modelo, aliás, que os acompanhou quando ainda eram um conjunto informal de *rock* e cantavam suas melodias nos bares de Liverpool e Hamburgo. Com uma diferença: eram agora limpas e brilhantes. As costeletas, porém, foram abolidas.

Como é possível notar, desde que os Beatles entraram em cena como compositores profissionais do gênero *pop* britânico, em janeiro de 1962, tendo Brian Epstein à frente como empresário, eles seguiram seu tempo de inovações. Para nós, este tempo teve início por volta dos séculos XVIII e XIX, quando estouravam na Europa as Revoluções Francesa (1789) e Industrial (1760 a 1860) prenunciando a chegada da modernidade naquele continente, como verificamos em Coelho (2001), Magnoli (1997) e Lemos (2002). A Revolução Industrial, aliás, ocorreu particularmente na Inglaterra, berço dos Beatles. Por isso, parece-nos plausível afirmar que a banda inglesa é fruto da nova era, tendo em vista ter a Inglaterra servido de cenário às grandes transformações sociais que lá aconteceram, cujo impacto ainda hoje se faz sentir.

Prova disso, ao caírem as barreiras fixadas pelos códigos dominantes do passado, a modernidade possibilitou aos Beatles, como indivíduos e aos jovens de sua geração, plena liberdade de escolher novos estilos de vida que os tornassem

⁴⁵ Série de TV americana, lançada de 1930 a 1970. Ver endereço eletrônico: http://www.mofolandia.com.br/mofolandia_nova/tres_patetas.htm.

livres de todo e qualquer tipo de ordem social vigente, assumindo inclusive identidades diferentes em ocasiões diferentes (HALL, 2004). E isto porque o projeto moderno, fundamentado na razão e no progresso da ciência, prometia libertar o sujeito da identidade herdada (BAUMAN, 1998).

Imersa num tempo em que a valorização do Novo (LIPOVETSKY, 2005) e da liberdade triunfa sobre a tradição, a juventude da década de 1960 passou a agir conforme a sua própria vontade, tornando-se, de igual modo, o que queria, já que a identidade pessoal na modernidade é suave, fluida e aberta ao exercício da imaginação, ainda que os benefícios desta liberdade individual ameacem destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos e tudo o que somos (HARVEY, 2000).

É sobretudo nesse aspecto que envolve o livre-arbítrio e a identidade individual do sujeito, na era moderna que alguns autores afirmam: “Agir num mundo de escolhas plurais, envolver-se com ele, é optar por alternativas, tendo em vista que os sinais estabelecidos pela tradição agora estão em branco” (GIDDENS, 2002, p.81). Vemos, portanto, que o sentido de perpétua mudança e inovação trazido até nós pela modernidade serviu para justificar toda uma constelação de imagens midiáticas, de ações, de sentimentos e de ambientes específicos que simbolizam o espírito do tempo moderno (MORIN, 1997).

Todavia, é preciso reiterar novamente que a primazia do novo em relação ao antigo (LIPOVETSKY, 2005) não é condição única da modernidade. Como referimos anteriormente, ela também foi instituída pelo modernismo, porque o modernismo antes de tudo é o novo (LYON, 1998), o recente, o atual (SUBIRATS, 1993) ou, em última instância, um estilo cultural, estético, que se estendeu à moda (COELHO, 2001), subvertendo desse modo as atitudes, os valores burgueses tradicionais e a ética puritana (FEATHERSTONE, 1995).

Por isso, quando tentamos relacionar a imagem pública dos Beatles ao modernismo é porque a revolução cultural desencadeada pelos quatro jovens de Liverpool, na primeira metade de 1960, provocou “uma saudável mania frenética, uma sensação de liberdade que ainda hoje nos permite sentir como partes de uma obra de arte maior” (SWIFT, 2007, p.207), pois como sabemos, eles inauguraram um tempo novo, moderno, de criatividade e experimentação, ao lançarem uma moda diferente, já que combinaram o rebelde do cabelo comprido e das botas bicudas de

couro preto com o refinado e comportado terno e gravata, contrastando, assim, com os preceitos estéticos da moda tradicional.

Isso por si só demonstra o quanto os Beatles, nessa etapa inicial de sua trajetória musical, são modernos, surgiram em plena modernidade, e apresentam características marcantes do modernismo, como teremos a oportunidade de verificar na iconografia do grupo no período (1962-1965), quando partirmos para estudar a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, segunda fase do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995).

Todavia, não foi só na aparência, no visual que os Beatles conseguiram ser modernos, inovadores e criativos. Na música também. E isso pode ser comprovado já no primeiro LP do grupo, *Please Please Me*, lançado em 22 de março de 1963. Das quatorze canções, oito eram composições originais de Lennon & McCartney; era raro, na época, um artista da música *pop* gravar suas próprias melodias.

Além disso, desde as primeiras canções, os Beatles marcaram, não só o ritmo, a instrumentação e a melodia, como libertaram a linguagem, trouxeram a gíria para a sua música de uma maneira muito mais presente, libertando, dessa forma, a maneira de a juventude se comunicar. Foi o que aconteceu nesse mesmo ano de 1963, quando os “mods” (ou moderninhos, como vieram a ser chamados pela imprensa do mundo inteiro) introduziram mais uma novidade. Os compactos simples *From Me To You* (abril) e *She Loves You* (agosto), trouxeram uma das marcas registradas do *rock* britânico que os quatro jovens de Liverpool estavam inventando: os famosos gritinhos de John Lennon e Paul McCartney: o “uuuuuuuuuu” e o “yeah, yeah, yeah”.

O novo proposto pelo moderno (COELHO, 2001) e pelo modernismo, aqui entendido como cultura da novidade (LIPOVETSKY, 2005), entre outros rótulos a ele atribuído, ainda é perceptível na cênica de palco sutil, no movimento corporal comedido sugerido por Brian Epstein aos Beatles quando ele começou a ser o empresário deles. Ao contrário do visual sério dos artistas *pop* da época de Elvis Presley, os Beatles sorriam descontraidamente uns para os outros e para as câmeras de TV. Essa imagem carregada de espontaneidade e simpatia era algo novo para os jovens da Inglaterra, como tinha sido para os adolescentes de Liverpool e como seria, em breve, para a juventude do mundo inteiro.

2.3.1 A IMAGEM DOS BEATLES NO PERÍODO: 1962-1965

Se, no momento anterior, foram recriadas as condições sociais e históricas da Era Moderna para a produção, circulação e recepção de uma forma simbólica (THOMPSON, 1995), como a imagem pública dos Beatles nessa época, agora é a ocasião de narrar esse acontecimento, utilizando como recurso de comunicação a linguagem visual por entendermos que “as imagens, assim como as histórias, nos informam” (MANGUEL, 2001, p. 21).

Por isso partimos para a segunda etapa do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade, a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, porque, “em virtude de suas características estruturais, têm capacidade e têm por objetivo dizer alguma coisa sobre algo” (THOMPSON, 1995, p. 369).

Em qualquer parte, os adolescentes estão sempre à procura do novo. Na cinzenta Liverpool, quinze anos após a Segunda Grande Guerra (1939-1945), essa busca era ainda mais premente. No começo, eles eram cinco, e Ringo Starr não existia, nem o nome BEATLES. Estavam ali, isto sim, John Lennon, Paul McCartney, George Harrison, Stuart Sutcliffe e Pete Best. Cinco rapazes de origem humilde. Típicos filhos da cidade operária, na idade de dezessete, dezoito e dezenove anos, quando foram parar por acaso num clube noturno de Hamburgo, o Indra Club, embora antes desta primeira aventura viessem tocando um repertório limitado em festinhas, bares e boates de Liverpool por alguns sanduíches e refrigerantes. Empresário, produtor e dinheiro tampouco havia. Ainda assim, constituíam uma banda entre as suas possibilidades e os seus sonhos, dedicando-se com exclusividade ao *rock and roll* e à aparência sedutora dos ídolos americanos de brilhantina e atrevimento. O período era 1960-1961.

Na Inglaterra dessa época, esses adolescentes aspirantes a músicos profissionais exibiam um visual “rocker”. O estilo era conhecido como *Teddy Boy*, movimento jovem do final da década de 1950 e começo da década de 1960, cuja moda consistia em vestir jaqueta de couro preto, botas bicudas, calças justas, óculos escuros, cabelos para trás com topete e brilhantina, costeletas, guitarras a tiracolo e um jeito rebelde que chocava qualquer um que não partilhasse com eles os mesmos

ideais. Esse “look” era herdado das bandas norte-americanas do estilo, que por sua vez adotavam a imagem radical de Marlon Brando e James Dean, nos filmes *O Selvagem (The Wild One)*, de 1953, e *Juventude Transviada (Rebel Without a Cause)*, de 1955. No entanto, essa aparência não era de todo verdadeira, pois nos Estados Unidos da América, os grupos de *rock and roll* de sucesso usavam terno e gravata especialmente quando se apresentavam na televisão, conforme identificamos no primeiro capítulo.

As imagens a seguir registram o período em que os jovens ingleses costumavam dividir o seu tempo entre Liverpool e Hamburgo para cantar as baladas musicais dos seus heróis favoritos. A propósito, foi durante a segunda turnê à Alemanha, em 1961, que o nome BEATLES surgiu, após várias tentativas de escolha para identificar o grupo.

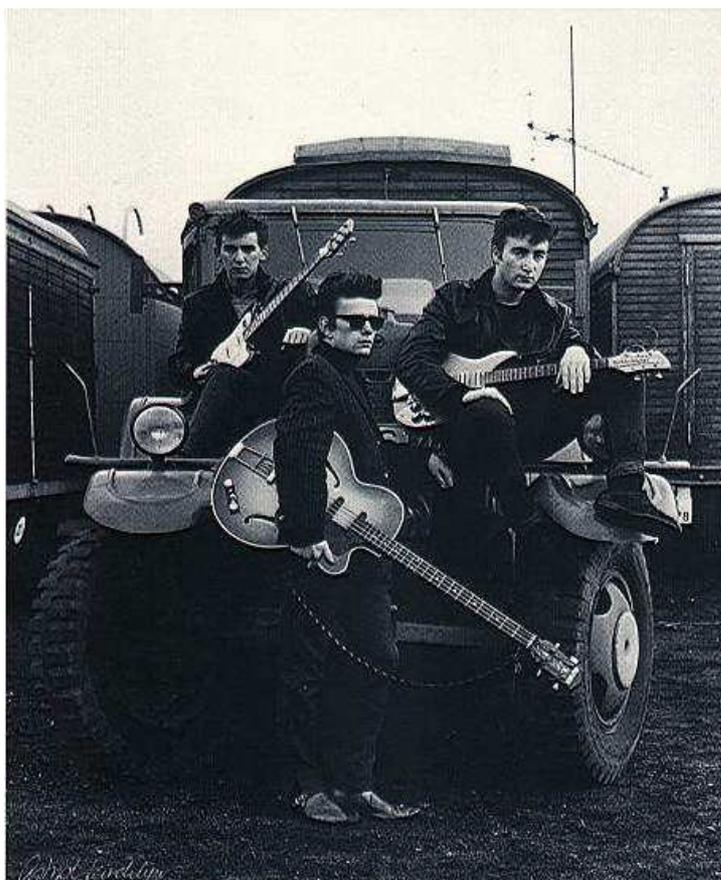


Figura 28: Os Beatles em Hamburgo (Alemanha). George Harrison, John Lennon e Stuart Sutcliffe.

Fonte: www.morethings.com

Na imagem (figura 28) vemos à nossa direita George Harrison e, à nossa esquerda John Lennon. Ambos estão sentados em cima e na parte dianteira de um caminhão estacionado nas proximidades do que inferimos ser um depósito qualquer. Na frente do automóvel, de pé e óculos escuros, está Stuart Sutcliffe, segurando sua guitarra levemente inclinada para baixo, numa posição que indica descanso, não muito diferente de John, nela apoiado. Já George parece agarrar o instrumento musical com firmeza, demonstrando sentimento de um jovem apaixonado pela primeira namorada, nesse caso, a guitarra, presente que ganhou de sua mãe, quando completou dezesseis anos de idade.

Os três jovens com aparência séria estão em Hamburgo, na Alemanha. O registro visual foi feito pela fotógrafa alemã Astrid Kirchherr para a capa de estreia do primeiro disco do grupo como banda de apoio para o cantor Tony Sheridan, um inglês assíduo frequentador das casas noturnas de Liverpool e Hamburgo. The Beat Brothers era o nome do conjunto. A gravação, um vinil de 33 rotações para o selo da Polydor alemã (agosto/1961), trazia, entre outras canções, *My Bonnie Lies Over the Ocean*. Abaixo, disco, capa e contracapa do disco (figuras 29, 30, 31).

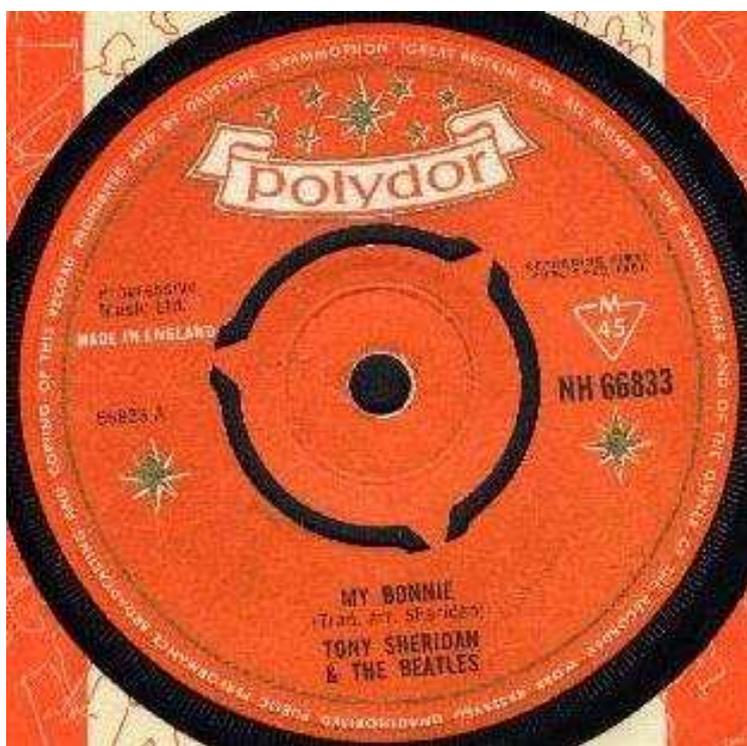


Figura 29: Primeiro disco. My Bonnie Lies Over The Ocean. Polydor. Hamburgo/Alemanha. Tony Sheridan & The Beatles. Agosto de 1961. The Beat Brothers. Fonte: www.eskimo.com

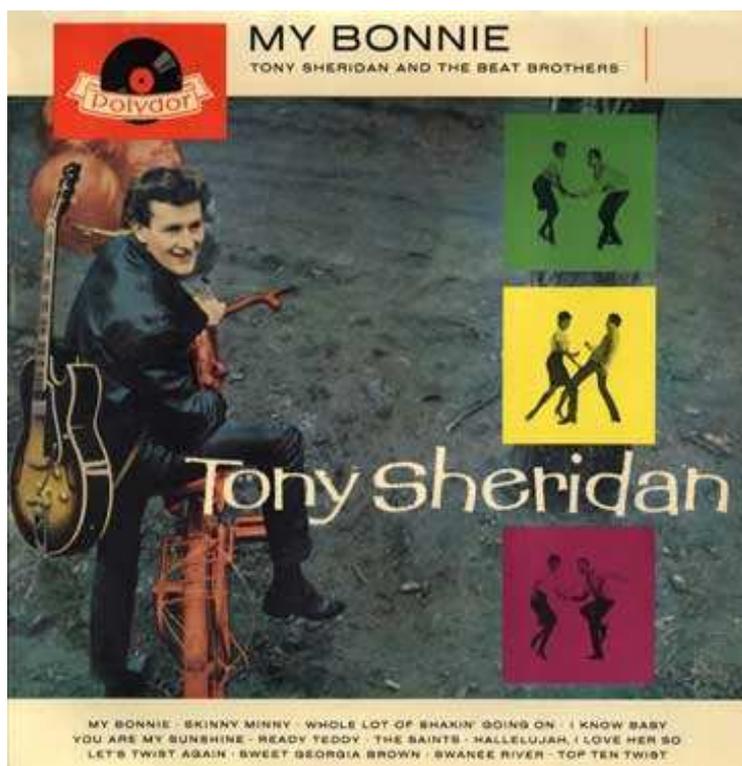


Figura 30: Capa do disco My Bonnie Lies Over The Ocean.
Fonte: www.eskimo.com

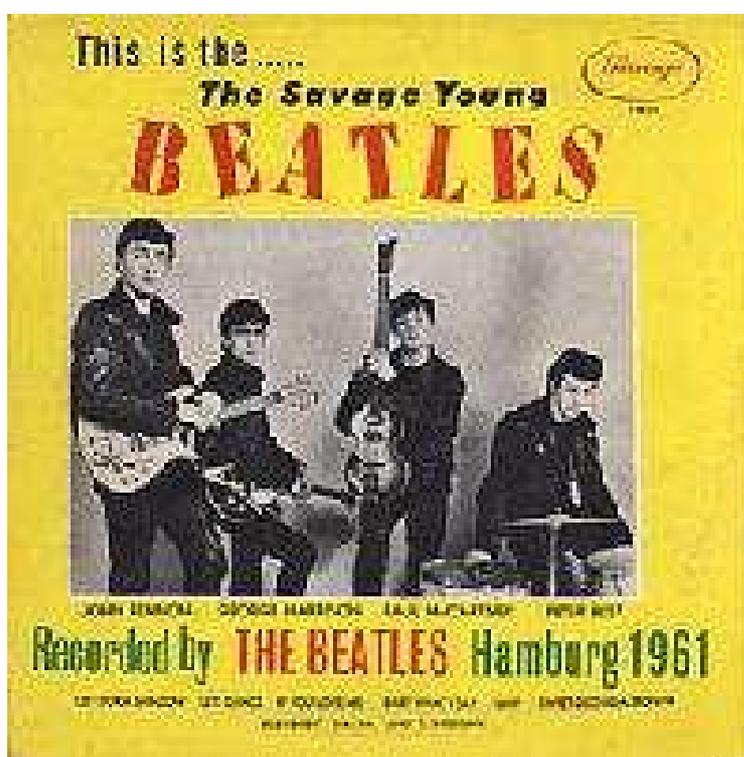


Figura 31: Contracapa do disco My Bonnie Lies Over The Ocean.
Fonte: www.eskimo.com

As canções soam modernas até aos dias de hoje, com timbres e nuances não encontrados em discos da época (MILES, 1997). O sucesso do disco e dos cinco rapazes ingleses, na Alemanha, garantiu a eles matérias no *Mersey Beat*, um jornal de Liverpool voltado para a música *pop* (figura 32). Era apenas o início da grande revolução, cujo impacto da música e da imagem “Beatle” no imaginário jovem provou que o *rock* era a linguagem destinada a ficar.



Figura 32: Journal Mersey Beat de Liverpool.
Fonte: www.trumphpc.com

Fase intermediária, a Inferência, é o momento mais fértil da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), pois, na comunicação, está centrada nos aspectos implícitos da mensagem analisada. As imagens, segundo a autora, constituem um tipo, entre tantos outros, de Inferência. Assim, por elas e através delas, podemos “[...] compreender o sentido da comunicação como se fossemos apenas um receptor

comum; entretanto, torna-se necessário desviarmos nosso olhar para uma outra mensagem subjacente à primeira” (BARDIN, 1977, p. 41).

Por isso, no caso dos Beatles, devemos transitar entre dois polos distintos. Primeiro, como receptores apaixonados pela sua música, jovialidade e inocência de uma imagem que nos seduziu desde o início. Inocência? Segundo, porque, apesar das suas vozes angelicais e seus rostinhos de sacristão, havia algo a ser dito. E isso é possível, tendo em vista termos conhecimento acerca dos quatro jovens de Liverpool, do meio de onde saíram e como conquistaram a fama, a ponto de revolucionar todo um contexto e o imaginário de uma geração.

A imagem (figura 33) exhibe os quatro jovens sem Stuart Sutcliffe. Estão em Liverpool, no The Cavern Club, um clube local onde os Beatles costumavam tocar ao meio-dia para uma plateia enlouquecida: garotas e garotos entre 14, 15, 16 anos dançavam ao som abafado da banda devido às condições precárias dos instrumentos musicais e do ambiente escuro e enfumaçado. Da direita para a esquerda, pela ordem decrescente: Paul McCartney, John Lennon, Pete Best, baterista do grupo na época, e George Harrison. Às suas costas então vemos um cenário realmente cavernoso. “O Cavern Club era uma espécie de porão a 18 degraus da rua, com três arcadas de tijolos pretos em forma de túnel”, diria Brian Epstein, empresário da banda, a partir de 1962 (MILES, 1997).



Figura 33: The Beatles: Paul McCartney, John Lennon, Pete Best e George Harrison
Fonte: www.beatlesagain.com

Os quatro jovens denotam feições diferentes. Paul exibe a perfeita imagem da inocência, do garoto descompromissado com a escola e que só quer namorar. John parece especulativo, à procura de um público fiel a sua música e imagem. Pete e George têm o semblante sério, sendo George mais sério ainda. Pete aparenta cansaço físico. É considerado o bonitão do grupo e o mais sedutor.

A imagem (figura 34) mostra os jovens em Hamburgo, na Alemanha, em 1960, numa estação de trem. Da esquerda para a direita estão Pete Best, que pousa com suas baquetas e bateria. George Harrison, John Lennon e Stuart Sutcliffe, ao fundo e de óculos escuros. Mais à frente Paul McCartney. À exceção de Pete Best, todos estão com suas respectivas guitarras. Como se pode ver, o cenário não é dos mais agradáveis.



Figura 34: Os Beatles em Hamburgo, Alemanha. Ano: 1960. Pete Best, George Harrison, John Lennon, Stuart Sutcliffe e Paul McCartney.
Fonte: www.beatlesagain.com

Na imagem (figura 35), John, Paul e George apresentam-se no The Cavern Club, em Liverpool, na Inglaterra. George Harrison e Paul McCartney cantam e tocam juntos ao microfone. Mais a frente está John Lennon com sua guitarra e também ao microfone. Aos fundos, na bateria, Pete Best. Em épocas anteriores ao surgimento dos grupos Beat, o local servia para agregar músicos e bandas de *jazz*.

O visual rocker é o que parece predominar entre eles. Aos fundos, Pete Best na bateria, jeito sisudo, de poucas palavras. Os cabelos do trio parecem gordurosos e sebosos, mesmo assim, sempre tinham suas preferências femininas. Também é possível notar o pequeno amplificador ao chão e os microfones, bem diferentes da tecnologia usada, por exemplo, em 1967, quando a banda passa a utilizar uma tecnologia mais sofisticada para gravar suas músicas. É verdade que nessa época os tempos são outros, surgem aparatos novos de comunicação, sem falar nos truques de estúdio.



Figura 35: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon e Pete Best.

Fonte: www.beatlesagain.com



Figura 36: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon e Pete Best.

Fonte: www.beatlesagain.com

Diferente das imagens anteriores, este registro visual (figura 36) ilustra John e Paul alegres e se divertindo muito no Cavern Club em Liverpool. Parecem agradar a garotada que certamente foi ouvi-los cantar. O mais sério, como sempre, é o baterista do grupo. Sua beleza física e seus traços faciais, perfeitos, contrastam com a fisionomia triste do músico. Aliás, dos outros quatro, Pete Best foi o único a resistir às roupas de couro. Essa foi uma das razões para a saída dele dos Beatles, ao final de 1961. Contrariava os seus colegas em quase tudo, sempre. A propósito, essa característica podemos comprová-lo nos vídeos documentários do conjunto e, mais recentemente, nos DVDs, a exemplo do Anthology (1995).

Ainda no The Cavern Club (figura 37), os Beatles tocando. John Lennon imita o ídolo maior do *rock and roll*, Elvis Presley. Stuart toca seu contrabaixo de costas. Aliás, essa é uma característica sua. Poucas vezes o notamos de frente para o público. Não só em Liverpool, mas também em Hamburgo. Nessa imagem, John, Paul e George estão com mangas arregaçadas. Stuart e Pete ao contrário. O primeiro veste sua jaqueta de couro cobrindo os braços. O segundo, Pete, veste casaco claro. Uma fisionomia sombria, carrancuda toma conta do visual do jovem.

Também chama nossa atenção quanto aos sapatos. Ao invés das botas bicudas, todos eles estão vestindo tênis. Demonstram agradar o público.



Figura 37: Os Beatles no The Cavern Club em Liverpool, Inglaterra. George Harrison, Paul McCartney, John Lennon, Stuart Sutcliffe e Pete Best.
Fonte: www.beatlesagain.com

A seguir, apresentamos uma sequência de seis imagens representativas do The Cavern Club em Liverpool, na Inglaterra, onde os Beatles começaram sua carreira artística, em 1960. Situado no porão de um depósito de hortaliças, na Mathew Street, nº 10, o The Cavern, a princípio, foi inaugurado como casa de *jazz*. Portanto, não era, de modo algum, o primeiro local de Liverpool a exibir música *beat*. Isso só aconteceria em maio, de 1960, quando começaram a surgir grupos como os Beatles. A entrada no clube dava-se por dezoito degraus, que, igualmente, levavam a um espaço constituído de três longos túneis abobadados, unidos por arcadas de 1,8 metros de altura, segundo Muggiati (1997). As salas tinham cerca de três metros de largura, sendo tão estreitas que no túnel central, onde ficava o palco, havia lugar apenas para sete cadeiras de espaldar reto em cada fileira.

Muitos anos antes, provavelmente quando o The Cavern Club foi inaugurado como casa de *jazz*, em fevereiro de 1953, as arcadas de tijolos haviam

sido caiadas. Como não havia ventilação, a respiração e o suor combinados de centenas de jovens se acumulavam naqueles túneis baixos e formavam uma película de condensação no teto abobadado, fazendo com que os flocos de cal caíssem suavemente sobre os frequentadores da casa. Segundo consta, ainda, o Cavern exalava a cheiro de corpo e a desinfetante dos toaletes, bastante precários. Além disso, o fundo do palco era um mural grosseiramente pintado. Outro fato interessante a destacar, o mestre-de-cerimônias (ou DJ), Bob Wooler, punha discos para tocar numa salinha à esquerda do palco que também servia de vestiário para quem fosse apresentar-se (MUGGIATI, 1997) (figuras 38, 39, 40, 41, 42 e 43).



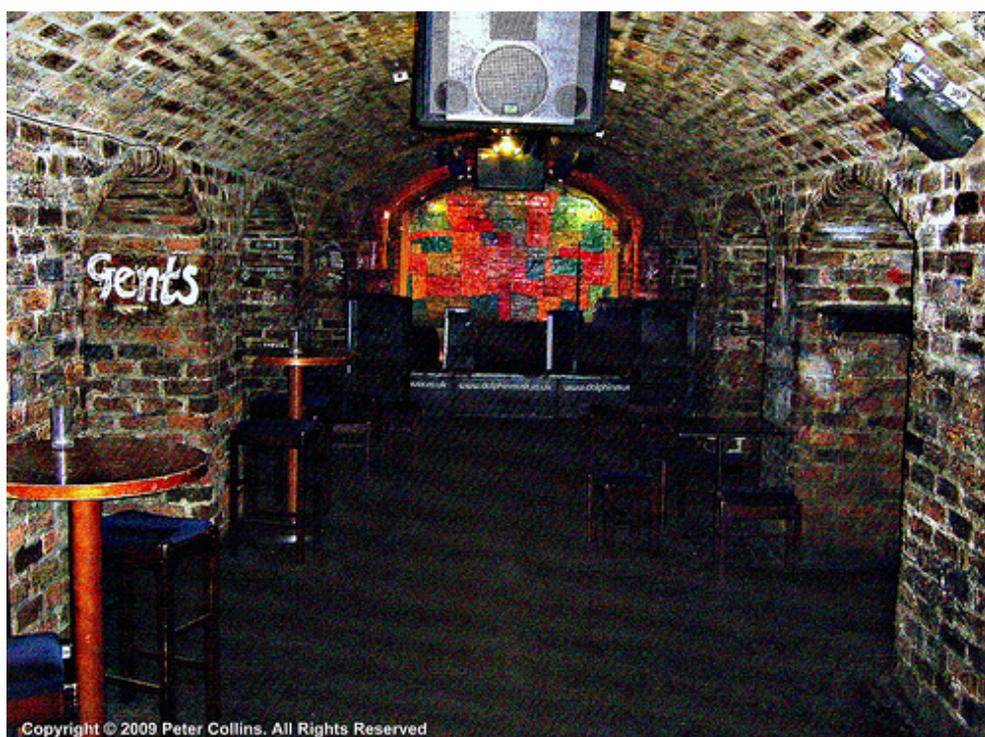
Figura 38: The Cavern Club. Entrada principal.
Fonte: www.getback.com.br



Figura 39: Parede externa do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra.
 Fonte: www.getback.com.br



Figura 40: Parte interna do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra.
 Fonte: www.flickr.com



Copyright © 2009 Peter Collins. All Rights Reserved

Figura 41: Parte interna do The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra.
Fonte: www.flickr.com



Figura 42: The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra.
Fonte: www.getback.com.br



Figura 43: The Cavern Club. Liverpool / Inglaterra.
 Fonte: www.getback.com.br

Em 1960-1961, além do The Cavern Club, os Beatles costumavam tocar em mais dois clubes de sua cidade natal. Um deles era o Casbah Coffe Club, que ficava na Hayman's Green, 8, na zona Oeste de Liverpool. O Casbah era um clube juvenil organizado por Mona Best, mãe do baterista da banda, Pete Best. O Casbah Coffe Club ficava no porão da casa de Mona Best (figuras 44, 45 e 46).



Figura 44: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra.
 Fonte: www.getback.com.br



Figura 45: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra.
Fonte: www.getback.com.br



Figura 46: Casbah Coffe Club. Liverpool / Inglaterra.
Fonte: www.getback.com.br

Nas imagens acima vemos o jovem Beatle Paul McCartney ao fundo com alguns frequentadores do bar. O outro local, onde os Beatles se apresentavam, era o The Jacaranda, cujo dono, Allan Williams, agendou as primeiras turnês para os Beatles a Hamburgo, Alemanha, naquele período. Localizado na Slater Street, 23,

em Liverpool, o Jacaranda, ou Jac, era uma pequena boate, tipo do ambiente boêmio que o grupo apreciava e fazia ponto (figura 47).



Figura 47: The Jacaranda. Liverpool / Inglaterra.

Fonte: www.getback.com.br

Na Alemanha, os Beatles fizeram shows em quatro lugares diferentes. Começaram tocando suas canções no Indra Club, de Bruno Koschmider. O Indra ficava na Grosse Freiheit, 64, segundo Miles (1997), uma estreita rua de paralelepípedos com boates de striptease e bares operários no Sankt Pauli, a zona do meretrício separada do Rio Elba por um emaranhado de vielas cheias de bares, boates e bordéis onde “moças” se expunham em vitrines.

Na verdade, o Indra Clube era uma boate de baixo nível, pequena e “chinfrim” (MILES, 1997), com apenas quatro mesas à direita da porta de entrada e duas à esquerda antes que o público frequentador chegasse ao minúsculo palco e pista de dança. O resto do lugar estava ocupado por cinco banquetas, cada uma das quais iluminada por um pequeno abajur vermelho. Pesadas cortinas de pano barato escondiam o palco, e havia grossos tapetes. Para uma banda de *rock*, aquilo era um pesadelo acústico, pois as cortinas abafavam o som. Apenas sessenta pessoas podiam ser acomodadas com conforto, mas isso não foi problema porque, quando

os Beatles se apresentaram ali pela primeira vez, havia apenas duas. Cabia aos garotos de Liverpool animar a boate (figura 48).



Figura 48: Indra Club. Hamburgo/ Alemanha.
Fonte: www.getback.com.br

Descontentes com o ambiente pequeno e com as acomodações precárias do Indra Club, os Beatles conseguem se mudar para o Kaiserkeller, que também era de propriedade de Bruno Koschmider. Esta casa de shows ficava na mesma Rua do Indra Club, ou seja, na Grosse Freiheit, porém no número 36, na esquina da Schuck-Strasse (MILES, 1997). O autor descreve o Kaiserkeller como sendo um local de encontro onde bebiam, dançavam e arrumavam mulher. O ambiente era ameaçador e perigoso: brigas violentas estouravam à menor provocação; além disso, os homens se golpeavam com garrafas de cerveja e atiravam as pesadas mesas de madeira uns nos outros.

Também havia pouca iluminação no recinto. A pista de dança e o palco eram igualmente pequenos. As roupas predominantes eram as de couro preto, os jeans e os sapatos bicudos. Esta indumentária somente entre os *rockeiros* alemães, tal como as bandas inglesas. O Kaiserkeller era uma mistura de bar e danceteria. O

negócio, conforme Miles (1997) era ficar bêbado e procurar mulher e, caso não tivessem sucesso nisso, brigar (figura 49).



Figura 49: Kaiserkeller. Hamburgo/ Alemanha.
Fonte: www.getback.com.br

Os Beatles pareciam não acertar. Após várias discussões com o proprietário de ambas as casas de espetáculo, Bruno Koschmider, e cansados de cantar noites adentro sem perspectiva de um contrato vantajoso de trabalho, o grupo resolve voltar para Liverpool e continuar tocando por lá. Entretanto, por insistência de Allan Williams, que a essas alturas empresariava várias bandas iniciantes de *rock* de Liverpool, conseguindo para elas oportunidades de trabalho em clubes de Hamburgo e arredores da Inglaterra, os Beatles decidem voltar à Alemanha em 1º de abril de 1961. E desta vez para o Top Ten Club.

O Top Ten Club localizava-se na Reeperbahn, 136, e tinha mais ou menos o mesmo tamanho do Kaiserkeller (MILES, 1997). O interessante é que os Beatles ainda atraíam o mesmo público *rocker* que tinha na Grosse Freiheit, só que agora contavam com um pequeno fã clube de *Exis* (Existencialista). Entre eles, Klaus Voormann e Astrid Kirchherr. No Top Ten, os Beatles tocavam e cantavam todas as noites, com intervalos de quinze minutos a cada hora. Foi nesse clube noturno de Hamburgo que os Beatles conheceram pessoas influentes do meio musical, como por exemplo, o produtor de discos Bert Kaempfert (figura 50).



Figura 50: Top Ten Club. Hamburgo/ Alemanha.
Fonte: www.getback.com.br

Após ouvir os Beatles cantar e observá-los atentamente no palco, o então produtor de discos Bert Kaempfert perguntou-lhes se gostariam de gravar um disco como banda de apoio para um músico inglês chamado Tony Sheridan, assíduo frequentador das casas noturnas de Liverpool e Hamburgo. A resposta foi curta e rápida: sim! O resultado da primeira gravação, *My Bonnie Lies Over The Ocean*, com

Tony Sheridan & The Beat Brothers, em agosto de 1961, obteve êxito imediato. E assim, os cinco rapazes de Liverpool deixam o Top Ten Club para estrear no Star Club, antes de regressarem a Liverpool com um disco gravado (figura 51).

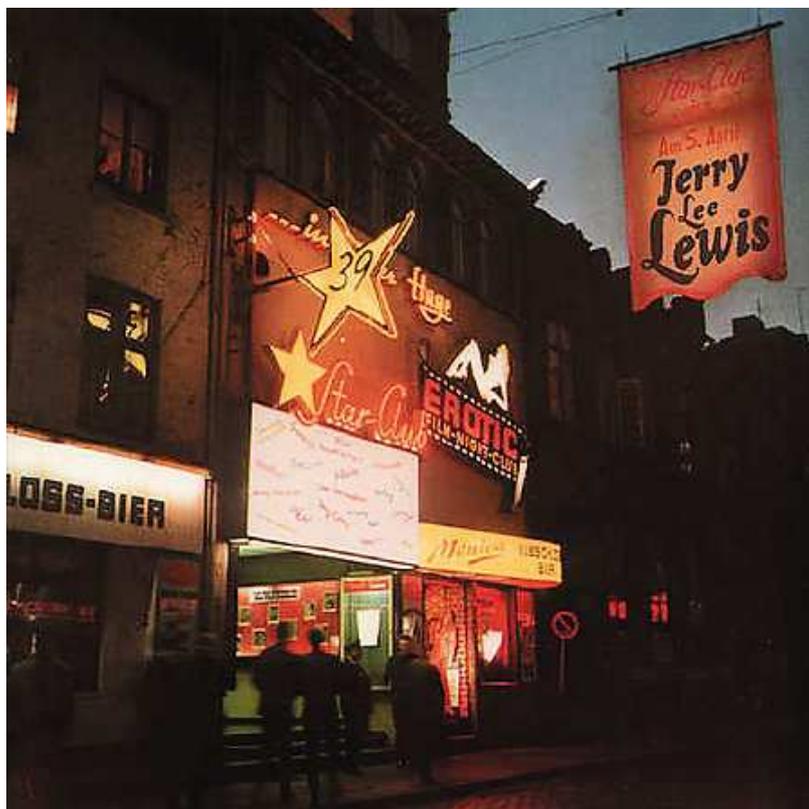


Figura 51: Star Club. Hamburgo/ Alemanha.
Fonte: www.getback.com.br

My Bonnie Lies Over The Ocean foi o compacto simples que levou Brian Epstein, gerente de uma conhecida loja de discos, a North End Music Store (NEMS), a pesquisar sobre os grupos *beat* que estavam fazendo sucesso em Liverpool e enlouquecendo a juventude no The Cavern Club. O sonho de se tornar uma banda profissional de *rock*, com direito a empresário e discos lançados pelo mundo afora, começava a se tornar realidade para os Beatles, embora eles ainda não tivessem percebido isso, pois passavam a maior parte do tempo indo da Inglaterra para a Alemanha sem obter uma oferta de trabalho decente, já que tocavam em clubes de operários e em salas de espetáculo cuja reputação deixava a desejar.

Esses clubes da Alemanha onde os Beatles tocaram algumas vezes no período de 1960-1961 eram considerados verdadeiros “inferninhos” do bairro de

Sankt Pauli, na área de Reeperbahn, uma avenida conhecida como zona da luz vermelha de Hamburgo, por ser o lugar barra-pesada do baixo meretrício, com boates de striptease, homossexuais, cines pornô e muitas mulheres seminuas se expondo nas vitrines (DAVIS, 1996). Conforme o autor, a cidade alemã colocou os rapazes de Liverpool na linha de frente do que viria a tornar-se a revolução sexual dos anos sessenta. A seguir, exibimos algumas imagens da Avenida Reeperbahn, no bairro St. Pauli em Hamburgo, Alemanha (figuras 52, 53, 54, 55, 56 e 57).



Figura 52: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.
Fonte: www.flickr.com



Figura 53: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.
 Fonte: www.flickr.com



Figura 54: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.
 Fonte: www.flickr.com



Figura 55: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.

Fonte: www.flickr.com



Figura 56: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.

Fonte: www.flickr.com



Figura 57: Reeperbahn/St. Pauli. Hamburgo/Alemanha.
Fonte: www.flickr.com

Após os shows, os Beatles gostavam de relaxar contemplando lugares diferentes do habitual, como o da imagem a seguir (figura 58), que mostra George Harrison, Paul McCartney e John Lennon no terraço do The Cavern Club. Está amanhecendo. Vestidos com roupas de couro preto, botas bicudas e boné, os três jovens, com cigarro na mão, vislumbram ao horizonte sua cidade natal, a cinzenta Liverpool. Mais uma vez notamos a influência que os astros do *rock and roll* e do cinema norte-americano da década de 1950 exerceram nos garotos ingleses, no que diz respeito à sua indumentária.

Também destacamos mais de perto o visual de Pete Best, baterista dos Beatles antes de ser substituído por Ringo Starr, em junho de 1962. Nessa imagem, o jovem Best parece um pouco mais aberto e descontraído. Na época, ele era considerado o Beatle mais bonito e charmoso. As meninas logo se apaixonaram pelos olhos verdes do rapaz, tímido e de pouca fala (figura 59).



Figura 58: George, Paul e John. Liverpool/Inglaterra.
Fonte: www.beatlesagain.com



Figura 59: Pete Best. Beatle de 1960 a junho de 1962.
Fonte: www.flickr.com

As duas imagens abaixo (figuras 60 e 61) são de Stuart Sutcliffe trajando roupas de couro preto, cabelo para trás com topete gomalinado, costeleta e óculos escuros. Abaixo, ele e sua noiva alemã, a fotógrafa “exis” Astrid Kirchherr. Foi Astrid quem criou o penteado “pajem” com franjas dos Beatles. Esse visual acompanhou a banda em 1962. Outros grupos *beat* da época passaram a imitá-los em sua nova moda. Astrid foi a responsável pela saída de Stuart dos Beatles, seu noivo na época.

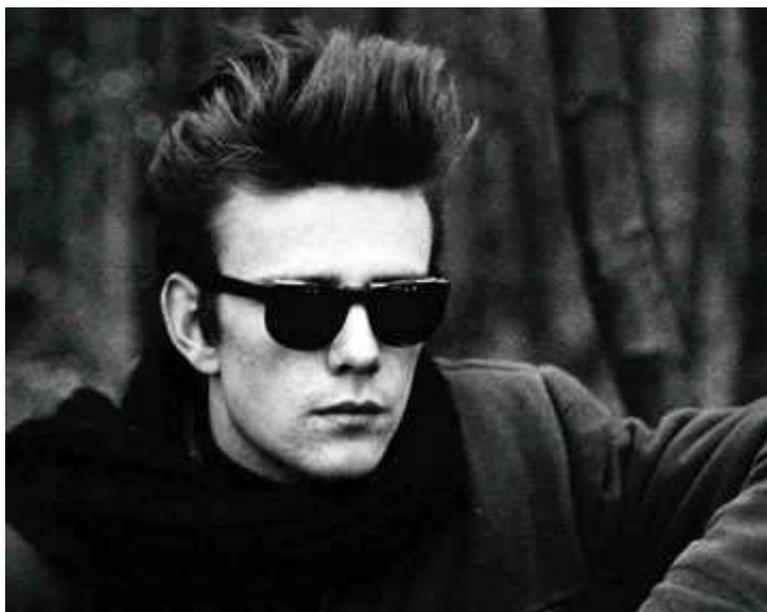


Figura 60: Stuart Sutcliffe. Morto em 10 de abril de 1962.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 61: Stuart Sutcliffe e Astrid Kirchherr
Fonte: www.dograt.com

Apresentamos ainda as guitarras Hofner usadas pelos Beatles quando eles tocavam suas músicas em bares de Liverpool e Hamburgo, no período que compreende de 1960 a 1961 (figura 62).



Figura 62: As guitarras Hofner dos Beatles.

Fonte: www.thebeatles.com

Mais um registro visual dos Beatles. Nele houve uma mudança radical na sua imagem. Ringo Starr entrou para os Beatles. Pete Best, o antigo baterista, saiu. Assim, esta passou a ser a formação original da banda inglesa de *rock* THE BEATLES, e não apenas Beatles. Desse modo, a imagem (figura 63) mostra, da esquerda para a direita, em ordem decrescente: John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr. Os quatro estão vestindo terno e gravata. Os cabelos estão mais bem penteados. Os jovens exibem um visual limpo e bem-comportado. A fotografia foi tirada em 1962, a pedido de Brian Epstein que começava a conquistar os garotos a fim de empresariá-los.



Figura 63: The Beatles. Primeira foto promocional a pedido de Brian Epstein.
Fonte: www.thebeatles.com

Quando Brian Epstein assumiu os Beatles em 1962, ele refez a imagem do quarteto, dando-lhes uma identidade totalmente nova. De *rocker* passaram a *mod*. Assim, daquela imagem “retrô”, ultrapassada e decadente vieram a trajar ternos elegantes de veludo Pierre Cardin, que substituíram o couro; gravatas adornaram seus pescoços, e os cabelos gordurosos cresceram macios e limpos.

Esse visual “clean” consistia, além dos terninhos, em poses otimistas e alegres (figura 64). Porém, mesmo com toda a influência ativa e indireta sobre o visual dos Beatles, Brian não mudou sua música. Na afirmação de um admirador, “[...] a música dos Beatles, desde os tempos de Hamburgo, era bastante inteligente para perceber até onde ia sua própria capacidade” (STOKES, 1982, p. 45).

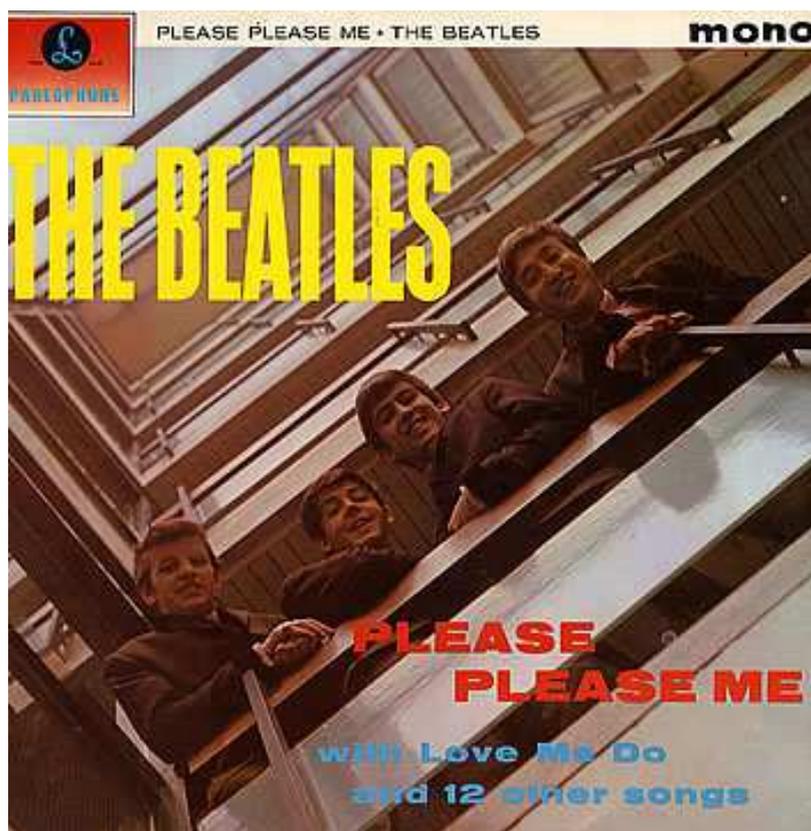


Figura 64: The Beatles. Please Please Me
 Fonte: www.thebeatles.com

Essa é a imagem da capa do primeiro álbum gravado pelos Beatles já como músicos profissionais, em 1963. Nela podemos ver os quatro integrantes da banda na escadaria da EMI, no Estúdio 2 da Abbey Road. Estão com ternos iguais, na cor marrom. Todos eles estampam um sorriso no rosto. Também estão olhando para baixo, como se uma multidão de fãs estivesse ali embaixo. *Please Please Me* sublinhou a transformação ocorrida com os Beatles quando tocavam no Cavern; naquele período, eles deixaram de ser quatro *Teddy Boys* vestidos de couro preto para tornarem-se um conjunto de *rock* profissional, com empresário e equipamento de palco. Agora eram integrantes do show business.

Os ternos alinhados mostram o quanto eles são unidos. A propósito, nessa época os jovens não costumavam usar terno e gravata, somente os homens de negócio. Jeans, camisetas e roupas de couro era a preferência dos mais jovens. A partir de então, a juventude abdicou de suas jaquetas de couro e seu penteado ao estilo Elvis Presley e se tornaram apaixonados e inocentes novamente. O visual

ingênuo dos Beatles no começo de sua carreira musical foi um dos motivos que os transformou no maior fenômeno musical criado pela indústria cultural.

Quando *Please Please Me* foi lançado, em 22 de março de 1963, os Beatles já haviam feito várias apresentações radiofônicas e televisivas, inclusive uma participação no programa de televisão britânica *Thank Your Lucky Stars*, que lhes permitiu chegar a milhões de espectadores e conquistar milhares de novos fãs. O objetivo inicial dos Beatles, ter um disco que fosse o mais vendido, fora alcançado, e o grupo conseguiu sem ter deixado Liverpool e gravando apenas canções próprias (figura 65).



Figura 65: The Beatles. Please Please Me. Parlophone / EMI
Fonte: www.thebeatles.com

Era comum vê-los ainda vestindo casacos com gola de veludo ou casacos com apenas três botões, sem gola e abotoados até o alto, quase escondendo a gravata. As cores variavam entre o cinza-claro, cinza-escuro, azul levemente escuro ou mais escuro, dando a impressão de serem na cor preta. De toda a mudança, as famosas botinhas bicudas ficaram (figuras 66 a 90).



Figura 66: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 67: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 68: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 69: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 70: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com

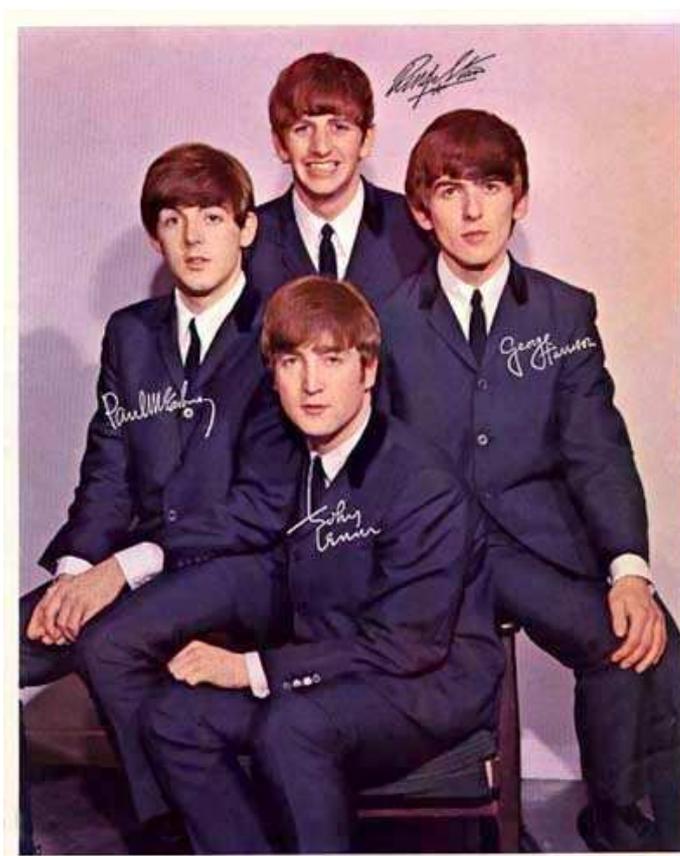


Figura 71: The Beatles nos Estados Unidos da América.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 72: The Beatles nos Estados Unidos da América.
Fonte: www.nytimes.com



Figura 73: The Beatles em Washington.
Fonte: www.sell.com

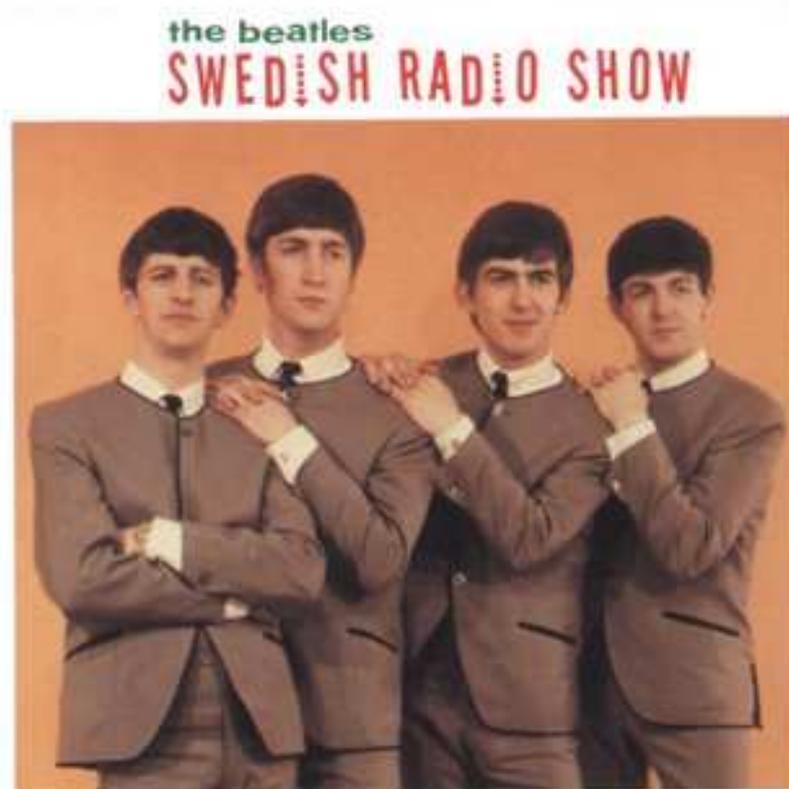


Figura 74: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 75: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show TV.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 76: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show TV.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 77: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 78: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com

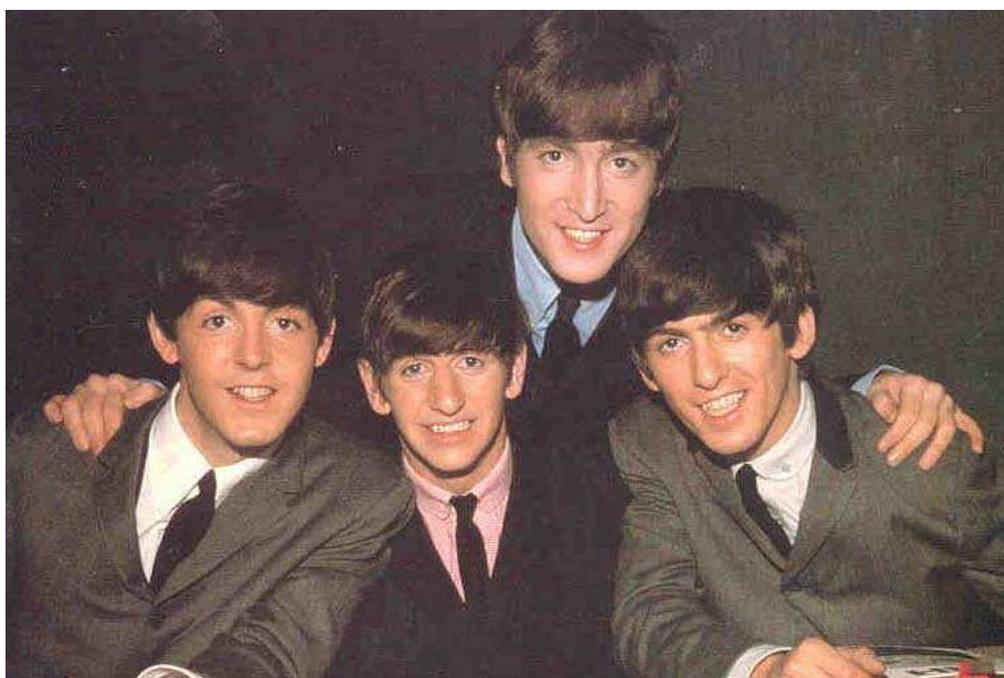


Figura 79: The Beatles em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 80: The Beatles em Nova York. The Ed Sullivan Show. Fev. 1964.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 81: The Beatles
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 82: Boné Ringo em A Hard Day's Night.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 83: Paletó Beatle.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 84: Paletó Beatle.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 85: Paletó Beatle.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 86: Paletó Beatle.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 87: Boots Beatles
Fonte: www.thebeatles.com

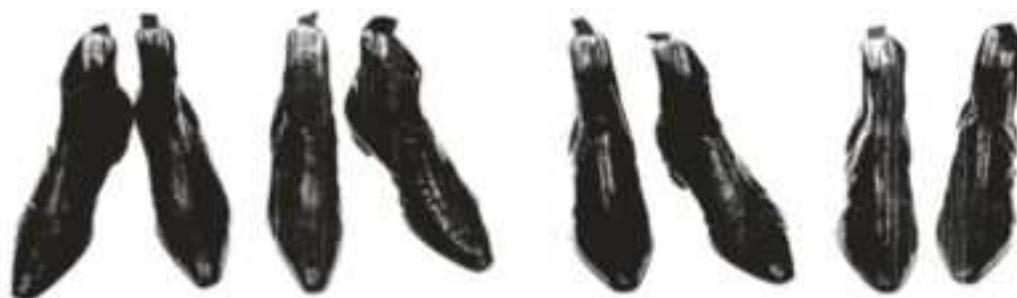


Figura 88: Boots Beatles
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 89: Bateria Beatles.
Fonte: www.thebeatles.com

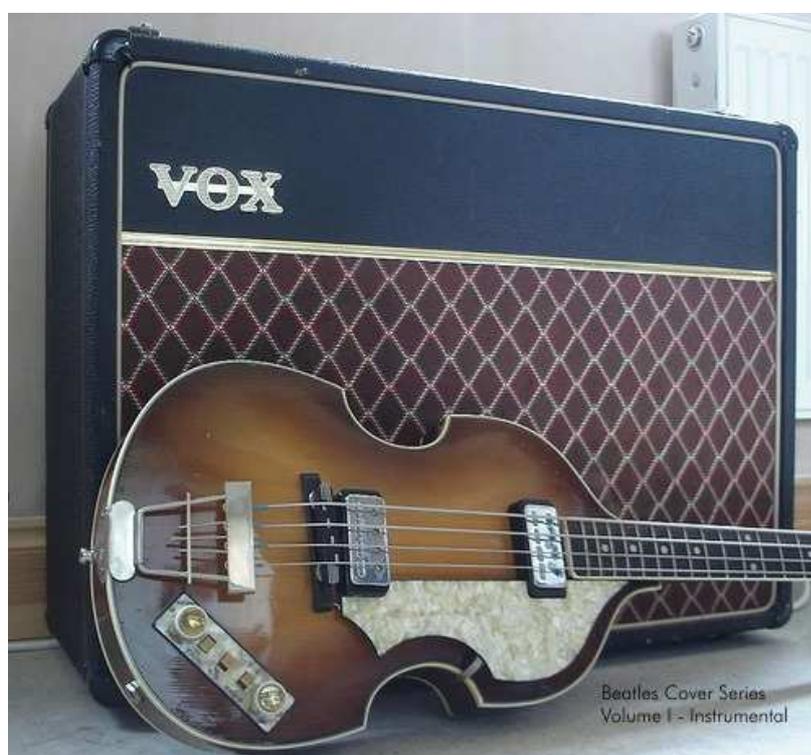


Figura 90: Amplificador e guitarra Beatles
Fonte: www.thebeatles.com

A imagem que vemos abaixo é a capa de um disco, *With the Beatles* (Meet the Beatles), lançado em novembro de 1963. É o segundo disco dos Beatles. A capa estampa uma imagem a meio-corpo dos quatro, vestidos de suéteres pretos com gola olímpica. Seus rostos sérios, num fundo negro, como Astrid havia feito em Hamburgo, estão iluminados, de forma que um dos lados ficava sombreado. É uma imagem diferente devido ao preto-e-branco, contrastando com as demais, talvez por trazer um pouco do velho clima existencialista dos cafés de Paris (figura 91).

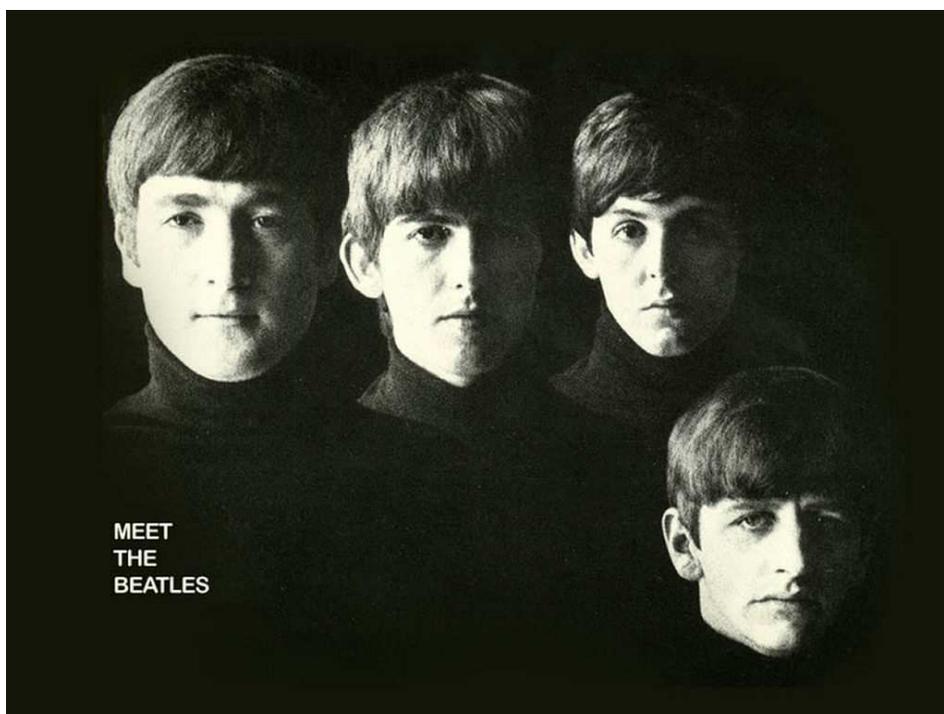


Figura 91: Meet The Beatles

Fonte: www.thebeatles.com

Uma das músicas deste álbum, *Money*, faz uma crítica ao consumismo da classe dominante da sociedade inglesa. Um trecho da canção diz que “as melhores coisas da vida são de graça. Mas você pode deixá-las para os pássaros e as abelhas. Agora me dê dinheiro, é isso que eu quero”.⁴⁶ Para Muggiati (1983), a solidez dessa afirmação baseia-se no seguinte:

⁴⁶ Tradução da autora.

para a juventude americana, a revolta contra a classe média consistia em desprezar o dinheiro; para os jovens ingleses consistia em esbanjá-lo como se não houvesse o amanhã. No fundo, desprezar o dinheiro ou esbanjá-lo são duas maneiras de contrariar a ordem econômica e subverter o sistema de relações em que repousa o estilo de vida da classe média (MUGGIATI, 1983, p.71).

Em 1964, os Beatles tinham dominado o mercado fonográfico e os meios de comunicação de massa: rádio, televisão, jornais, revistas. Os discos do grupo vendiam muito, tanto na Europa como nos Estados Unidos da América. A *beatlemania* está consolidada. Aproveitando a ocasião oportuna, e o sucesso dos Beatles na América, Brian Epstein decide lançar *A Hard Day's Night*, primeiro filme do grupo. Para registrar o momento, destacamos uma imagem com os Beatles sentados e sendo paparicados por meninas que arrumam seus cabelos num toque de mordomia. George e John vestem ternos e gravatas, enquanto Paul e Ringo, coletes sem manga (figura 92).



Figura 92: The Beatles. *A Hard Day's Night*.

Fonte: www.thebeatles.com

A Hard Day's Night (de Richard Lester), serviu para estabelecer as identidades individuais dos Beatles, pelo menos na visão do público que, até certo

ponto, é responsável pelas personalidades estereotipadas atribuídas a cada Beatle: John seria o sabido e espirituoso; Paul, o bonitinho, encantador e relações públicas do grupo; George, o lacônico, tímido e quietão; Ringo, o brincalhão, ou o filhotinho de cão de olhos tristes. Lançado em julho, *A Hard Day's Night* (em português: *a noite de um dia difícil*) foi sucesso de bilheteria e de crítica no mundo inteiro. A intenção dos Beatles, conforme as palavras de John Lennon, não era fazer “uma droga de filme *pop*” (VILLARES, 1982), mas sim um filme essencialmente realista, onde os Beatles, em preto-e-branco, se mostrassem como realmente eram. Algumas imagens do filme em epígrafe (figuras 93 e 94).



Figura 93: The Beatles. *A Hard Day's Night*.

Fonte: www.thebeatles.com



Figura 94: The Beatles. *A Hard Day's Night*.

Fonte: www.thebeatles.com



Figura 97: Beatlemania: 1964. Washington DC.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 98: Os Beatles e a imprensa: 1964. Washington DC.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 99: The Beatles. A Hard Day's Night.
 Fonte: www.thebeatles.com

Lançado junto com o filme de mesmo nome, a capa do disco traz um fundo azul, com quatro fileiras de cinco imagens dos Beatles (figura 99). Na ordem, de cima para baixo, vemos John Lennon, George Harrison, Paul McCartney e, por último, Ringo Starr. O álbum traz a trilha sonora do filme que, aliás, foi estrelado pelos próprios Beatles. As fileiras de fotos nos dão ideia de serem pequenos fragmentos de um filme; ao serem vistas com certa velocidade, tomam movimento. A imagem da capa também permite que conheçamos cada integrante da banda, e como é o seu humor, uma maneira de fazer os fãs se identificarem com eles.

John Lennon é tímido e envergonhado diante das câmeras de televisão. A segunda fotografia dele, da esquerda para a direita, exhibe um John fazendo careta, característica muito comum em entrevistas e shows, quando ele percebia que estava sendo focado pelas câmeras. Na terceira iconografia, Lennon imita um binóculo com as mãos, mudando assim, de observado para observador. George Harrison, o Beatle que não se importava com a fama e sim com a música, mostra-se de costas para o público em sua terceira imagem. A impressão é que ele pode fazer o que bem entender com o seu público fiel. Já nas outras imagens, vemos um George Harrison mais artista, exibindo-se para uma revista de grandes

personalidades. Na última fotografia, no canto direito da capa, percebemos o cigarro que Harrison segura. McCartney apresenta-se com ares teatrais. Uma imagem diferente a cada quadro, com sentimentos diferentes, como um ator de filme deve se portar. Paul era o romântico dos Beatles e o mais centrado deles. Não tratava a banda como diversão. Paul McCartney era, isto sim, um visionário. Estava sempre em busca de fama, poder e dinheiro.

Ringo Starr não sorri em nenhuma fotografia; pelo contrário, parece estar triste com a sua vida e carreira artística. Tal como Harrison, Ringo aparece fumando, na penúltima imagem de sua fileira. Nas imagens em que não está com cigarro, Ringo mostra-se melancólico e basicamente na mesma pose. Como baterista, Ringo não inovava muito, nem tocava as músicas em estilo diferente. Apesar de ter sido dele o título que levou o nome do filme: *A Hard Day's Night*.

Em outra imagem dessa época (figura 100) Lennon exibe o famoso Quepe, influência do ator estadunidense e seu ídolo na juventude Marlon Brando. O registro aqui mostra o quarteto inglês em uma cena de *A Hard Day's Night*, em 1964, na cidade de Washington, D.C.



Figura 100: The Beatles. *A Hard Day's Night*.

Fonte: www.thebeatles.com



Figura 101: The Beatles. A Hard Day's Night.

Fonte: www.thebeatles.com

Em *A Hard Day's Night*, os Beatles ainda aparecem com seus ternos alinhados e com gola de veludo (figura 101). Ao contrário das primeiras imagens, em *Beatles For Sale* os quatro integrantes da banda estão sérios. Vestem roupas de inverno, estão envoltos em grossos cachecóis pretos de lã. O cabelo pajem com franja (figura 102) lembra Moe, personagem engraçado da série norte-americana os Três Patetas (figuras 103 e 104). Em *Beatles For Sale*, John, Paul, George e Ringo já não estampam o sorriso e a descontração de *A Hard Day's Night*, por exemplo, deixando claro estar havendo uma lenta mudança no visual deles. Talvez pelo fato do álbum ter sido gravado em condições difíceis, em pleno período de grandes excursões internacionais do grupo, quando ainda estavam cansados e quase não tinham tido tempo para compor novas canções (PACHECO, 1988). *Beatles For Sale* era uma homenagem prestada aos seus ídolos e pioneiros do *rock and roll* da década de 1950 que influenciaram a banda inglesa no início de sua trajetória musical: Chuck Berry (*Rock and Roll Music*), Buddy Holly (*Words Of Love*), Carl Perkins (*Honey Don't* e *Everybody's Trying To Be My Baby*).

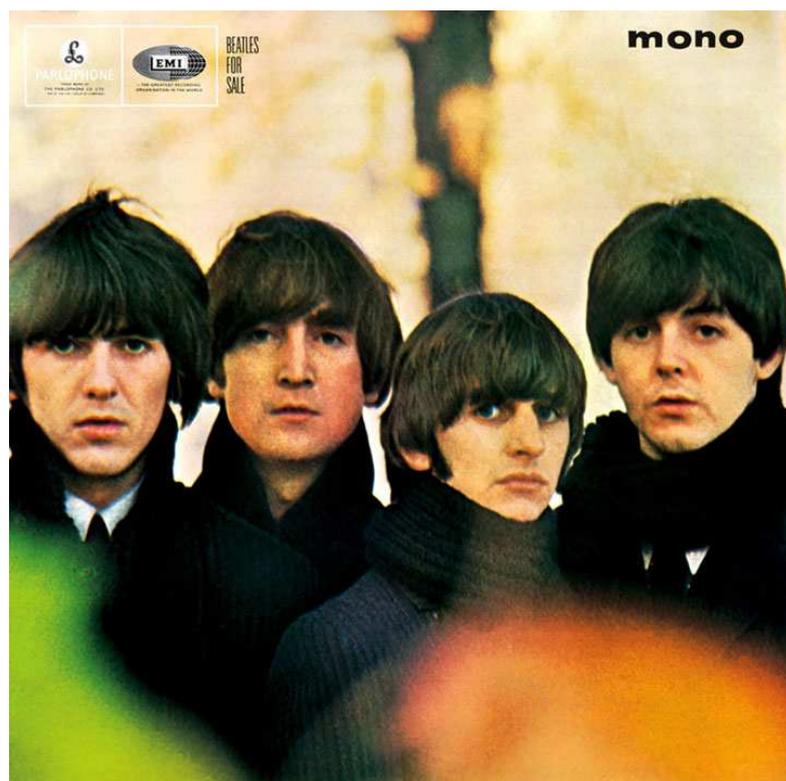


Figura 102: Beatles For Sale.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 103: Moe (Moe Howard)
Fonte: www.pipocacombo.com



Figura 104: Os Três Patetas. Moe (Moe Howard), Larry (Larry Fine) e Curly Joe DeRita (nascido Joseph Wardell)
 Fonte: www.seriedesenhos.com

Em agosto de 1965, enquanto filmam Help! (dirigido por Richard Lester), os Beatles pousam para uma foto nas Bahamas (Norte do Caribe) (figura 105).



Figura 105: Paul McCartney, Ringo Starr, George Harrison e John Lennon.
 Fonte: www.beatles.com

A imagem mostra-os descontraídos e alegres. Dos quatro, Paul é o que parece estar em clima de verão, aguardando o fim das gravações para desfrutar o

clima quente e relaxar nas águas transparentes do arquipélago. Em outra imagem, eles aparecem na neve, nos Alpes Suíços. Vestem roupas pesadas de inverno: luvas, botas especiais para esquiarem, casacos pesados. Enquanto John e Ringo usam boné, George prefere uma cartola. Os quatro estão enrolados no mesmo cachecol de lã vermelho e branco, duas das cores que representam a Bandeira da Inglaterra, seu país, para revelar ao mundo o quanto se orgulham de serem ingleses, inseparáveis e unidos pela paixão à música *rock* (figura 106).

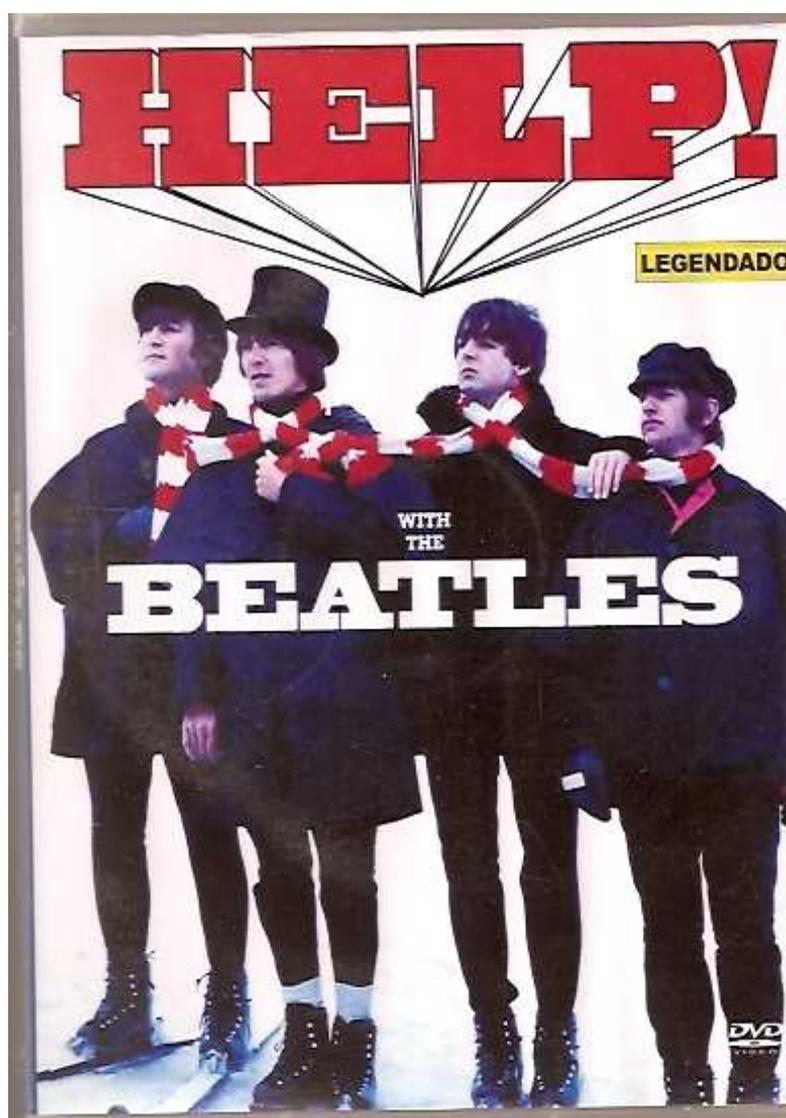


Figura 106: Os Beatles em Help. Alpes Suíços.
Fonte: www.thebeatles.com

A seguir, algumas cenas de *Help*, segundo filme dos Beatles.



Figura 107: Os Beatles em Help. Alpes Suíços.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 108: Os Beatles em Help. Alpes Suíços.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 109: Os Beatles em Help. Alpes Suíços.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 110: Os Beatles em Help. Londres / Inglaterra.
Fonte: www.thebeatles.com

Quando surgiu a ideia de fazer um segundo filme, *Help!*, os Beatles, no auge da fama, aproveitaram para encaixar no roteiro lugares que eles queriam visitar, como as Bahamas e os Alpes Suíços (figuras 107, 108 e 109). Dirigido por Richard Lester, *Help!* é uma aventura surreal, filmado em Londres (figura 110), Bahamas e Alpes Suíços. No filme os Beatles são perseguidos por membros de um culto indiano que querem o anel que Ringo está usando. O filme não teve tanta aceitação de crítica como seu antecessor, *A Hard Day's Night*. Inicialmente, o filme se chamaria *Eight Arms To Hold You*. Segundo consta, *Help!* começou a ser feito em fevereiro de 1965 e custou o dobro do preço do anterior (*A Hard Day's Night*) por ser filmado a cores e por ter sido feito em algumas locações exóticas (MILES, 1997).

O roteiro desta produção cinematográfica também pode ser acompanhado em livro (figura 111).

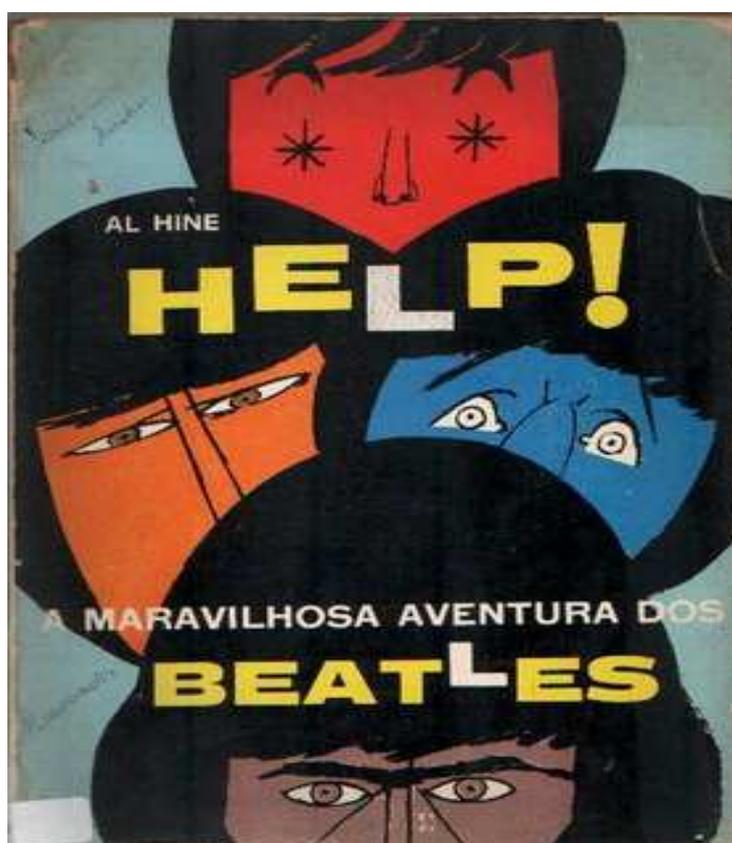


Figura 111: Help em livro. Aqui está o roteiro do filme.
Fonte: www.thebeatles.com

Nos Estados Unidos da América, saiu um LP homônimo com a trilha sonora do filme. Na Inglaterra, porém, nem todas as músicas do álbum foram apresentadas no filme, a exemplo de *She's A Woman* (figura 112).



Figura 112: Capa do álbum Help.
Fonte: www.thebeatles.com

Durante os depoimentos feito no documentário Anthology (1995), Ringo Starr disse que muitas cenas do filme *Help!*, os Beatles gravaram sob efeito de maconha. A esse respeito, o uso que os Beatles fizeram das drogas em meados de 1960 causou enorme modificação na música e nas atitudes da banda. “Naquela época, fumar maconha era algo que, em grande parte, ficava restrito a músicos e universitários. A cultura jovem e o uso correlato das drogas só viriam a acontecer mais para o final da década. A maconha provocou uma irreparável mudança de percepção que, a partir dali, afetou a música e a imagem pública dos Beatles” (MILES, 1997, p.236).



Figura 113: Os Beatles na ocasião do MBE.
Fonte: www.thebeatles.com

Nesse mesmo ano de 1965, em 26 de outubro, os Beatles são condecorados pela Rainha Elizabeth II da Inglaterra como Membros da Ordem do Império Britânico (MBE) (figura 113).

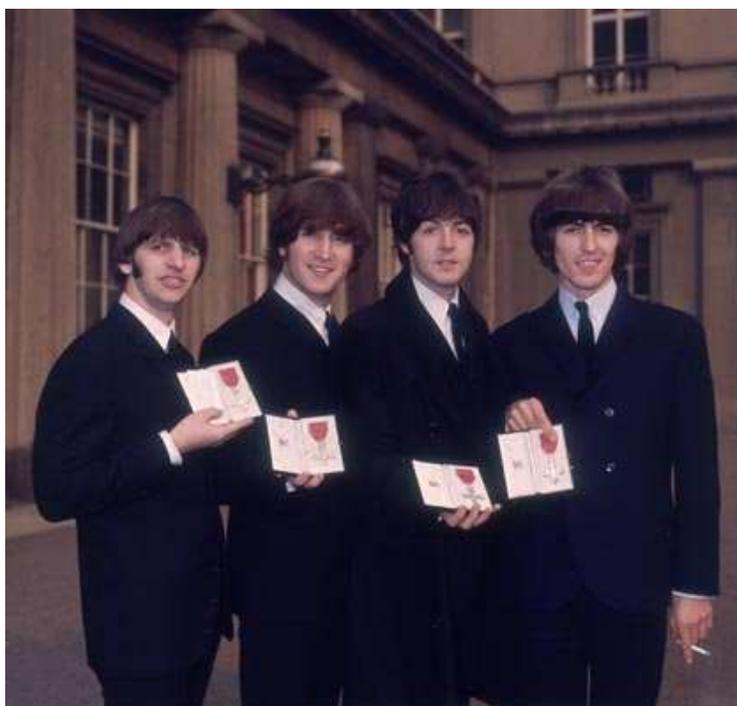


Figura 114: Os Beatles no Palácio de Buckingham em 1965.
Membros da Ordem do Império Britânico.
Fonte: www.thebeatles.com

A propósito, quando foi anunciada pela imprensa que os quatro jovens de Liverpool iriam ao Palácio de Buckingham, receber a comenda MBE das mãos da Rainha Elizabeth II, alguns veteranos de guerra ameaçaram devolver as suas condecorações em protesto. Irreverente, John Lennon se defende dizendo que “os Beatles não receberam a medalha por terem matado, mas por terem simplesmente divertido as pessoas. Por isso, eles mereciam a medalha muito mais que qualquer um” (VILLARES, 1982, p.40) (figura 115). Um dos jornais a publicar a notícia sobre a honraria dos Beatles foi o tablóide britânico *Daily Mirror* (figura 116).



Figura 115: Os Beatles ironizam veteranos de guerra pela imprensa.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 116: Daily Mirror e a notícia sobre o MBE dos Beatles
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 117: A Princesa Margareth cumprimenta os Beatles na ocasião.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 118: Os Beatles exibem suas medalhas para os fãs.
Fonte: www.thebeatles.com

Na imagem (figura 118) os Beatles exibem suas medalhas para milhares de fãs que cercam o portão principal do Palácio de Buckingham em Londres. Do lado de fora dos portões, os fãs tentavam pular os muros. A *Scotland Yard* (Polícia

Inglesa) foi chamada para conter a multidão de jovens lá fora. Todos queriam ver os seus ídolos serem agraciados com o MBE (figura 119).



Figura 119: A Scotland Yard no Palácio de Buckingham, em Londres.
Fonte: www.thebeatles.com

Na imagem seguinte, vemos os quatro milionários do mundo *pop* com o empresário Brian Epstein, que foi o grande idealizador da identidade visual dos Beatles na primeira fase de sua carreira musical (figura 120).



Figura 120: Os Beatles com o empresário Brian Epstein.
Fonte: www.thebeatles.com

Ao final de 1965, os Beatles lançam *Rubber Soul*. Ele marca o fim da *beatlemania*. Em termos estéticos e musicais, o álbum é um amadurecimento. Pela primeira vez em sua carreira artística os Beatles assumem o controle total do produto que estavam pondo no mercado. Trata-se de um disco bastante ousado para a época. O público certamente não estava familiarizado com a capa deste álbum, onde os Beatles aparecem com o rosto deformado, como se sua imagem se refletisse na água ou num espelho defeituoso (REVILLA, 1994). Também é possível notar uma imagem cuja cor da fotografia dos quatro jovens já não é a original da câmera, devido ao tom esverdeado, inclusive nas sombras. Os cabelos dos Beatles estão maiores. As próprias letras dão a impressão de estarem sendo esticadas (como uma borracha) para baixo (figura 121).

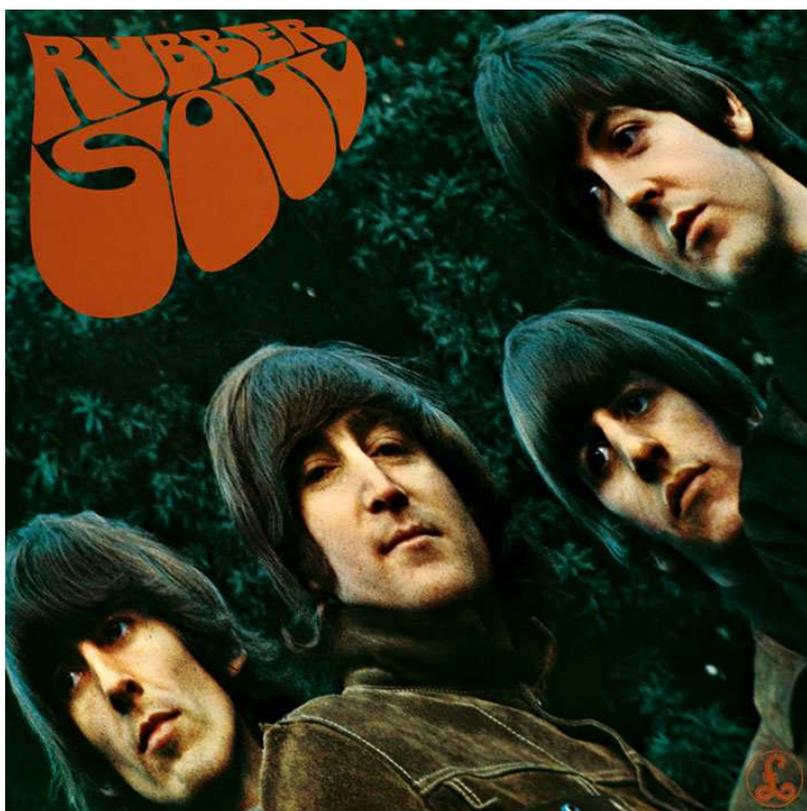


Figura 121: The Beatles. *Rubber Soul*. 1965.

Fonte: www.thebeatles.com

Musicalmente, *Rubber Soul* também inovava. Com este disco, a banda diz adeus às canções dóceis que falavam de amor adolescente em 1963 e entra num universo de emoções e relações bem mais complexas. Arranjos e instrumentos

exóticos como a cítara indiana e novos recursos de gravação surgidos na época marcam um corte radical, “uma cisão epistemológica” (MUGGIATI, 1997, p. 78) neste que é o sexto álbum dos Beatles.

Esteticamente, o grupo já estava começando a mudar, mesmo que sutilmente. Olhando para dentro de si mesmos, eles tentavam esticar a consciência das coisas até os últimos limites, sem temer nem mesmo o risco de uma ruptura fatal. Segundo consta, “depois do lançamento de *Rubber Soul* houve quem escrevesse para os jornais pedindo que os Beatles voltassem a ser como antes. Afinal, eles eram muito mais bonitinhos do que aqueles cadáveres da capa do disco” (EWING, 1994, p.63). Rostos à parte, *Rubber Soul*, na época, foi considerado um clássico dentro da história da música *pop*. Problemas com o público, entretanto, não ficaram por aí. Algo acontecera no interior da banda. Já tinham deixado de ser os quatro jovens de ternos com golas altas e humor sadio. Agora não se coíbiam nas declarações que faziam, fosse porque a sua fama lhes dava coragem para não calarem nada do que quisessem dizer, fosse porque o LSD os tinha iluminado.

Como prova, em março de 1966, o irreverente John Lennon fazia declarações monstruosas ao jornal britânico *Evening Standard*: “o Cristianismo vai desaparecer ou afundar. Nem preciso argumentar em favor desta ideia. Hoje somos mais populares que Jesus Cristo. Não sei o que desaparecerá primeiro, o *rock* ou o cristianismo. Jesus era legal, mas seus discípulos eram grosseiros e vulgares. Para mim, o fato de eles terem distorcido tudo é que acabou com a coisa”.

A repercussão, por parte da comunidade eclesiástica, bem como políticos, disk-jóqueis, adultos e também jovens foi imediata. O clamor da imprensa contra os Beatles, e contra John Lennon, em particular, foi intenso, a julgar pelos discos e fotos da banda queimados cerimonialmente *a priori* em cidades da Europa e Estados Unidos da América, em sinal de protesto, eclodindo, por outro ângulo, em ameaças de violência contra os próprios integrantes do conjunto. Mesmo assim, a popularidade dos Beatles foi pouco afetada. Concluindo a Análise Formal ou Discursiva Narrativa referente à modernidade dos Beatles e sua imagem no período, partimos para o próximo item que vai abordar a *explosão dos Beatles e o sucesso do grupo diante do espectador*. Com as imagens analisadas na segunda etapa da Hermenêutica de Profundidade, vamos entender porque este fenômeno social (THOMPSON, 1995) foi uma referência na cultura *pop*.

2.3.2 A EXPLOÇÃO DOS BEATLES E O SUCESSO DO GRUPO DIANTE DO ESPECTADOR

De acordo com alguns autores, “as imagens, assim como as histórias, nos informam” (MANGUEL, 2001, p.21). E toda informação (do latim *informatio*) é a capacidade que temos de tomar conhecimento acerca de um fato ou acontecimento histórico (MELO, 1998). Podemos justificar isso com base no que sucedeu, por exemplo, na Inglaterra da década de 1960 do século passado, um dos países mais castigados pelas bombas da Segunda Guerra (1939-1945). Foi lá que nasceram os quatro porta-vozes da grande virada cultural que o mundo inteiro reconheceria como a maior até aos dias de hoje.

Assim, surpreenderam toda uma geração promovendo uma revolta contracultural, ao inaugurarem um tempo criativo, além, é claro, de cativar um público jovem que se sentia estimulado e seduzido pela imagem, pelo som e pelo desdém aos códigos e às convenções tradicionais. Parecia que John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr, o tinham conseguido da noite para o dia. Mas, olhando para trás, na sua trajetória, o caminho tinha sido longo e sinuoso, com milhares de horas passadas em clubes noturnos, tocando seu *rock* em guitarras baratas, vestindo roupas de couro desbotadas, barulhentos, irreverentes. “Foi isso que me fez o que sou. Essa é a música que me trouxe das províncias da Inglaterra para o mundo” (SPITZ, 2007, p. 35), diria Lennon, mais tarde, lembrando muito do que descobrira com amigos na programação do seu precioso rádio transistor, exibido como arte sem preço.

E assim, em meados de 1963, de Liverpool, às margens do Rio Mersey, numa aura de publicidade, passam ao mundo do espetáculo. Por esse viés na carreira artística dos quatro rapazes, filhos de operários, surge Brian Epstein, um empresário vendedor de discos, farejador de bons negócios, de olho clínico voltado ao empreendedorismo, que apostou no talento e no carisma dos garotos. Logo conseguiu um contrato para gravarem em Londres, a capital do país.

Com esse clima de entusiasmo foi que John, Paul, George e Ringo, entraram nos estúdios da EMI (Electric and Musical Industries Ltd) para produzirem o primeiro disco de sua carreira musical: *Please Please Me*. A coisa esquentada, em

janeiro de 1963, alcançou o primeiro lugar no *Hit Parade* inglês (FRIEDLANDER, 2002). Os Beatles não eram mais uma banda de apoio, nem partilhavam o palco com outras figuras como acontecera nos velhos tempos de Liverpool e Hamburgo. Porém, foi só na noite de 13 de outubro do mesmo ano que deixaram de ser apenas um apreciado grupo de música popular para se tornarem notícia de primeira página em quase todos os jornais da Inglaterra.

Foi nessa noite, aliás, que os Beatles estrelaram num show ao vivo no London Palladium, televisionado pelo Sunday Nigth At The London Palladium. Uma plateia calculada em quinze milhões de espectadores assistiu ao espetáculo. Segundo a imprensa da época (PUGIALLI, 2008), milhares de jovens aos gritos bloquearam a rua à porta do local, tentando rever, de relance, os seus ídolos. Os dirigentes dessa empresa (do Sunday Nigth At The London Palladium) viram-se obrigados a passar os Beatles nos seus programas por pressão de centenas de cartas de fãs que reclamavam para assistir aos Beatles a domicílio. Era como se toda uma cidade, através deles, pedisse para que fossem identificados.

Aparecer neste programa de TV, transmitido ao vivo de um dos mais famosos teatros londrinos e com audiência de 15 milhões de pessoas, era o sonho de qualquer artista, ainda mais sendo a atração principal. Para os Beatles, o sonho tornou-se realidade no dia 13 de outubro, que pode ser chamado de o dia em que a Beatlemania nasceu. Os gritos e as cenas de histeria das fãs dentro e fora do teatro estavam em todos os jornais no dia seguinte. O grupo cantou quatro músicas: From Me to You, I'll Get You, She Loves You e Twist and Shout (PUGIALLI, 2008, p. 111).

Começa a Beatlemania. Estava dada a largada para a glória absoluta. A imprensa sensacionalista londrina se ocupava de promover notícias exclusivas que se espalhavam sem fronteiras. No dia 7 de fevereiro de 1964, por volta das 13h20min, o voo número 101 da Pan Am aterrissava no Aeroporto Internacional John Fitzgerald Kennedy de Nova Iorque, e os Beatles, em meio a uma multidão de enlouquecidos fãs, pisavam em solo americano, após uma campanha publicitária organizada por Brian Epstein. A expectativa da chegada ultrapassava tudo o que Brian e os próprios Beatles podiam imaginar. THE BEATLES ARE COMING! era o grito de guerra. As rádios de Nova Iorque faziam cobertura ao vivo e anunciavam:

“São oito horas e dezessete minutos, horário Beatle, e os quatro cabeludos estão agora a onze mil milhas da costa americana” (MUGGIATI, 1997, p.52).

Na terra do *pop* foi fácil empurrar montanhas de subprodutos dos Beatles. Bonecos, perucas, óculos, chaveiros, botinhas, anéis, talcos, camisetas, pôsteres, revistas e todo tipo de bugigangas saíam das lojas para os lares americanos e, a seguir, para o mundo inteiro (figuras: 122 a 141).



Figura 122: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 123: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 124: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 125: Souvenir Beatles.

Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 126: Souvenir Beatles.

Fonte: www.beatlebuy.com



Figura: 127: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura: 128: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 129: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com

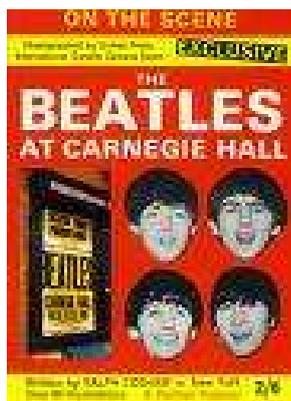


Figura: 130: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com

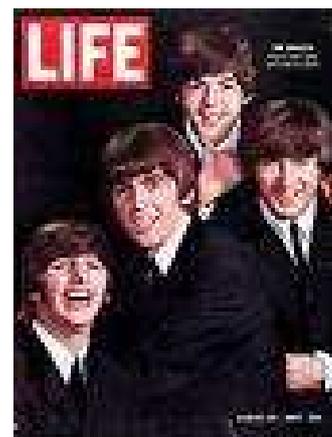


Figura 131: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 132: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 133: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 134: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 135: Souvenir Beatles.
 Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 136: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com

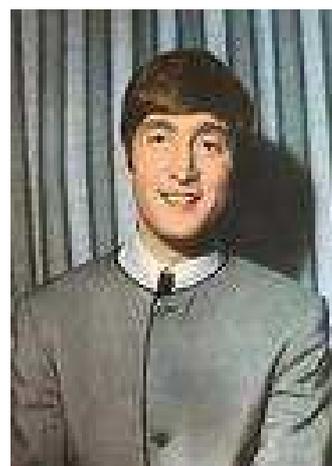


Figura 137: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 138: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 139: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 140: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com



Figura 141: Souvenir Beatles.
Fonte: www.beatlebuy.com

Nessa época, os fabricantes de todo o país estavam competindo para conseguir a concessão da palavra *Beatles* em seus produtos. Os paletós *Beatles* sem gola, geralmente de veludo, foram colocados à venda em toda parte. Uma

companhia americana (Peckham) oferecia suéteres *Beatles*, desenhados especialmente para os admiradores dos Beatles (DAVIES, 1993).

A imagem dos Beatles está consolidada. Assim estourou pela primeira vez no campo do *rock* o comércio de bens simbólicos paralelos da banda. Parecia que a América do Norte morreria aos pés do quarteto de Liverpool. Matérias em todos os jornais e revistas, nas seções de psicologia e comportamento, tentavam explicar o fenômeno. A influência que a cultura de massa (também chamada Indústria Cultural pela Escola de Frankfurt) passava a exercer desde então levantou a problemática da *Neurose* que norteia, segundo Morin (1997), todo o comportamento do consumidor em nosso século. A constituição da cultura de massa enquanto cultura é o seu ponto principal. Como o próprio Morin definiu:

Uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (MORIN, 1997, p.15).

Começava-se, a partir daí, a ver os Beatles sob ângulos diferentes, tentando extrair múltiplos significados da Beatlemania: psicológicos, sociais, culturais, religiosos, uma vez que a imagem impactante do grupo adquirira uma dimensão em proporções nunca vistas por qualquer outra banda do gênero até àquele momento. Cada uma de suas aparições era motivo de cenas delirantes. A música era abafada pelos gritos estridentes de centenas de adolescentes entre 14, 15 e 16 anos que batiam com os pés nas cadeiras e atiravam objetos para o palco tomados de um histerismo coletivo. “Tornavam-se emocional, mental e sexualmente excitados. Por onde os Beatles passavam testemunhavam-se cenas de loucura em massa, cenas incríveis que ninguém jamais imaginava ocorressem, e que provavelmente não se repetirão” (DAVIES, 1993, p. 11).

A consequência do terremoto Beatles ficaria registrada no resultado da pesquisa de março de 1964 dos dez *singles* mais vendidos. Os cinco primeiros lugares eram da banda. Essa foi a época em que aflorou o extraordinário talento de Lennon e McCartney como compositores, fazendo com que os Beatles ficassem

muito acima dos concorrentes em termos de sucesso. Identificando-se com os músicos e com os cantores individualmente, os jovens tomavam consciência de si próprios, agindo segundo a sua maneira de ser.

O sucesso de *She Loves You* mudou a vida dos Beatles para sempre. De imediato, vendeu um milhão de exemplares só na Inglaterra (DAVIES, 1993), sendo premiado com o disco de ouro. As vendas também se efetuaram no resto da Europa e nos Estados Unidos da América, fato inédito com músicos populares ingleses. Com *I Want to Hold Your Hand*, outro sucesso estrondoso, os Beatles foram condecorados e tornados Membros da Ordem do Império Britânico. A partir daí, nunca mais conheceriam o prazer de andar despreocupadamente pelas ruas. Não havia aeroporto, teatro e até casas onde os Beatles se sentissem livres do assédio e da perseguição dos fãs. A presença da polícia era indispensável onde quer que os quatro jovens estivessem, o risco era total.

O fenômeno conhecido pelo nome de *Beatlemania*, após os delírios coletivos das tournês inglesas, em breve invadiria outras partes do planeta, e já não era exclusivo das classes médias, mas começava a espalhar-se entre os intelectuais. Uma chuva de honrarias caiu sobre os ombros dos *quatro fabulosos*. Esta última tomou corpo, quando o Palácio de Buckingham os incluiu na *Royal Command Variety Performance* para uma apresentação perante a Rainha-mãe e a Princesa Margareth como representantes da Casa Real, no dia 4 de novembro de 1963. A atuação realizou-se mediante a um público que os aplaudia de pé, incluída a Corte Real Britânica, como mostram todos os vídeos-documentários dos Beatles. Antes de interpretar *Twist and Shout* o irreverente John Lennon fez a célebre petição: “O pessoal dos lugares mais baratos batam palmas. O resto de vocês, basta sacudir as suas joias” (PUGIALLI, 2008, p.114).

A gozação de Lennon, longe de ser levada como ofensa, foi encarada apenas como uma piada atrevida, mas adorável. A imprensa em geral não parava de elogiar a irreverência com a aristocracia, e *She Loves You*, *I Want to Hold Your Hand* e *Twist and Shout* se convertiam no emblema delirante da Beatlemania. A indústria da moda começou a explorar o momento. Os rapazes penteavam o cabelo para frente; casacos sem gola; colarinhos pequenos; óculos escuros e redondos, seguindo os costumes dos ídolos e invadindo o mercado com o nome e a imagem dos rapazes de Liverpool. O político conservador Edward Heat disparou seu lado

irônico: “Quem poderia prever que os Beatles seriam a salvação da indústria inglesa do veludo?” (DAVIES, 1993, p.20).

A Inglaterra, tal como a América, parecia estar à beira de um ataque de loucura. Os fãs eram cada vez mais numerosos, organizados em fãs clubes, e os concertos transformavam-se em manifestações de massas. “Até mesmo aleijados, paraplégicos, filhos da talidomida, doentes deficientes e pacientes terminais tomavam as primeiras filas dos teatros para receber a cura salvadora do toque mágico dos Beatles” (MUGGIATI, 1997, p.61).

Não foi por acaso que o contato permanente com o delírio das multidões, punha-os quase paranóicos. Lentamente tomaram consciência do papel diferente que representavam, ultrapassando o quadro simples da sua música e imagem. A mídia, seguindo-lhes o mínimo gesto, colocava os quatro rapazes de Liverpool num pedestal de heroísmo popular.

Uma outra consequência desse tipo de adulação foi a percepção do poder carismático que representavam para as massas de jovens fãs em proporções desmedidas. John Lennon muito objetivamente fez notar que seu grupo era na verdade *mais popular que Jesus Cristo*. E acrescentou, numa entrevista para o *Evening Standard Journal* de Londres, em 4 de março de 1966: “Somos mais populares que Jesus, no momento. Não sei qual vai sumir primeiro, o *rock* que fizemos ou o cristianismo. Este vai passar. Vai encolher e sumir. Não preciso discutir isso, pois estou certo, e provarei que estou com a razão. Jesus era legal, mas os discípulos eram comuns e incultos” (DAVIES, 1993, p.98).

O Vaticano se pronunciou dizendo, cautelosamente, que certos assuntos não deveriam ser tratados de maneira profana. Referindo-se ao pensamento do filósofo, cientista e matemático francês René Descartes (1596-1650), alguns autores comentam, por exemplo, como um fato aparente (neste caso a Beatlemania), “pode explorar estados de consciência além do racional e normativo da percepção lúcida, que dominara por tanto tempo a maior parte da tradição filosófica” (SURBER, 2007, p.161).

Verdadeira ou falsa, uma mitologia instalava-se sob um relance feérico. Ocupando-se de argumentos que definem as imagens, Maffesoli (1995), numa conceituação clássica, define nossas mitologias como sendo os ídolos, os símbolos

sexuais, musicais, desportivos, postos em cena como emblemas e desejos mais loucos, uma maneira de viver, um subterfúgio, um pretexto, que é pelo menos a fantasia da possessão. Em 1965, os Beatles são considerados deuses e anunciadores do que tomou forma: a *Swinging London*, que começava a surgir no horizonte da velha Inglaterra vitoriana.

A Beatlemania explodiu os mercados mundiais e fez chover um imenso sucesso que rendeu ofertas mirabolantes. Disso se ocupou a mídia, durante anos, preenchendo páginas de revistas sensacionalistas que rendiam lucros enormes. Ao mesmo tempo que com os Beatles emergia toda uma classe social, emergia, igualmente, uma revolução de ideias e uma transformação das relações entre os indivíduos. Os Beatles e suas atitudes irreverentes foram responsáveis pelo sucesso e pelo encorajamento de outros grupos, até então sem história, que de repente, graças à fama dos quatro jovens de Liverpool, tornaram-se conhecidos e descobertos como os *Rolling Stones*.

A exemplo de Elvis Presley, os Beatles foram os pioneiros na indústria cinematográfica. O primeiro filme promocional da banda foi *A Hard Day's Nighth* (1964), traduzido no Brasil como *Os Reis do lê, lê, lê*, onde exploravam ainda mais a imagem do grupo. Muito mais que um simples conjunto de *rock*, os Beatles foram uma das primeiras manifestações multimídia de repercussão mundial (DAVIS, 1996). Transformavam em ouro qualquer produto relacionado ao grupo: discos, cinema, e toda a parafernália de *merchandising*. Aí, novamente, aparece a imagem da banda como estratégia de marketing bem-sucedida. Tanto em termos de estilos e comportamentos quanto em mercadorias que exploravam o consumismo de massa com grande sagacidade.

O tempo de consumo das imagens, meio de ligação de todas as mercadorias, é o campo inseparável em que se exercem plenamente os instrumentos do espetáculo (DEBORD, 1997, p.105).

O material comercializado com o nome e a imagem dos Beatles, em níveis gigantescos na indústria de consumo de massa, obrigou Brian Epstein a formar, junto aos advogados da banda, companhias que se encarregassem de tudo o que se relacionasse com o direito de propriedade. Brian fez mais do que encostar

a mão; ele refez os Beatles. Não a sua música, por demais crescente e difundida, mas a sua imagem. Ele deu aos Beatles uma aparência agradável de juventude. Ternos elegantes de veludo substituíram o couro, gravatas adornaram seus pescoços e os cabelos gordurosos cresceram macios e limpos. Sua preocupação, dizia, “[...] era que o nome e a imagem dos Beatles fossem associados apenas a produtos de qualidade, recusando tudo o que não combinasse com a imagem que pretendia para o grupo” (BERNSTEIN, 1982, p. 86).

Praticamente, tudo foi aprovado, e o sucesso dos Beatles foi capitalizado em coisas tão dúbias como lancherias oficiais da banda, camisetas, pijamas, calças, uniformes, tênis e, naturalmente, perucas feitas pela *Lowel Toy Corporation*, que produzia mais de 15.000 unidades por dia. “A indústria de massa propõe modelos, é o produto de um diálogo entre uma produção e um consumo. Sua lei fundamental é a do mercado” (MORIN, 1997, p.46).

Em 1965, durante a sua segunda digressão pela América do Norte, os Beatles tiveram vários encontros que iam transformar um bocado, não só a sua produção musical, mas toda a sua imagem. Uma situação de não-criatividade de cantores-objetos, em concertos ao ar livre, através de um cortejo de cerimônias de adoração. Teve algumas hipóteses como provocar um aniquilamento ou talvez uma possível ruptura do grupo (MILES, 1997). Era preciso que as suas personalidades fossem muito fortes para sobreviverem em tais condições. Contudo, a geração dos Beatles ocupava todos os postos avançados de uma nova cultura de massas. O cinema, tal como a música, contribuía para forjar uma certa imagem situada no centro do desenvolvimento dessa nova cultura.

Os Beatles tinham então pelo seu exemplo ou simplesmente porque eles próprios eram o sinal de qualquer coisa, favorecido dois dos principais aspectos da eclosão *pop*: o aparecimento duma nova classe e o desenvolvimento dos conceitos culturais, de que a Inglaterra ia beneficiar-se durante os anos seguintes tornando-se por um tempo o centro mundial onde milhões de jovens, em todos os países, tinham os olhos postos (PACHECO, 1988, p. 95).

John, Paul, George e Ringo foram protagonistas de uma revolução cultural sem precedentes, estrelas da histeria da Beatlemania que explodiu como bola de neve. Todas as atuações eram precedidas de gritos e ataques de nervos por

parte dos fãs. “Como toda a cultura, a cultura de massa produz seus heróis, seus semideuses. Elabora modelos, normas; mas para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras” (MORIN, 1997, p. 109).

Analisando a trajetória da imagem pública dos Beatles, o ano de 1964 foi o melhor e também o mais duro para o grupo. Eles que, em 1963, tinham ascendido de atração local, em Liverpool, a sucesso britânico, eram agora a maior banda musical de *rock* do mundo. Shows, gravações, entrevistas, filmes, numa renovação contínua não davam descanso aos quatro fabulosos que, unindo-se, enfrentariam todas as frustrações e espetáculos até chegarem onde seus sonhos permitiram. As letras de suas canções, sem falar no seu visual, expressaram uma mudança radical de comportamento: drogas, cabelos compridos, gestos irreverentes, liberdade sexual, liberdade de pensamento, liberdade de agir, liberdade no vestir, tornando-os modernos e atemporais à era em que viveram.

A trajetória da imagem pública dos Beatles conseguiu ser a um só tempo diversão e experimentação, comércio e arte pura. Na afirmação de Grunfeld,

a arte ao contrário da ciência e da tendência ou tecnologia, não progride. Ela se transforma. Esses Quatro Cavaleiros do Apocalipse conseguiram dar expressão cabal a uma nova sensibilidade na imagem da música popular que emergia nos últimos anos da década de 1950 (GRUNFELD, 1976, p. 86).

O surgimento dos Beatles e a explosão impactante de sua imagem pública, na década de 1960 do século passado, foi, sem dúvida, o núcleo de uma reação em cadeia que ocasionou o aparecimento de outros cantores e compositores do gênero, como por exemplo, os Rolling Stones, impondo uma nova escala de valores para a imagem da música *pop*, através da qual se pode conceder às canções que o povo canta numa dimensão idêntica à de uma sinfonia criada e absorvida por uma elite de privilegiados.

Ainda hoje, em pleno século XXI, é comum ouvir muitos adolescentes, curiosos, perguntarem: por que os Beatles continuam tão populares? A resposta é simples. Eles fizeram renascer a música original do *rock and roll* e, em pouco tempo, criaram, a partir das suas raízes, isto é, do *rhythm and blues* e do *country and*

western, um novo estilo do gênero *pop* que denominaram de *rock*. Apareceram, quando o cenário estava emasculado por figuras como Bill Haley. Os quatro garotos de Liverpool arreventaram num ambiente petrificado, sobretudo devido à moral conservadora, que ainda vigorava em 1960. Seu ritmo e imagem foram feitos de euforia e gritos. Foi uma excitação, tanto física como auditiva, que simbolizou a rebelião da juventude. As evidências estão aí para provar: não acontecerá nada como eles e nem igual a eles. Jamais!

Este item versou sobre a modernidade e o nascimento dos Beatles, bem como a respeito da imagem pública do grupo no período e a explosão dessa forma simbólica (THOMPSON, 1995) que, aliás, ocorreu na mesma época. Antes, porém, foi feito um levantamento aleatório acerca de alguns fatos que marcaram os anos sessenta do século XX, década em que o conjunto inglês emerge como acontecimento midiático mundial. No próximo tópico, o assunto a ser discutido é a ruptura do quarteto com a modernidade e sua inserção na pós-modernidade.

2.4 O PERÍODO DE TRANSIÇÃO: DA IMAGEM DOS BEATLES NA MODERNIDADE À IMAGEM DA BANDA NA PÓS-MODERNIDADE

Dando continuidade à metodologia sugerida por Thompson (1995), na Hermenêutica de Profundidade, especialmente no que diz respeito à Análise Sociohistórica e à Análise Formal ou Discursiva Narrativa deste referencial teórico, falaremos, a seguir, do momento em que o visual construído pelos Beatles, na primeira metade de sua carreira artística (1962-1965), sofre uma transformação radical, assinalando o começo de uma nova fase na trajetória da banda: a pós-modernidade. Sendo assim, para melhor entender a mudança ocorrida na imagem pública dos músicos, a partir de 1966, é necessário, antes de tudo, contextualizar a pós-modernidade, como requer a etapa inicial da Tríplice Análise, cuja finalidade é recriar as condições sociais e históricas onde circulam e são produzidas e recebidas as formas simbólicas (THOMPSON, 1995).

2.4.1 PÓS-MODERNIDADE: BREVE REVISÃO HISTÓRICA

Nos últimos tempos, a tão propalada pós-modernidade tornou-se um conceito-chave para compreender a sociedade contemporânea nos mais diversos aspectos. Mesmo assim, a palavra em si prossegue sem deixar claro para muitas pessoas o que ela significa em realidade. Em termos concretos, a vasta bibliografia sobre o assunto ainda não apresenta um consenso, uma ideia central.

Alguns sugerem que a pós-modernidade representa um período de vida social; a mudança de uma época para outra e a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios organizadores próprios e distintos (MORLEY, 1998); outros chegam a insinuar ingenuamente que a pós-modernidade pode tornar-se a ficção de uma imaginação acadêmica fértil, de uma propaganda popular enganosa ou de esperanças radicais frustradas, ou ainda que a pós-modernidade existe como uma ideia ou forma de crítica na mente dos intelectuais e nos meios de comunicação de massa (LYON, 1998).

Com relação ao termo correlato, o pós-modernismo, há quem diga também, embora de maneira superficial, que a pós-modernidade e ele não se distinguem (KUMAR, 1997). O motivo alegado pelo autor é que “[...] não há uma tradição de uso a que possamos recorrer para diferenciar de modo coerente a ‘pós-modernidade’ do ‘pós-modernismo’, pois ambos são empregados mais ou menos um pelo outro” (KUMAR, 1997, p. 112).

Portanto, imputar qualquer alusão à expressão, ou expressões em epígrafe, imediatamente nos expõe ao risco de sermos acusados de perpetuar uma moda intelectual efêmera, fútil ou mesmo sem relevância.

Para conhecer a nova realidade, precisamente no que ela tem de diferente, ou desconhecido, seria proveitoso então iniciarmos esta caminhada, definindo pós-modernidade e pós-modernismo como proposta reflexiva à problemática do tema que não se esgota, ao que hoje se apresenta como um campo

de estudos muito complexo e ainda em aberto, devido ao grande contingente de fenômenos globais, religiosos, sociais, econômicos, políticos, culturais que, por serem básicos, deverão suscitar os estímulos às perguntas passíveis de serem feitas, por exemplo, quanto às transformações tecnológicas, abrangendo as telecomunicações e o poder da informática, a cibercultura e o ciberespaço como novas formas de socialidade (LEMOS, 2002).

Tal como ocorreu com a modernidade e o modernismo, toda a discussão que envolve a pós-modernidade e o pós-modernismo em sua complexidade histórica implica algum tipo de linha divisória ou rompimento com a era ou período anterior. Afinal, falar em *pós* é falar em passado. A questão vital, entretanto, é entender que, enquanto a pós-modernidade se destaca mais na esfera do social, como a modernidade, a ênfase no pós-modernismo recai sobre o cultural, tal qual o modernismo. Todavia, por mais desejável que o discernimento possa ser, esses motivos se prendem à impossibilidade de separar o social do cultural: “ambos precisam ser vistos em suas relações recíprocas” (LYON, 1998, p.34).

Segundo Featherstone (1995), a pós-modernidade como expressão apareceu pela primeira vez com Arnold Toynbee, em 1947, para indicar uma nova configuração social na história da civilização ocidental, tendo como protagonistas centrais o advento da mídia e da sociedade de consumo que se aliaram à derrocada das grandes ideologias modernas e das ideias dominantes que nortearam aquela época: ciência, razão, progresso (LEMOS, 2002).

Já o termo pós-modernismo é considerado por alguns como um estilo visual ou estético (SUBIRATS, 1989; MORLEY, 1998). Foi empregado, inicialmente, em 1934, por Federico de Onis, para assinalar do mesmo modo uma reação cultural de menor importância às vanguardas artísticas e críticas que predominaram no modernismo (ANDERSON, 1999).

Lyotard (1998) figura entre os principais responsáveis pela elaboração da problemática, como provam os textos reunidos em *A condição pós-moderna*, cujo título *O pós-moderno*, original no Brasil, data de 1986. Nessa obra, o autor enfatiza que houve uma transformação radical em torno do saber, atentando ao fato de como ele é produzido, distribuído e legitimado nas áreas mais avançadas da contemporaneidade, como a arte, a ciência e a literatura, apenas para citar algumas. Assim, o pós-moderno caracteriza a condição cultural.

Ao decretar o colapso das metanarrativas, isto é, dos grandes discursos filosóficos que prevaleceram durante muito tempo sobre o mundo, em relação, por exemplo, aos indivíduos e à natureza das coisas, Lyotard (1998) faz conhecer a pós-modernidade como uma época em que a cibernética⁴⁷ promoveu novos jogos de linguagem, onde os discursos se fragmentam e se mesclam. Nesse sentido, não há mais fé na ciência, nas ideologias políticas. O ser é totalmente desprovido de credibilidade. Nada é fixo no pós-modernismo. As verdades absolutas que reinaram no passado desaparecem. Em seu lugar vieram a globalização e o consumo, gerando satisfação (SOUSA, 2004).

Harvey (2000), por sua vez, vai apresentar a pós-modernidade como uma condição intrínseca do contemporâneo, decorrente da crise dos valores modernos. Entendemos, pois, que a modernidade não se esgotou em virtude da pós-modernidade. Por isso, não podemos cogitar nem determinar uma data específica para o começo da pós-modernidade, até porque o moderno ainda está muito presente em nosso cotidiano, mesmo no pós-moderno, o que explica o fato deste último nada excluir, mas sim a tudo incluir.

A propósito, é curioso observar, nesse contexto, como Harvey (2000) pode datar a pós-modernidade e ao mesmo tempo revelar a hora e o local para o seu surgimento, o que denota uma contradição, se bem que ele o fez com base no arquiteto e paisagista norte-americano Charles Jencks, para quem a pós-modernidade teria tido início às 15h32m do dia 15 de julho de 1972, em Saint Louis, cidade norte-americana do Estado do Missouri, com a derrubada de um prédio de habitação, Pruitt-Igoe, do arquiteto modernista Le Corbusier.

O certo é que a pós-modernidade trouxe consigo uma abertura para novas possibilidades que sempre estiveram latentes ou eram inerentes à modernidade. A hipótese de uma nova globalização, a expansão do capital além dos limites anteriores de seu segundo estágio, o imperialista, dependia, por assim dizer, de uma organização agrícola, às vezes chamada de “revolução verde” (JAMESON, 1994), devido às inovações tecnológicas e, mais especificamente, químicas e

⁴⁷ Ciência que estuda o sistema de controle e de comunicação nas máquinas e nos organismos vivos, caracterizados pela autoregulação obtida por meio de comunicação, controle e feedback. Ver: José Benedito Pinho. ***Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line***. São Paulo: Summus Editorial, 2003, p. 230.

biológicas, que transformou camponeses em operários agrícolas e as grandes propriedades ou latifúndios em agronegócios.

Enquanto o momento moderno do capital reteve um modo de produção pré-capitalista na agricultura, obtendo capital de relações pré-capitalistas, como o trabalho excessivo, horários e condições desumanas, o novo estágio multinacional do capital é então caracterizado pela eliminação de tais entraves e pela sua total assimilação ao próprio capitalismo, com seu trabalho assalariado e suas condições de trabalho. A agricultura, culturalmente distinta e identificada na pós-modernidade como o “Outro da Natureza”, torna-se agora uma indústria como outra qualquer, e os camponeses em simples operários cujo trabalho é mercantilizado em termos de equivalências de valor. Assim, o “pós-modernismo, a consciência pós-moderna, acaba sendo muito mais do que a teorização de sua própria condição de possibilidade, o que consiste, primordialmente, em uma mera enumeração de mudanças e modificações” (JAMESON, 1997a, p. 13).

O pós-modernismo pode ser visto como um indicador ou um precursor de uma cultura pós-moderna mais extensa, um amplo conjunto de mudanças na produção, consumo e circulação de bens e práticas culturais. Todavia, a grande questão é como definir o pós-modernismo, já que ele significa coisas diferentes em cada área específica. Para (Huysens, 1984, In: Harvey, 2000),

O que aparece num nível como o último modismo, promoção publicitária e espetáculo vazio é parte de uma lenta transformação cultural emergente nas sociedades ocidentais, uma mudança da sensibilidade para a qual o termo pós-moderno é na verdade, ao menos por agora, totalmente adequado. A natureza e a profundidade dessa transformação são discutíveis, mas transformação ela é. Não quero ser entendido erroneamente como se afirmasse haver uma mudança global de paradigma nas ordens cultural, social e econômica; qualquer alegação dessa natureza seria um exagero. Mas, num importante setor da nossa cultura, há uma notável mutação na sensibilidade, nas práticas e nas formações discursivas que distingue um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições do de um período precedente (In: HARVEY, 2000, p. 45).

A citação nos faz pensar que o pós-modernismo é um conceito atraente, porque desperta nossa sensibilidade e nos impulsiona a perceber certos aspectos

que devem ser explicados no contexto atual do sistema mundial capitalista. Entre outros, destacamos a substituição do livro pela tela de TV, ou a própria Internet, a imigração da palavra para a imagem, do discurso para a representação, isto é, do logocentrismo para o iconocentrismo (LYON, 1998).

Com efeito, é impossível imaginar a sociedade pós-moderna sem a presença maciça de informações ou a intervenção constante dos meios de comunicação de massa na vida pessoal e social. Nada mais pós-moderno do que assistir pela TV, ao vivo e via satélite, às imagens dos atentados terroristas praticados pela organização Al-Qaeda, de Osama Bin Laden, que horrorizaram os Estados Unidos da América, em setembro de 2001, entremeadas por intervalos comerciais e vinhetas de computador. A realidade é elevada à condição de efeito especial, transmitindo *flashes* da história ao vivo para interromper o fluxo da vida cotidiana. Não é em vão que o poder adquirido pela mídia tenha levado os pesquisadores em pós-modernidade a tratar da comunicação em seus textos.

Segundo seus porta-vozes, as telecomunicações provocaram o surgimento de novas formas de interação, não se limitando a reduzir as barreiras do tempo e do espaço que se lhes antepunham anteriormente. A sociabilidade pós-moderna caracteriza-se pelo valor conferido à conexão do indivíduo a um sistema de mídia global, sobreposto às relações de convívio direto (RÜDIGER, 1998, p. 92).

Quanto à expressão “sociabilidade” usada por Rüdiger (1998), na citação acima, podemos dizer que, sob a ótica de Maffesoli (2001), ela se refere à tragédia do presente, do instante vivido, do aqui agora para além de projeções futuristas ou morais nas relações banais do cotidiano, nos instantes não-institucionais, racionais ou finalistas da vida de todo dia. Ao contrário do termo “socialidade”, que, para o autor francês significa “compreender o estado nascente do que convém chamar pós-modernidade” (MAFFESOLI, 2001, p. 21), tendo em vista que ela marca os agrupamentos urbanos, onde os sujeitos compartilham emoções e novos tribalismos festivos. Este é o estar-junto.

Autores como Connor (1996), Lyon (1998) e Anderson (1999) vão defender, em suas análises, que foi a partir das décadas de 1970 e 1980 do século passado que as discussões acerca do pós-moderno ganharam maior visibilidade,

fazendo dele um dos itens centrais nos debates sobre arte, cultura e sociedade em vários lugares do mundo, especialmente nos Estados Unidos da América e na Europa Ocidental, disseminando-se logo a seguir pelo Brasil e demais países da América Latina.

Focalizando inicialmente as formas artísticas, como a arquitetura, a literatura e o cinema, que rejeitavam o purismo e o elitismo identificados no modernismo, o termo pós-modernismo, um dos mais polêmicos atualmente em circulação, estendeu-se de forma a descrever vários domínios culturais, entre outros, o vídeo, a música, a pintura, o próprio discurso teórico, os cultos religiosos e até mesmo as novas estratégias de comunicação e de mercado.

À medida que os debates em torno do pós-modernismo tornaram-se alvos de explicações e justificativas teóricas, passaram a incluir, também, questionamentos mais amplos sobre a própria pós-modernidade, despertando dessa maneira, o interesse de autores como Jameson.

Jameson constitui uma das referências importantes para a compreensão da situação cultural na sociedade contemporânea. Em *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio* (1997), ele define o pós-modernismo não como um estilo, “[...] mas como uma dominante cultural: uma concepção que dá margem à presença e à coexistência de uma série de características que, apesar de subordinadas umas às outras, são bem diferentes” (JAMESON, 1997, p. 29).

Continuador do pensamento marxista, proposto como o horizonte interpretativo necessário, para que outros modos de interpretação possam ser utilizados na leitura dos fenômenos culturais, Jameson (1985) se destaca por relacionar a pós-modernidade com assuntos que envolvem questões políticas, econômicas e sociológicas, da época que ele interpela, a partir do conceito de capitalismo tardio. Nesse sentido, além de detectar e apreender a qualidade específica das experiências culturais designadas como pós-modernas, o autor buscou situá-las no interior de um arcabouço social. Englobando toda essa discussão na rubrica do pós-modernismo, desenvolveu estudos nas diferentes áreas do conhecimento que nos interessam pensar sistematicamente, a partir da sua relevância para as pesquisas de comunicação.

Em suas análises sobre a pós-modernidade (pós-modernismo), é visível a ênfase que Jameson (2001) dá para a cultura, sendo quase uma imposição, tanto que ela tornou-se praticamente coextensiva à própria economia.

A transformação do cultural em econômico e do econômico em cultural é frequentemente apontada como uma das características de que se chama de pós-modernidade. Jameson observa ainda que na mesma linha, as políticas complementares de *copyright*, de patentes, de propriedade intelectual, indissociáveis dessas políticas internacionais, nos alertam para o fato de que a tão aspirada liberdade de ideias é importante justamente porque essas ideias são propriedades privadas e foram projetadas para serem vendidas em grandes quantidades lucrativas (JAMESON, 2001, p. 50-51).

Ao examinar as inúmeras manifestações culturais do nosso tempo, o autor procurou elaborar seu ponto de vista em virtude da natureza da vida social na pós-modernidade, marcada pela nova posição que a cultura, agora totalmente imersa na lógica da mercadoria, assume nesse estágio multinacional do capitalismo, tardio, de consumo.

Nesse novo estágio a própria esfera da cultura se expandiu, coincidindo com a sociedade de consumo de tal modo que o cultural já não se limita às suas formas anteriores, tradicionais ou experimentais, mas é consumido a cada momento da vida cotidiana, nas compras, nas atividades profissionais, nas várias formas de lazer televisuais, na produção para o mercado e no consumo desses produtos (JAMESON, 2001, p. 115).

Acreditamos que um dos méritos de Jameson é levar o pós-modernismo a sério, entendendo-o como um sinal de uma transformação cultural relevante e, ao mesmo tempo, tentar explicá-lo em termos de processos sociais. Duas influências marcantes, a nosso ver, ajudaram a embasar as análises do autor sobre a pós-modernidade. A primeira foi a publicação de *Capitalismo Tardio* (1975), do economista alemão Ernest Mandel (1923-1995), que permitiu a Jameson posicionar o pós-modernismo como a lógica cultural da terceira etapa do capitalismo, o capitalismo tardio, cuja origem está na era posterior à Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945).

Com efeito, Jameson (1998) apresenta um conceito de pós-modernismo dotado de uma periodização definida, cuja função é correlacionar a emergência e novos aspectos formais da cultura com a necessidade de um novo tipo de vida social e com uma nova ordem econômica, o que é muitas vezes chamado de “sociedade de consumo” ou “capitalismo multinacional”.

Um segundo estímulo, tão importante quanto o primeiro, veio do sociólogo francês Jean Baudrillard (1929-2007) sobre o papel do simulacro no imaginário cultural do capitalismo contemporâneo. Jameson (1995) concordaria com Baudrillard (1981) e sua descrição de que a cultura de consumo e a televisão produziram uma fartura de imagens e signos, dando origem a um mundo simulacional que aboliu a distinção entre o real e o imaginário. Para Jameson, “as prioridades do real tornam-se invertidas. E tudo é mediado pela cultura, até o ponto em que mesmo os níveis político e ideológico devem ser previamente desemaranhados de seu modo primário de representação, que é cultural” (JAMESON, 1995a, p. 22).

Como é possível notar, o pós-modernismo não é um signo vazio, manipulável por artistas, intelectuais e acadêmicos como parte de suas interdependências no âmbito de suas áreas específicas. O pós-modernismo, como diria Jameson (1997), só foi capaz de atingir esse *status* por força de uma mudança profunda de um sistema mais antigo, cuja promessa era acabar com tudo que era asfixiante, insatisfatório ou monótono no modernismo. Ao contrário de outros autores (CONNOR, 1996; LYON, 1998; ANDERSON, 1999), citados anteriormente, Jameson (1997) defende a ideia de que a preparação econômica do pós-modernismo (ou capitalismo tardio) teve início na década de 1950, depois que a falta de bens de consumo e de peças de reposição da época da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945) foi solucionada e novos produtos e novas tecnologias foram introduzidos, inclusive a mídia.

Como conceito analítico-cultural, o termo pós-modernismo alcançou popularidade, na década de 1960, especialmente em Nova Iorque, quando foi empregado por jovens artistas, para designar um movimento além do modernismo. Foi nessa época também que a “contracultura” criou seus próprios ícones e desferiu um ataque às coerções emocionais, favorecendo o relaxamento dos padrões formais

de vestuário e comportamento, contribuindo, desse modo, para gerar novas identidades pessoais.

Essa é uma das explicações mais plausíveis para o surgimento do pós-modernismo, uma vez que a nova geração dos anos 60 vai se confrontar com o movimento moderno, que tinha sido um movimento oposicionista, como um conjunto de velhos clássicos, que pesam na cabeça dos vivos como um pesadelo, como disse Marx, em um contexto diferente (JAMESON, 1997a, p. 30).

A contracultura da década de 1960 adotou entusiasticamente a bandeira do pós-modernismo representada, fosse em cultura ou em política. A *Pop-art* e a música *pop*, a *nouvelle-vague*, no cinema e o *nouveau roman* na literatura, o *happening* e o ser “*in*”, os protestos de massa e a contestação, o apagamento das fronteiras entre a arte e a vida, o cultivo da sensibilidade, através do sexo e das drogas, do exótico, do extravagante, do choque, e não a contemplação da estética ou o estudo intelectual, o enobrecimento das reivindicações do princípio do prazer sobre as do princípio da realidade, de todas essas maneiras a contracultura atacou o que considerava o mundo elitista do modernismo (FEATHERSTONE, 1995; JAMESON, 1997).

Kellner (2001) é mais um no rol dos críticos que se preocuparam em entender a natureza e os efeitos da sociedade contemporânea. Ao reconhecer que estamos transitando entre a modernidade e a pós-modernidade, ele propõe que a cultura veiculada pela mídia é um campo privilegiado de estudo o qual pode explicar a importância das alterações que estão ocorrendo hoje em dia. Referindo-se igualmente à questão da identidade e, sobretudo, do computador, ele diz acreditar que muitas teorias pós-modernas elegeram a cultura da mídia como o lugar de implosão da identidade.

Ainda mais espantosas são algumas das mutações de identidade possibilitadas pela cultura do computador. Muitas pessoas que participam de grupos de conversa e jogos por computador assumem identidades diferentes das suas em termos de sexo, raça, classe, profissão, etc. Algumas chegam a assumir várias personalidades e identidades e a desempenhar diferentes papéis nessas interações (KELLNER, 2001, p. 334).

Com base em Kellner, a identidade pós-moderna constitui-se, então, teatralmente, através da representação de papéis, de modo que gira em torno do lazer e está centrada na aparência, na imagem e no consumo.

O computador, símbolo da era da informação, é apontado por Jameson (2001) como “a máquina geradora da pós-modernidade”, já que seu uso propagou-se em quase todas as sociedades globais, ganhando importância ainda maior com o surgimento da Internet. Esta última, segundo o autor, passou a representar as ideias e os ideais, dos quais se traça nosso quadro da sociedade do futuro. Nesse contexto, se “[...] a revolução das tecnologias de comunicação e informação é uma realidade, uma vez que ela afetou o modo como vemos o mundo e como vivemos nele, o desemprego é a expansão mundial de novas tecnologias” (JAMESON, 2001, p. 34).

Para Jameson (1999), um dos traços definidores do pós-modernismo é o fim da antiga distinção entre a alta cultura e a cultura de massa. A cultura de massa, ou cultura da audiência de massa, cultura comercial, cultura popular ou ainda indústria cultural, como é diversificadamente conhecida, sempre teve como pressuposto teórico definir seu objeto de estudo em oposição ao da chamada alta cultura ou cultura de elite. Para o autor, o termo *elitismo* defende a prioridade da cultura de massa com base na quantidade de pessoas exposta a ela. Assim, a busca da alta cultura, ou cultura hermética, é então estigmatizada como um passatempo típico do *status* de um reduzido grupo de intelectuais.

Supondo que o fim da separação entre alta cultura e cultura de massa seja uma ameaça para os intelectuais, Jameson responde:

Essa talvez seja a mais desanimadora de todas as consequências, do ponto de vista acadêmico, que tradicionalmente mostrou um interesse direto em preservar um campo de alta cultura ou de elite em oposição ao meio circundante de prosaísmo, breguise e *Kitsch*, dos seriados de TV e da cultura do *Reader's Digest*, em transmitir a seus iniciados aptidões difíceis e complexas de leitura, escuta e visão (JAMESON, 1999a, p.16).

Se, de um lado, os intelectuais valorizam seu próprio capital cultural contra a cultura popular, de outro, os pós-modernismos têm revelado um fascínio por essa paisagem degradada do brega e do *Kitsch*, dos seriados de TV e filmes hollywoodianos de segunda, das literaturas da cultura de massa, das narrativas de horror, aventura, ficção científica, romances de fantasia, *best-sellers* e biografias populares, à venda em bancas de jornal e livrarias de aeroportos. Para o autor, esses materiais não são mais citados, como poderiam fazer os escritores modernistas; ao invés disso, são incorporados a ponto de desfazer qualquer linha divisória entre a arte superior e as formas comerciais.

Tal aproximação exige que se leia a alta cultura e a cultura de massa como fenômenos objetivamente relacionados e dialeticamente interdependentes, como formas gêmeas e inseparáveis da fissão da produção estética sob o capitalismo (JAMESON, 1995a, p.14).

Na verdade, foi sob a influência do dadaísmo e principalmente da *Pop Art*, nas décadas de 1950 e 1960, que nasceu a pós-modernidade, segundo alguns, uma espécie de colagem da história da arte. Parecendo mais um aglomerado iconográfico, um pastiche que leva em frente a ideia de retirar o novo do moderno, o pós-moderno (AZEVEDO, 1998). Apelando ao subconsciente, o dadaísmo (dadá) surgiu em 1916, na cidade de Zurique, Suíça. É um movimento artístico-literário iniciado por Tristan Tzara. Já a *Pop Art* é uma manifestação norte-americana, apesar dos impulsos pioneiros do ideário *pop* terem ocorrido inicialmente na Inglaterra.

Em Featherstone (1995), a *Pop Art* surge como um contraponto a *Action Painting*⁴⁸, assumindo, dessa forma, a banalidade da vida cotidiana. Ao incorporar os padrões da publicidade, da televisão, do cinema e dos quadrinhos, e assumir a pura objetividade dos fatos, sem romantismo ou heroísmo, a *Pop Art* colou o mundo da arte ao mundo da experiência real. E, ao fazê-lo, destruiu os últimos rastros de “aura” que revestiam a obra de arte e a figura do artista.

⁴⁸ O termo *Action Painting* (ou pintura de ação) é uma corrente artística ligada ao Expressionismo Abstrato, desenvolvido na década de 1940, em Nova Iorque, nos Estados Unidos da América e na Europa, onde se tornou conhecido por Informalismo. Disponível em: <<http://www.wikipedia.org/>>. Acesso em: 21 fev. 2009.

Em tempos de pós-modernismo, ou de novas vivências estéticas, artistas como Andy Warhol e Roy Lichtenstein, começam a empregar a linguagem da comunicação de massa para designar a arte como uma cultura tipicamente visual. Assim, a imagem do mundo urbano invade o universo artístico e o cotidiano torna-se a grande musa inspiradora da arte (AZEVEDO, 1998).

Além destas, outras características comuns se ligam ao pós-modernismo, como o pastiche e a paródia, o ecletismo e a mistura de códigos, a ironia e o deboche, o fim da originalidade do produtor artístico.

As duas primeiras, a paródia e o pastiche implicam a imitação de outros estilos (JAMESON, 2001). No caso da paródia, é na literatura moderna que ela se destaca mais. Como consta, os escritores modernos definiram-se pela produção ou invenção de estilos únicos. Esses estilos, por mais distintos que sejam entre si, são comparáveis num aspecto: cada um deles é inconfundível; mas quando passamos a entendê-los, é impossível confundi-los. A paródia, por assim dizer, produz uma imitação que zomba do original.

É preciso reconhecer, aqui, que a estética modernista está vinculada à ideia de um “eu” e de uma identidade própria. Na pós-modernidade, esse individualismo é coisa do passado, está “morto” (JAMESON, 1999). Portanto temos aí o fim do ego burguês, dos afetos, do estilo, no sentido do privado, único e pessoal, a morte do sujeito. O ecletismo provém de diversos estilos estéticos, incorrendo da mesma forma no pastiche, nas paródias, no simulacro, na cópia. É um original, porém híbrido. Nesse sentido, o artista, na arte, perde a sua originalidade. A arte passa a ser uma repetição, uma colagem, bricolagem de textos, imagens. A ironia, por sua vez, tem papel central no pós-modernismo, tendo em vista aceitar projetos experimentais que o profissionalismo jamais teria admitido. Ironizar significa desprezar os valores estéticos, as vanguardas artísticas que dominaram o modernismo (FEATHERSTONE, 1995).

Resumindo, as características básicas do pós-modernismo são:

- abolição da fronteira entre arte e vida cotidiana;

- distinção hierárquica entre alta-cultura e cultura de massa/popular (Kitsh);
- promiscuidade estilística favorecendo o eclecismo e a mistura de códigos;
- inclusivismo/intertextualidade;
- paródia, pastiche, ironia, diversão, simulacro;
- ausência de profundidade da cultura;
- heterogeneidade/pluralismo;
- pop-art, música pop;
- o happening e o ser “in”;
- a nouvelle-vague no cinema e o nouveau roman na literatura;
- os protestos de massa e a contestação;
- cultivo da sensibilidade através do sexo e das drogas;
- cultivo do exótico, do extravagante, do choque;
- nega a contemplação da estética e o estudo intelectual;
- reivindica o princípio do prazer sobre o princípio da realidade;
- ataca o mundo elitista do modernismo.

Para ilustrar, destacamos algumas imagens da cultura pós-moderna, apresentadas, em abril de 2004, na Famecos/PUCRS, num seminário para a disciplina Imagem e Pós-Modernidade, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, em nível de Doutorado.

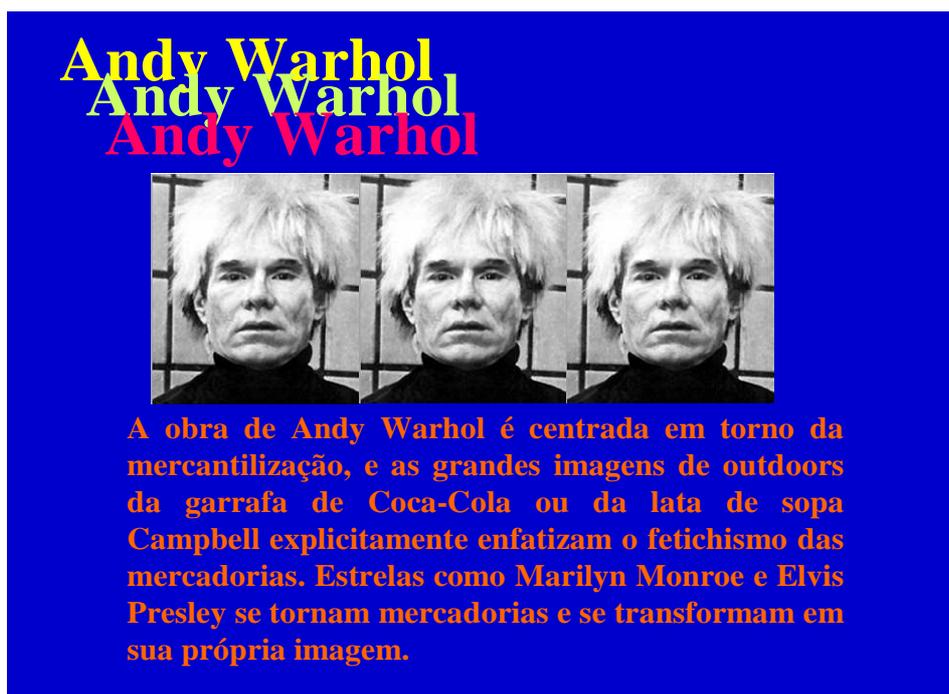


Figura 142: Andy Warhol.
Fonte: www.sergeicartoons.com

Autor da provalada máxima, segundo a qual, “no futuro, todo mundo terá seus 15 minutos de fama”, Andy Warhol immortalizou-se em meados da década de 1960 do século XX, ao ironizar a própria cultura de consumo numa atitude antiacadêmica e antimuseu. O movimento da *Pop Art* havia iniciado quase 10 anos antes, mas só por volta de 1964 extrapolou os circuitos alternativos de Nova Iorque e Londres e passou a seduzir jovens do mundo inteiro. Foi a essas alturas que Warhol, americano da Pensilvânia de origem tcheca, exibiu nas prateleiras dos supermercados suas serigrafias das Sopas Campbell's. Sob o olhar da mídia, ele pretendia salientar com sua atitude que, no âmbito de uma cultura elitizada, projetos experimentais jamais teriam sido admitidos. Assim, a *Pop Art* saboreava, deglutia e regurgitava o pior e o melhor da América: a sociedade de consumo, a cultura de massa, o mundo das celebridades.



Figura 143: Andy Warhol. Lata de Sopa Campbell's
 Fonte: www.sergeicartoons.com



Figura 144: Roy Lichtenstein
 Fonte: www.worldgallery.co.uk



Figura 145: Disneylândia: hiper realidade e simulacro.

Fonte: www.uff.br



Figura 146: Publicidade e a pós-modernidade.

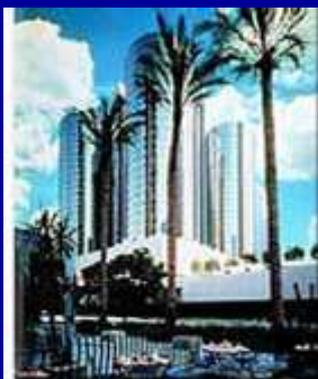
Fonte: www.worldgallery.co.uk

Arquitetura Arquitetura Arquitetura



Centro Pompidou, Paris, França.

Estrutura aparente em metal, com treliça e grossas tubulações pintadas em cores fortes e variadas conforme a função.



Hotel Westin Bonaventure, Portman, Los Angeles.

Figura 147: Arquitetura pós-moderna.

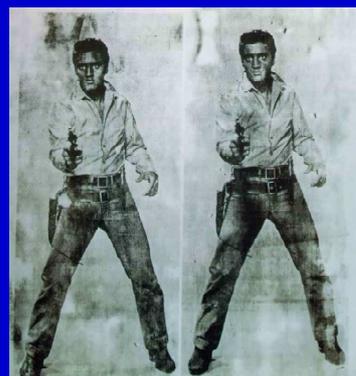
Fonte: www.flickr.com

Marilyn Marilyn Marilyn Monroe



Marilyn, 1964

Elvis Elvis

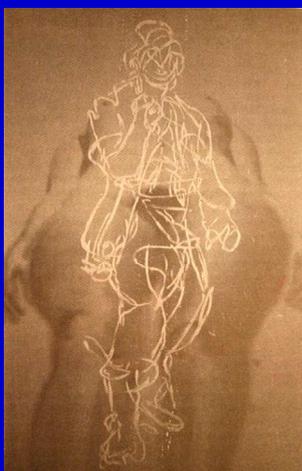


Elvis II, 1963

Figura 148: Marilyn e Elvis: Ícones dos anos 1950.

Fonte: www.flickr.com

Intertextualidade
Intertextualidade
Intertextualidade



A colisão e superposição
entre dois mundos.

“Tight as Houses”, de David
Salle, 1980.

Figura 149: Pós-modernidade e intertextualidade.

Fonte: www.amapsi.org

Madonna
Madonna
Madonna



Figura 150: O exibicionismo de Madonna.

Fonte: www.flickr.com

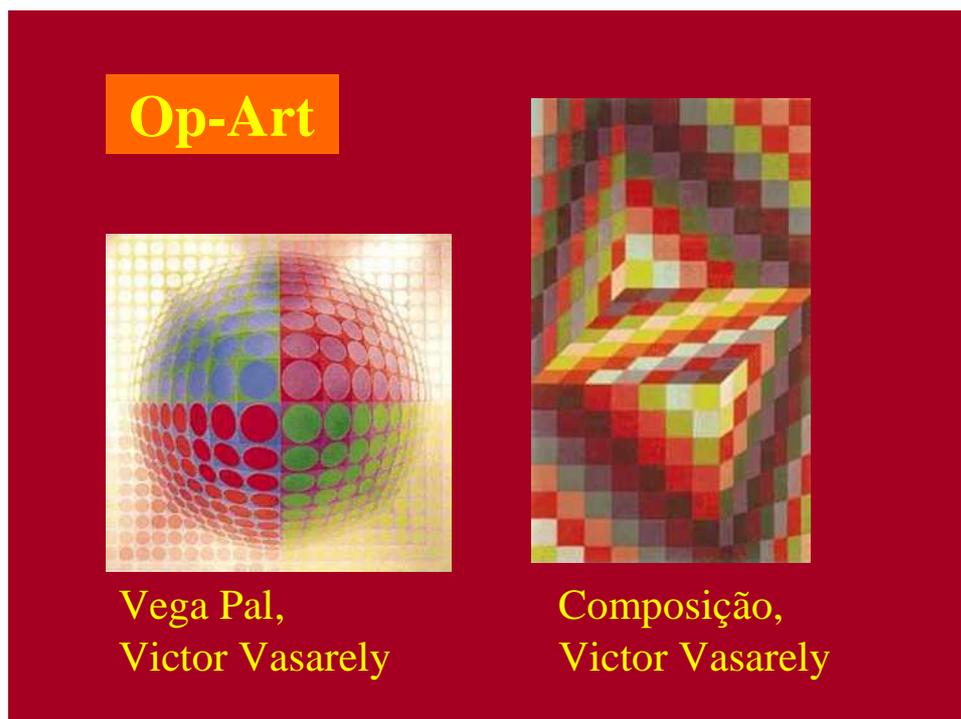


Figura 151: A Op-Art
Fonte: www.flickr.com

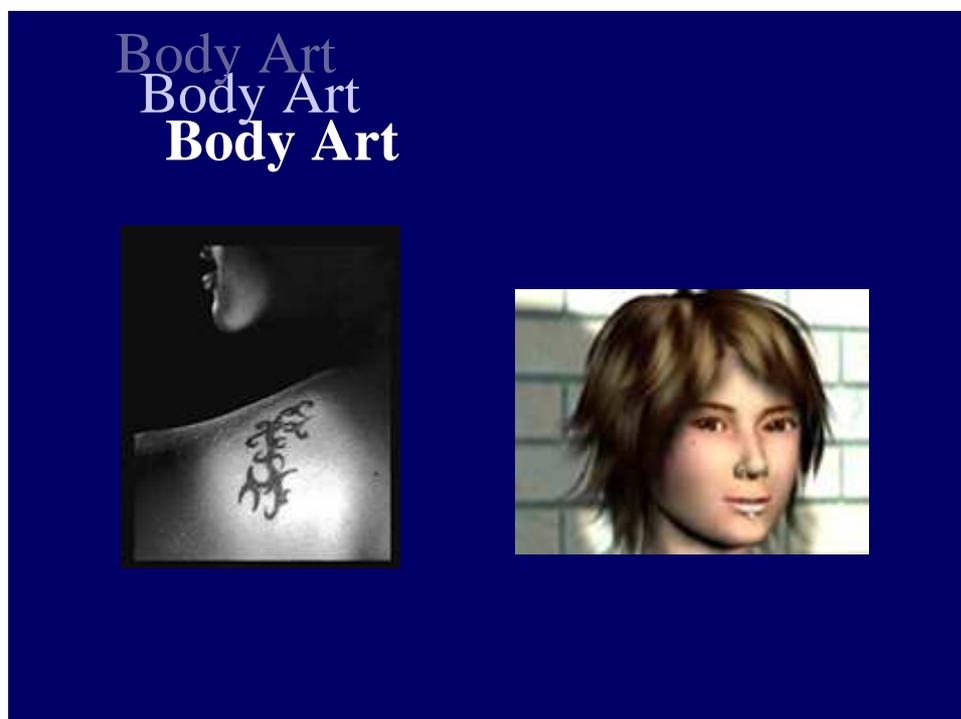


Figura 152: A Body Art.
Fonte: www.flickr.com

Para concluir as considerações levantadas sobre a pós-modernidade, sobretudo em Jameson (1997), esclarecemos que, em suas análises, o autor propõe o surgimento da “pós-modernidade” ou “pós-modernismo”, denominados “capitalismo tardio”, como uma dominante cultural ocorrida em sociedades capitalistas de riquezas, sem precedentes e com altos índices de consumo.

Quanto ao sentido da palavra *tardio*, na obra *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio* (1997), significa o senso de que alguma coisa mudou, a natureza das coisas é diferente, tendo em vista estarmos passando por uma condição ou uma transformação de vida que é de algum modo decisiva, ainda que incomparável com as mudanças mais antigas da modernização e da industrialização, menos visíveis e dramáticas, porém mais permanentes, talvez por serem mais abrangentes e difusas (JAMESON, 1997).

Entretanto, acrescenta:

Essa ruptura não deve ser tomada como uma questão puramente cultural: de fato, as teorias do pós-moderno - quer sejam celebratórias, quer se apresentem na linguagem da repulsa moral ou da denúncia - têm uma grande semelhança com todas aquelas generalizações sociológicas mais ambiciosas que, mais ou menos na mesma época, nos trazem as novidades a respeito da chegada e inauguração de um tipo de sociedade totalmente novo, cujo nome mais famoso é “sociedade pós-industrial” (Daniel Bell), mas que também é conhecida como sociedade de consumo, sociedade das mídias, sociedade da informação, sociedade eletrônica ou *high-tech* e similares (JAMESON, 1997, p. 28-29).

À medida que caminhamos para o início de um novo século, estamos descobrindo a diversidade dos tempos que iluminam a cultura comum e ligam o nascimento da pós-modernidade a características a ela associadas. A nosso ver, nada mais é que um quadro novo de referência, supondo o abandono das velhas estruturas opressivas e constrangedoras da modernidade. Dessa realidade, em evidente mudança, ocuparam-se muitos teóricos e intelectuais, num estudo que consideramos fundamental para entender o significado do termo pós-moderno.

A seguir, desenvolvemos dois quadros complementares que buscam elucidar as categorias emergentes da revisão teórica instrumentalizadas mais especificamente neste segundo capítulo, cujo enunciado é *a imagem dos Beatles entre a Modernidade e a Pós-Modernidade*, onde demos atenção especial às

rupturas estéticas e às palavras-chave provenientes da Modernidade e da Pós-Modernidade, presentes na imagem pública dos Beatles.

Para ajudar na compreensão dos mesmos, no primeiro quadro introduzimos alguns conceitos referentes a paradigmas e rupturas estéticas sob a ótica de Michel Maffesoli (1996), Teixeira Coelho (2001), Mike Featherstone (1995) e Fredric Jameson (1997). Com base nos autores citados, inserimos no segundo quadro as categorias emergentes e as rupturas estéticas procedentes da Modernidade e da Pós-Modernidade.

Vale lembrar, ainda, que, à luz da Análise de Conteúdo, as categorias apresentam-se como uma forma geral de conceito, uma forma de pensamento. Estas estruturas analíticas são construídas pelo pesquisador. Emergem da classificação analógica dos elementos. As categorias são sínteses. Surgem da análise do trabalho, é o procedimento por “milha” (BARDIN, 1977, p.119), por isso mesmo devem dizer respeito às intenções do investigador, aos objetivos da pesquisa, às questões norteadoras e às características da mensagem.

A categorização representa, digamos assim, a passagem dos dados brutos a dados organizados (BARDIN, 1977). Sintetizando, para a autora, a Análise de Conteúdo é uma busca de outras realidades através das mensagens. Ela é sistemática, porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável, ou objetiva, porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, podem chegar às mesmas conclusões (LOZANO, 1994, p. 141-142).

Após a divulgação dos quadros, iniciaremos o último item deste segundo capítulo, cuja análise é referente à passagem da imagem pública dos Beatles na modernidade à sua imagem na pós-modernidade. Lembramos, mais uma vez, que para melhor compreensão do tema optamos neste tópico por empregar ao mesmo tempo as Análises Sociohistórica e Formal ou Discursiva Narrativa do referencial teórico da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), na intenção de construir o ambiente social e histórico de uma nova experiência vivida pelos Beatles em sua trajetória artística enquanto sujeitos nela inseridos, apresentando deste modo uma descrição significativa e aleatória da imagem do grupo assimilada como forma simbólica.

PARADIGMAS E RUPTURAS ESTÉTICAS		
CATEGORIA	CONCEITO	SUPORTE TEÓRICO
Paradigmas Estéticos	É o ângulo de aproximação que permite justificar um conjunto de ações, sensibilidades, sensações, sentimentos, emoções, do espírito do tempo (seja moderno, seja pós-moderno).	Michel Maffesoli. (1996, p.55).
Rupturas estéticas	A ruptura das estruturas do passado está intimamente ligada a toda renovação artística. A trajetória da música <i>pop</i> contemporânea quebrou paradigmas estéticos e rompeu com convenções sociais, criando uma linguagem própria e um estilo definitivo, em dois momentos: na Modernidade e na Pós-Modernidade.	Teixeira Coelho (2001). Mike Featherstone (1995). Fredric Jameson (1997).

Quadro n. 1: Paradigmas e rupturas estéticas: conceitos.

RUPTURAS ESTÉTICAS PRESENTES NA IMAGEM PÚBLICA DOS BEATLES	
Rupturas estéticas da Modernidade	Rupturas estéticas da Pós-Modernidade
Busca incessante pela criação do novo , do inédito.	Ecletismo , mistura de códigos oriundos de diversos aportes estéticos, incorrendo no pastiche, nas paródias, em alusões, em tudo o que faz referência a criações que têm por base obras e/ou atitudes já existentes, que servem de ferramentas para um resultado original, porém híbrido.
Rompimento com a tradição, prioriza a novidade, a singularidade, em	O deboche como expressão do desprezo cada vez mais acentuado pelas

detrimento do antigo.	tradições, como o confronto com a realeza britânica (devolução da medalha da Ordem do Império Britânico) e a indiferença ao cristianismo como religião.
Artista é o representante da constante mutação , é fator de mobilidade estética.	A mobilidade estética se liga à expansão da consciência do artista, o que leva ao uso abusivo de drogas pesadas como forma de expansão da consciência (LSD, por exemplo).
Descontinuidade na imagem: na maneira de trajar, que se diferenciou dos ídolos norte-americanos do <i>rock and roll</i> da década de 1950.	Busca da identidade em culturas exóticas , que se traduz na extravagância das roupas, nos adornos, nas filosofias de vida, na religiosidade, buscadas muitas vezes no Oriente, já que a imagem do modelo ocidental não mais satisfazia. Havia também a necessidade de um senso de socialidade.
O esteticismo , cujas condições são decorrentes dos avanços tecnológicos que influenciaram, por exemplo, o surgimento de uma indústria fonográfica, a que deu à música o mesmo tipo de aparatos técnicos que caracterizam a cultura de massas, levando, dessa forma, a arte ao cotidiano dos sujeitos comuns.	Ruptura das barreiras entre a cultura das elites e a cultura de massa.
A idolatria da representação, das performances artísticas, decorrentes do próprio esteticismo acima caracterizado.	A permanência do mito , transpondo sua própria existência como grupo.

Quadro n. 2: Categorias e rupturas estéticas da Modernidade e da Pós-Modernidade.

2.4.2 OS BEATLES E A PÓS-MODERNIDADE: UMA HISTÓRIA PARA NARRAR OUTRA HISTÓRIA. ASPECTOS DO NOVO VISUAL: 1966-1970

De 1963 a 1965, a imagem impactante dos quatro moderninhos de Liverpool sublinhou a transformação ocorrida com os Beatles quando tocavam no Cavern Club e em Hamburgo. Naquele período, eles deixaram de ser quatro *Teddy Boys* vestidos de couro para tornarem-se um grupo de *rock* profissional, inclusive com empresário e equipamento de palco. Agora eram integrantes do *show business*, e talvez a mais relevante contribuição de Brian Epstein ao conjunto tenha se dado no processo que os fez aprimorar aquela presença de palco, parte da identidade visual dos Beatles. A reverência teatral que faziam, inclinando-se até à cintura, era uma das muitas ideias de Brian.

A imagem pública dos Beatles começou a deteriorar no momento em que o LSD invadiu suas vidas. Quatro jovens talentosos e criativos eram presa fácil para os ativistas da droga. Os rapazes tinham tudo o que desejavam. Riqueza, sucesso, famílias, amigos sinceros que os amavam. Mas a natureza humana e a busca de algo novo e inatingível em suas vidas jovens os levou à experimentação com todo tipo de coisa que lhes fosse oferecida. A incrível velocidade e loucura da sua história de sucesso geraram um imenso vácuo em sua existência cotidiana. À medida que a normalidade de sua rotina desaparecia, os Beatles eram forçados a seguir um estilo de vida para o qual não estavam preparados.

Para entender a passagem da imagem moderna dos Beatles a sua visualidade pós-moderna, seguiremos a proposta de Thompson (1995) na *Hermenêutica de Profundidade*, porque, a nosso ver, é o caminho mais adequado à compreensão desta forma simbólica, sobretudo quando começamos refletindo sobre o contexto em que se dá essa transição.

Thompson (1995) destaca a relevância da Análise Sociohistórica dos “contextos e processos estruturados nos quais as formas simbólicas estão inseridas” (THOMPSON, 1995, 182). Sendo assim, vamos conhecer a segunda fase da trajetória musical dos Beatles: a pós-modernidade, narrando em imagens como o grupo refletiu sua época. Antes de mais nada, é bom esclarecer que

uma narrativa pode ser considerada, falando de maneira geral, como um discurso que narra uma sequência de acontecimentos, ou, como dizemos comumente, que conta uma história. A história geralmente contém uma constelação de personagens e uma sucessão de eventos combinados de uma maneira que apresente certa orientação, ou enredo. [...] Os personagens da história podem ser reais ou imaginários, mas suas características enquanto personagens são definidas em termos de suas relações mútuas e de seus papéis no desenvolvimento do enredo (THOMPSON, 1995, p. 374).

A fase de transição na trajetória da imagem pública dos Beatles coincide com várias mudanças no cenário *pop* de sua época. A primeira delas começou com o sétimo LP do grupo: *Revolver* (1966). A capa do disco oferece imagens que vão do classicista ao iconoclasta, do simples ao intricado, demonstrando, ao longo das suas múltiplas transformações a presença de um amigo poderoso e diferente de tudo o que tinha sido matéria-prima para a inspiração do grupo: o LSD, velho conhecido e “lembrecinha” das turnês pela América, e já presente, embora de maneira tímida, em algumas passagens do LP anterior *Rubber Soul* (1965).

Em *Revolver*, o LSD passou a ser o “protagonista”. O disco tornou-se, por assim dizer, dono do futuro, a sua capa chamativa era uma colagem psicodélica de fotografias e caricaturas dos Beatles, feitas por Klaus Voorman, antigo amigo do grupo desde a sua época de Hamburgo. Trabalho que se sobrepôs às propostas do fotógrafo do quarteto Robert Freeman, encarregado oficial da imagem dos Beatles na época da *beatlemania*.

Ringo, Paul e George têm nos olhos de suas caricaturas, os recortes de imagens reais dos seus olhos. Outra característica clara da capa é uma possível cascata, trazendo imagens reais dos Beatles desde o início da sua carreira. A capa de *Revolver* seria, por assim dizer, a primeira a trazer significados subjetivos ao público: exhibe os Beatles nos quatro cantos desenhados como a imagem principal. Ao centro dos desenhos observamos os integrantes da banda em diferentes roupas, gestos e poses (figura 153).

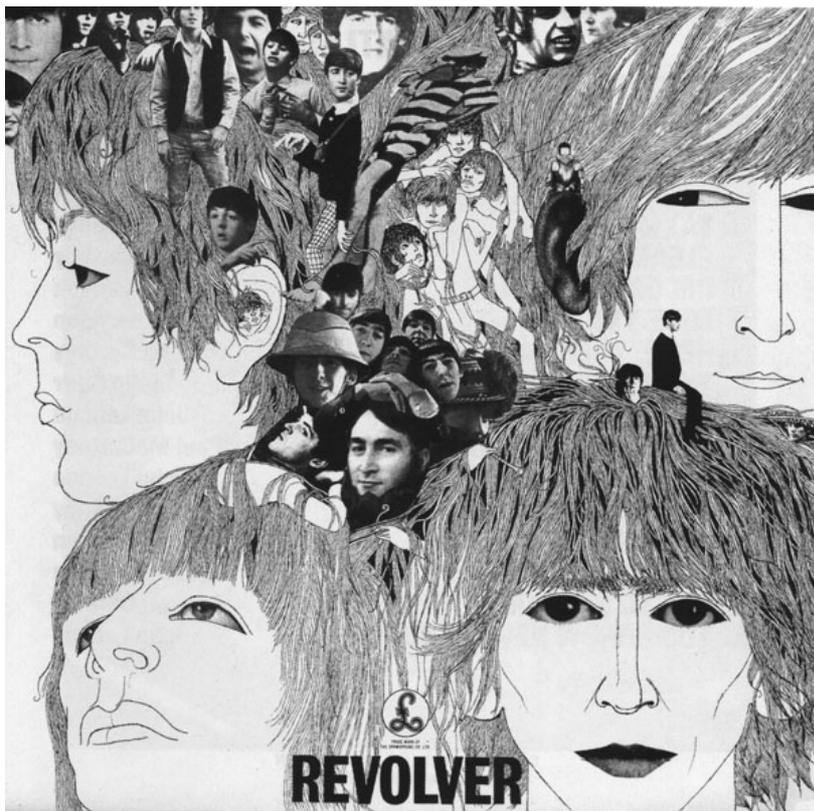


Figura 153: The Beatles. Revolver. 1966.

Fonte: www.thebeatles.com.

Nessa época, o quarteto embarca em “viagens” espirituais e psicodélicas que se refletem nas revoluções sonoras esboçadas neste álbum, o primeiro de muitos outros. Ainda em *Revolver*, há uma maior pretensão intelectual nas letras, com citações ao Livro Tibetano dos Mortos (*Tomorrow Never Knows*) e do Hinduísmo (*Love Me Too*), ausentes nos trabalhos anteriores do grupo. Como podemos ver, dentro desses aspectos de renovação estética pós-moderna, confrontando passado e presente, há também o confronto Oriente-Occidente.

Na Pós-Modernidade,

Todos os estilos, antigos e novos sem distinção, devem provar seu direito de sobreviver aplicando a mesma estratégia, uma vez que todos se submetem às mesmas leis que dirigem toda a criação cultural, calculada para o máximo impacto (BAUMAN, 1998, p. 127).

Segundo consta, *Revolver* foi considerado uma bíblia pela nova juventude (REVILLA, 1994). Agora mais comprometida consigo mesma, consciente do seu novo mundo, esta vanguarda dos jovens era representada pelas nascentes comunidades *hippies* da Califórnia. O álbum foi perfeito para aquela época de 1966, cujo clima era apropriado para a contracultura. Para quem pesquisa Beatles, “o feitiço do disco não seria o mesmo se não tivesse sido fechado com *Tomorrow Never Knows*, uma advertência, uma profecia que nos mostrava o desconhecido. Nunca antes no *pop* tinha aparecido uma canção tão diretamente relacionada com as drogas, não só na letra, mas sim em toda a estrutura” (PACHECO, 1988).

Na década de 1960, o surgimento dos Beatles foi marcado pela cultura *pop*. Em essência, a *Pop Art* parece lidar de frente com o problema da identidade. Enquanto em sua fase moderna os quatro jovens de Liverpool exibiam uma identidade fixa e uniforme, com seu cabelinho pajem em franja e seus terninhos de veludo, na pós-modernidade o grupo ostentou diferentes imagens. E isso, nos parece, ficou evidente em junho de 1967 com o lançamento de *Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band*, oitavo LP dos Beatles. Para Muggiati (1997), este álbum redefiniu o *rock*. Tanto que ele marcou o início de uma era mística e enigmática para os Beatles. Um dos ingredientes fundamentais deste LP, conforme foi dito, é justamente a exploração do mistério, do fantástico, do surreal. Usam-se instrumentos raros, efeitos estranhíssimos que uniam a guitarra a sons fabricados em estúdio e, nas letras, uma quantidade de imagens bizarras e alusões às drogas. Uma delas é *I Get High With a Little Help From My Friends* (Fico muito louco com uma pequena ajuda dos meus amigos) (DAVIS, 1996).

Nesse tempo, o mundo vivia o chamado *flower power*. Os jovens agitavam bandeiras pacifistas, descobriam o amor livre e prazeres psicodélicos da maneira mais inesperada possível. Ao que parece, tomavam consciência de que nada de interessante poderia surgir do mundo tal como ele estava. Em geral, o que as pessoas reconheciam como sistema capitalista, sociedade de classes e que se confundia com civilização Ocidental racional era, na verdade, careta. O mundo, como ia, não estava com nada. Paz e amor era a antítese do *pega pra capar* (MARTIN, 1995) que regia o cotidiano daquela geração. As drogas, a maconha e o LSD principalmente, propiciavam uma volta para dentro de si, para a descoberta de realidades que no mundo careta não tinham lugar. Coisas como o sonho, as

alucinações, a sensibilidade. Através da descoberta e da exploração destas realidades a juventude acreditava poder um dia mudar o mundo.

Numa manifestação de contracultura à sociedade conservadora, os Beatles integram-se à filosofia de um contingente cada vez maior de jovens americanos, que se chamam *hippies*, e têm se manifestado de uma forma pacífica, mas radical, contestando valores tradicionais, fazendo vigílias contra a Guerra do Vietnã (1959-1975), pregando paz e amor e, algo que intranquilizou as autoridades, usando abertamente drogas como maconha e LSD.

Em termos musicais, *Sgt. Pepper's* era uma exploração, uma viagem através da história da música *pop*, extraindo elementos em livre escolha, misturando-os a fim de conseguir resultados ótimos. Tanto que os historiadores em música mais cultos e clássicos não tardaram em elogiar. Com *Pepper's* e a partir dele, o *pop* tornou-se adulto, combinando ruídos de guitarras elétricas e efeitos eletrônicos com orquestras clássicas e com o ecletismo próprio das comunidades boêmias e *hippies* de São Francisco. De certo modo, dirá um autor, este álbum anunciou a chegada triunfal do “hippismo” (MARTIN, 1995).

Assim, o *pop* converteu-se, pois, num extenso território para experimentar texturas e novas mensagens. O *pop* simples de onde os Beatles provinham ficara definitivamente morto e enterrado. Até os grupos da chamada ‘Invasão Britânica’ (*Yardbirds*, entre outros) começaram a dissipar-se, cedendo espaço para as novas gerações porque não se adaptavam à nova era vindoura: a pós-modernidade. Mesmo assim, nem as novas bandas foram capazes de competir com a popularidade e a transcendência cultural dos Beatles (VILLARES, 1982).

Esteticamente, *Sgt. Pepper's* foi o disco mais caro de sua época, o projeto mais ambicioso jamais tentado por qualquer grupo de *rock*. A capa traz a colagem de imagens de pessoas do mundo artístico ou simplesmente às lembranças dos Beatles: Bob Dylan, Marlon Brando, Stuart Sutcliffe, Oscar Wilde, Karl Marx, Aldous Huxley, o Gordo e o Magro, Edgar Allan Poe, Lewis Carrol, Marlene Dietrich, entre outros. “Hitler estava lá, mas conta-se que, na última hora, John Lennon achou que sua presença seria de extremo mau gosto e o retirou” (EWING, 1994, p.79) (figura 154).



Figura 154: Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

As quatro figuras de cera que representam os Beatles no museu londrino de Madame Tussaud lá estão com seus terninhos dos tempos de bons moços. Bem ao lado, os quatro de verdade, vestidos em seus coloridos ternos de cetim, feitos especialmente para a ocasião e inspirados em uniformes vitorianos, à moda em Londres naquele momento. Os quatro Beatles seguram instrumentos de banda e no bumbo, à sua frente, está escrito *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*.

Uma boneca veste uma camiseta com a inscrição *Welcome the Rolling Stones* (Bem-vindos os Rolling Stones). À frente da banda, o nome Beatles e uma guitarra formada por flores. Há quem diga que há pés de maconha, em protesto contra a não legalização da erva. Se nos discos anteriores, *Rubber Soul* (1965) e *Revolver* (1966), o psicodelismo era insinuado, aqui fica explícito. Não foi por acaso que a revolução na imagem pública dos Beatles em 1960 veio com este LP: referências às drogas (como as suspeitíssimas plantas que decoram o nome do conjunto no encarte), além das múltiplas cores, cabelos mais longos, bem como o uso de bigodes. As estatuetas no jardim foram trazidas das casas dos Beatles (EWING, 1994).

O disco tem ainda um encarte em papel-cartão com apetrechos da banda para recortar, colar e brincar: divisas, emblemas, botom, bigode, bonequinhos Beatle e Peter Blak, o soldado pimenta (figuras 155, 156 e 157).

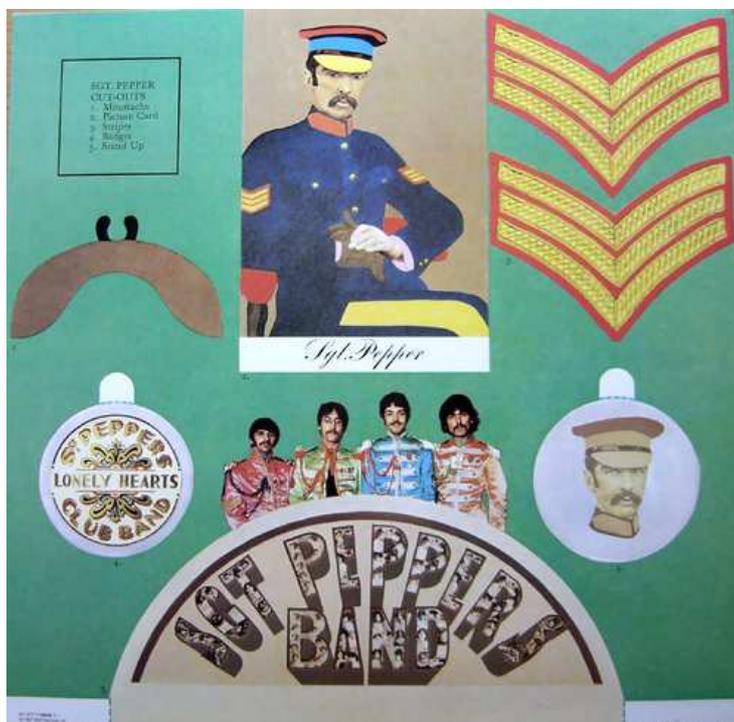


Figura 155: Encarte interior de Sgt Pepper's. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 156: Encarte interior de Sgt Pepper's. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 157: Sgt Pepper's Lonely Hearts Club. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Conta-se que a tomada dessa foto, no estúdio do fotógrafo *Michael Cooper*, em Chelsea (bairro de Londres), foi uma continuação da loucura em que se realizou a gravação de todo o álbum, com muitos excitantes químicos, improvisações e acontecimentos insólitos que entravam madrugada adentro (VILLARES, 1982). Não podia ser diferente. Afinal, até aquele momento, nunca os Beatles haviam ousado tanto em termos de criatividade e experimentação. E nunca o resultado havia sido tão perfeito. “Raras vezes na história a ousadia é tão rapidamente coroada de êxito. A confecção de *Sgt. Pepper's* foi um *happening*. E, até hoje, ouvi-lo pode se transformar em outro” (VILLARES, 1982, p.57).

Surpreendendo toda uma geração, *Sgt. Pepper's* trouxe sonoridades, texturas, mensagens, cores e brilhos nunca antes vistos em discos de música *pop*. Outra grande inovação deste álbum estava na contracapa: as letras. Pela primeira vez elas eram impressas em um disco, mostrando a unidade do trabalho e a importância da mensagem do grupo. As canções falavam de amizade, esperança, amor, adolescente saindo de casa e caindo na estrada, drogas, sonhos, política, fantasias. Era um novo disco de uma nova banda (figura 158).



Figura 158: Contracapa de Sgt Pepper's. 1967.
 Fonte: www.thebeatles.com

Para alguns, “*Sgt. Pepper's* deixa claro que as canções *pop* já não tinham de obedecer aos constrangimentos tradicionais” (EWING, 1994, p. 86). Isso se reflete na canção *Lucy In The Sky With Diamonds*, que obviamente era o alvo para a primeira crítica devido às suas iniciais LSD, coincidentemente ou não, estava associada à droga, apesar dos desmentidos categóricos do grupo. Segundo eles, *Lucy In The Sky With Diamonds* (Lucy no céu com diamantes), foi feita a partir de um desenho do filho de John Lennon, Julian, na época com quatro anos. Verdade ou não, o fato é que a canção era um exemplo da influência e dos resultados do LSD (*Dietilamida do Ácido Lisérgico*) na memória, com imagens alusivas à infância de Lennon, mas inundadas de reflexões quase místicas provocadas pelo ácido.

Se houve alguma coisa que realmente nos mudou foi o LSD, a primeira vez que o tomei foi incrível, sentia-me indescritivelmente bem, e podia ver um deus em cada folha de erva, era como adquirir centenas de anos de experiência em apenas doze horas. Mudou-me e mudou-nos, e não havia possibilidade de sermos os mesmos de antes (HARRISON In: REVILLA, 1994, p.36).

A influência do LSD nos quatro integrantes da banda foi, sem sombra de dúvida, responsável pela criatividade intelectual e artística dos Beatles nessa época, marcando um dos momentos mais altos da música *pop* que não voltaria a ser igualado depois, não só no que diz respeito aos Beatles e suas canções, mas em todo o *pop*. Por isso, a crítica é implacável: *Sgt Pepper's* foi um dos mais aclamados discos de *rock* de todos os tempos; o hino de revolta de toda uma geração de jovens que acreditava em si mesma; o disco encarnava perfeitamente as ambições de todo o jovem comprometido, era uma celebração das viagens lisérgicas, da paz, do amor, da cor, do direito a procurar e viver num paraíso próprio (MARTIN, 1995).

O LSD afetou também o comportamento e as atitudes dos Beatles. Fez voar a imaginação do grupo sem qualquer limite. Nesta maré de mudanças e metamorfoses, a imagem da banda foi atingida: ao invés da seriedade da fase anterior, deboche, ironia; ao invés da postura estudada, descontração, relaxamento, que são traços marcantes da pós-modernidade (FEATHERSTONE, 1995). O exemplo deste visual é a capa interna de *Sgt. Pepper's* (figura 159). Além do evidente deboche com o exército (generais? De onde?), numa época marcada pela Guerra do Vietnã, também insinua o consumo de drogas.



Figura 159: Ringo Starr, John Lennon, Paul McCartney e George Harrison. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

É o choque para uma banda que há apenas dois anos atrás parecia estar saindo do banho. *Sgt Pepper's*, um dos mais aclamados discos de *rock* de todos os tempos, registra os Beatles em uma ótima fase como criadores de novas tendências

musicais e estéticas. A partir do lançamento deste álbum, os quatro jovens de Liverpool abandonam a imagem ingênua e, ao invés dos terninhos de veludo, a banda começa a vestir roupas diferentes, espalhafatosas, brilhantes e coloridas (figuras 160, 161, 162, 163 e 164).



Figura 160: Ringo, John, Paul e George em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 161: Paul, George, Ringo e John em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 162: Paul McCartney e George Harrison em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 163: Paul McCartney e George Harrison em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 164: George, John, Aspinall (agente de viagens), Paul e Ringo em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Em junho de 1967, os Beatles participam de um programa de TV a ser transmitido, via satélite, para todo o planeta, chamado *Our World*. E nele a banda iria tocar uma canção feita especialmente para a ocasião: *All You Need Is Love*. Os Beatles cantaram ao vivo sobre uma base instrumental gravada algumas horas antes (figuras 165 e 166).

Uma audiência estimada em aproximadamente 400 milhões de telespectadores em todo o mundo ouviu *All You Need Is Love* (DAVIS, 1996), melodia mais que apropriada para o período da história que ficou conhecido como o *Verão do Amor*. A propósito, “nunca se soube ao certo se os Beatles, vestidos com roupas bem coloridas e empunhando cartazes com a palavra AMOR em várias línguas, estavam fazendo uma apologia do amor ou ironizando com o mundo” (VILLARES, 1982, p.60). Tal ambiguidade surtia o efeito sedutor de sempre: o programa foi efficientíssimo como promoção para o compacto que lançariam logo depois, com *All You Need Is Love* e *Baby You Are A Rich Man*.



Figura 165: John Lennon e George Harrison em 1967. All You Need Is Love.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 166: The Beatles em All You Need Is Love. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Outras imagens interessantes desta época na carreira musical dos Beatles ligam-se a *Strawberry Fields* e *Penny Lane*, dois lugares que realmente existiram (e ainda existem) em Liverpool.

A primeira, *Strawberry Fields* (figura 167), era um orfanato em Liverpool onde se localizava uma hospedaria (abrigo) do Exército de Salvação, grupo religioso com ramificações no mundo inteiro. Por ser um local cercado, amplo e com um grande jardim, lá durante o verão europeu eram realizados quermesses. Em uma rua paralela, Menlove Avenue, 151, Mendips, moravam John Lennon, sua tia Mimi e seu tio George (figura 168). John costumava brincar no local durante a sua infância. Durante o tempo em que se encontrava na Espanha participando das filmagem de *How I Won The War* (Como ganhei a guerra), do diretor Richard Lester, ele compôs uma música autobiográfica em que recordava o tempo de infância e deu o nome a ela de *Strawberry Fields Forever*. Esta canção foi gravada pelos Beatles em fevereiro de 1967.



Figura 167: Strawberry Fields. Liverpool. Inglaterra.

Fonte: www.thebeatles.com



Figura 168: A casa que John Lennon morou durante sua infância em Liverpool com sua Tia Mimi localizada na Menlove Avenue / Mendips, 151.
Fonte: www.thebeatles.com

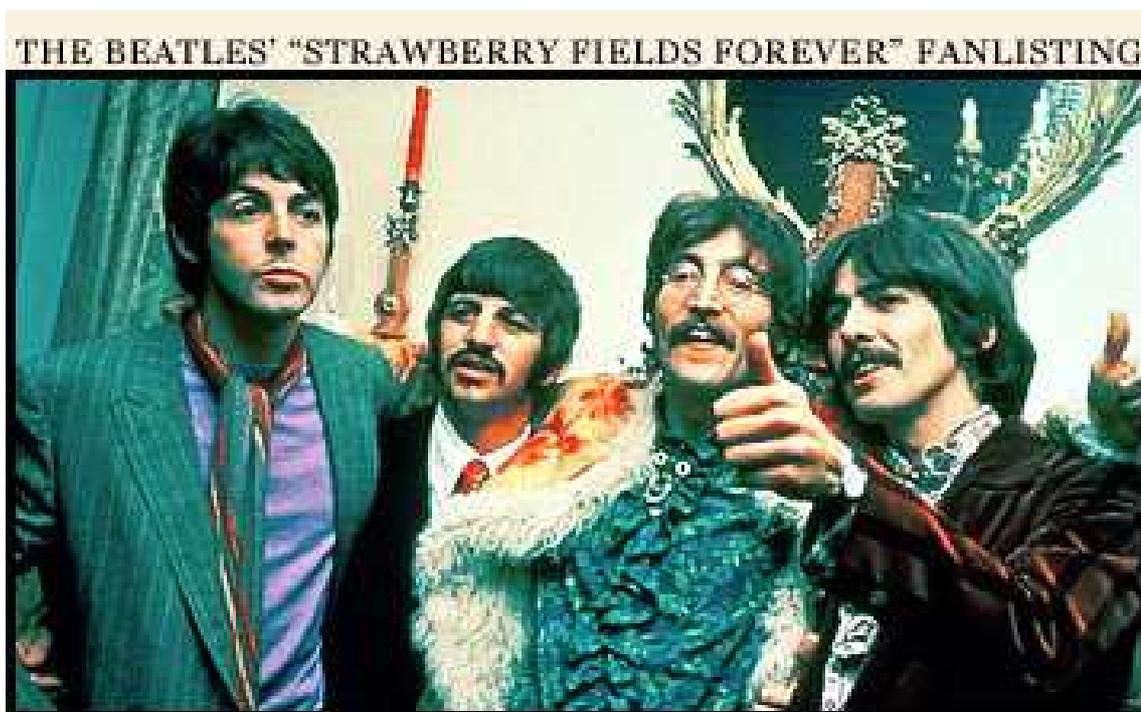


Figura 169: Paul, Ringo, John e George em 1967. Strawberry Fields Forever.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 170: George, Paul, Ringo (ao fundo) e John. Strawberry Fields. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 171: George, Paul, Ringo e John em Strawberry Fields. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Em Liverpool, *Penny Lane* era um local familiar para Paul McCartney. O bairro ficava no caminho para o centro da cidade (figuras 172 e 173), onde o jovem Paul pegava o ônibus que o levava até a escola. Lá, em *Penny Lane*, havia muitas casas geminadas de dois andares num conjunto habitacional estilo anos cinquenta, do tipo que estava sendo erguido em toda a Inglaterra (MILES, 1997). Uma delas era a casa dos McCartney. A residência ficava na Forthlin Road, 20 (figura 174). Assim, a canção de mesmo nome recria a paisagem vulgar da infância suburbana de Paul, dos anos quarenta.



Figura 172: Penny Lane. Liverpool / Inglaterra.

Fonte: www.thebeatles.com



Figura 173: Penny Lane. Liverpool / Inglaterra.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 174: Residência de Paul McCartney em Liverpool.
Forthlin Road, 20.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 175: Os Beatles visitam Penny Lane. 1967
Fonte: www.thebeatles.com

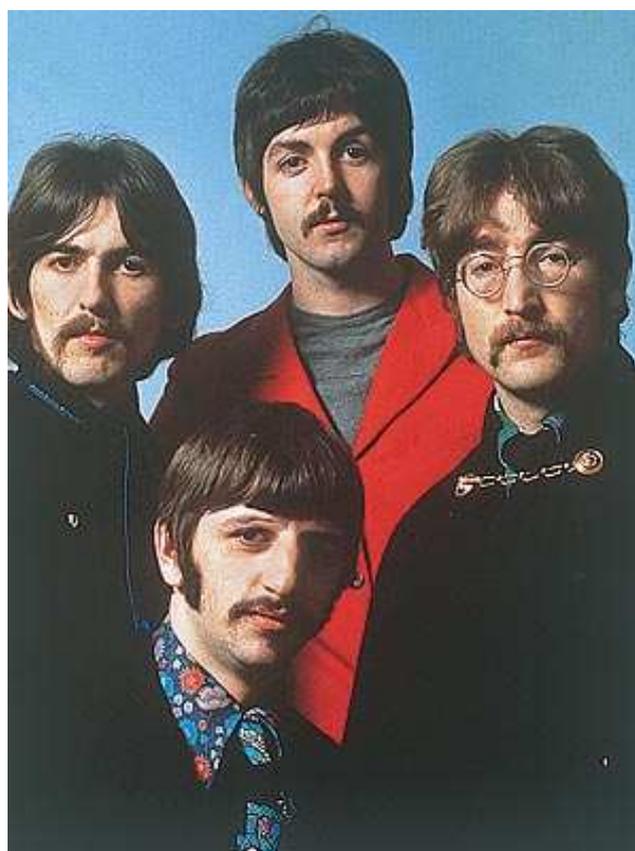


Figura 176: Esta foto dos Beatles foi feita para a gravação da música Penny Lane em 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Em 1967, Brian Epstein tinha deixado de ter a importância que tivera na primeira fase da carreira artística dos Beatles, pois já não havia excursões, nem apresentações da banda à vista. Todavia, ele continuava a ser um grande amigo do quarteto. Mantinha o grupo unido apesar das individualidades cada vez mais opostas de John Lennon e Paul McCartney. Diferenças, aliás, que se tornaram patentes ao longo de *Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band*, mas em vez de imprimirem uma dissonância de inspiração, davam-lhe riqueza de horizonte. E toda essa riqueza de elementos e descobertas fez com que a crítica e o mercado *pop* em geral tirassem as suas próprias conclusões, dado que os Beatles tinham chegado a um máximo insuperável por qualquer outro conjunto de *rock* da década de 1960 do século XX, capturando o estilo e as aspirações da sua época.

Por essa época, os Beatles começavam a enveredar por um novo e sinuoso caminho: o das religiões orientais. Há muito tempo que liam sobre o assunto, mas foi George Harrison, o caçula dos Beatles, quem primeiro entrou em contato com alguns gurus, até que ligaram a um de forma especial: o guru indiano *Maharishi Mahesh Yogi*, da Liga de Regeneração Espiritual.

Assim, em agosto deste mesmo ano, 1967, sob influência de George Harrison, os Beatles decidem ir a Bangor, no País de Gales, para um seminário de meditação transcendental (figura 177) ministrado por *Maharishi Mahesh Yogi*, o guru que doutrinou os Beatles acerca do consciente sublime, da ordem do universo e da paz interior (PUGIALLI, 2008). A essa altura, as divergências entre os Beatles estavam cada vez mais intensas e começavam a se revelar em público. Mesmo assim, os Beatles estavam em sintonia e a mensagem do *Maharishi* fazia sentido: “O que ele diz acerca da vida e do universo é a mesma mensagem de Jesus, Buda, Krishna e de outros grandes homens. O principal não é pensar sobre o passado ou o futuro, o principal é ir em frente agora” (EWING, 1994).

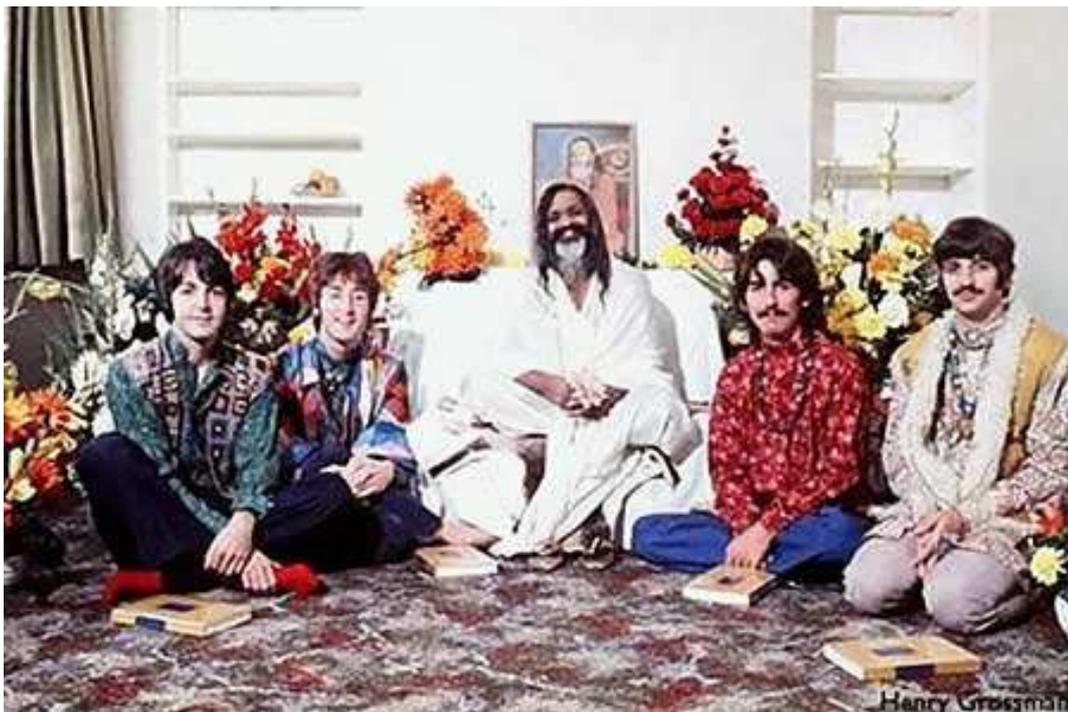


Figura 177: Os Beatles com Maharishi. 1967. Bangor/País de Gales.
Fonte: www.thebeatles.com

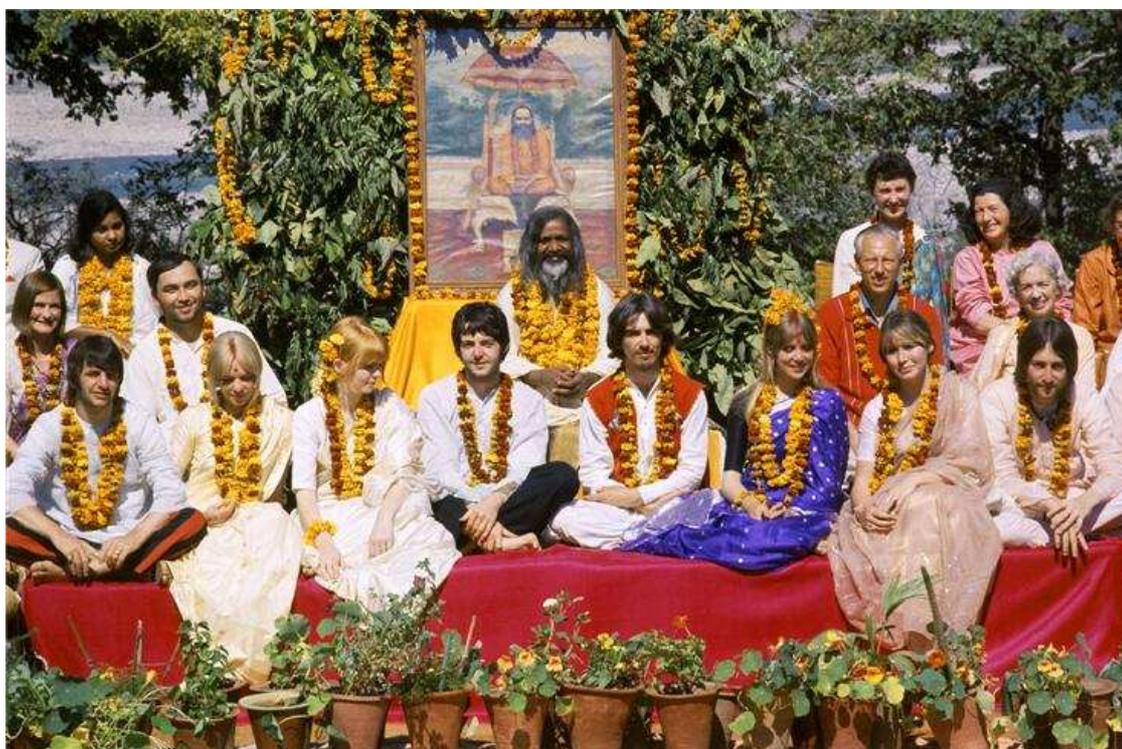


Figura 178: Os Beatles com Maharishi Mahesh Yogi. 1967. Bangor/País de Gales.
Fonte: www.thebeatles.com

Alguns artistas famosos (figura 178) foram juntos com os Beatles, entre eles, a atriz norte-americana Mia Farrow (ex Woody Allen) e o músico britânico Donovan Philips Leitch. O curso deveria durar três meses, mas nenhum dos Beatles conseguiu ficar tanto tempo. Lennon foi um dos últimos a sair. Ele conta por quê:

Surgiu um grande boato de que o Maharishi estava tentando manter relações sexuais com a Mia Farrow. Fomos levar um papo com ele, depois de ficarmos a noite toda discutindo se seria ou não verdade. Quando George começou a pensar que talvez fosse verdade, eu concluí: então deve ser verdade. Fomos todos ver o Maharishi, no seu bangalô. Eu era o porta-voz. Como sempre, quando a barra sujava era eu que tinha que falar. Eu disse: estamos indo embora. Ele perguntou: Por quê? E eu respondi: bem, se o senhor é tão cósmico o senhor saberá por quê. Pois ele estava sempre intimidando (...) aí ele olhou pra mim como quem diz 'eu te mato, safado' (LENNON In: VILLARES, 1982, p.63).

Figura minúscula, de pele marron, cabelos e barba revoltos, envolto em mantos de algodão, apesar de sua voz em falsete e do sotaque indiano, o guru prometia a iluminação instantânea e oferecia o *mantra*, uma palavra mágica a ser entoada que libertaria a mente de cada um (DAVIS, 1996). *Maharishi Mahesh Yogi* era do tipo liberal. Ensinava meditação transcendental, mas não exigia que seus discípulos abandonassem as drogas, nem o sexo, nem a carne, nem os ganhos materiais. Outras seitas mais puristas consideravam-no nada mais nada menos que um charlatão (VILLARES, 1982).

A esta altura dos acontecimentos cada um dos Beatles apresentava inclinações bastante diferentes. George parecia disposto a aprofundar cada vez mais seus conhecimentos orientais. Paul se desenvolvia musicalmente dentro de uma linha menos experimental e menos ousada, comercialmente, que John. Este, por sua vez, passava constantemente de um "cigarro" a outro. Era como se o sentido das coisas, para Lennon, se perdesse continuamente. Ringo nada falava, só observava e fazia o que os outros (Lennon e McCartney) pediam.

Mais tarde, os Beatles concluíram que a tão propalada meditação transcendental do guru indiano tinha sido pura perda de tempo e que seus efeitos eram semelhantes a qualquer pensamento positivo.



Figura 179: Paul, George e John com Maharishi Yogi e demais seguidores do guru. 1967. Bangor/País de Gales.

Fonte: www.thebeatles.com

Enquanto os Beatles ouviam os ensinamentos de *Maharishi Mahesh Yogi* em Bangor, Brian Epstein viaja para a sua casa em Sussex, Inglaterra, para descansar e descontrair no campo, mas a vida agitada a que o jovem empresário estava acostumado foi mais forte e por isso logo regressou a Londres. Nesta altura, Brian debatia-se entre remédios para dormir e para acordar. Sem falar nas drogas que habitualmente ingeria para amenizar a depressão que sentia por não estar participando como antes da vida artística dos Beatles e pela sua homossexualidade não revelada abertamente. Uma dose excessiva no consumo de calmantes acabou lhe causando a morte, em 27 de agosto de 1967. O Daily Mirror de Londres foi o primeiro jornal a publicar a notícia (figura 180).



Figura 180: Aos 32 anos de idade morre Brian Epstein: empresário e descobridor dos Beatles em 1960.
Fonte: www.thebeatles.com

A morte de Brian Epstein veio acelerar o processo de desintegração dos Beatles. Estes, na ocasião do acontecimento, estavam com o guru *Maharishi*, quando souberam da notícia por telefone. Daí a pouco começaria o caos entre os quatro famosos de Liverpool para saber quem, a partir de então, tomaria as rédeas do grupo, encarregando-se dos negócios e dos assuntos internos. Por decisão, coube a Paul McCartney, relações públicas nato, assumir a direção da banda.

Brian Epstein pode ter sido um companheiro invulgar para os Beatles, mas a sua ausência nesta fase pós-moderna da carreira musical da banda manifestou-se imediatamente. Foi então que os quatro fabulosos de Liverpool cometeram alguns erros que talvez não aconteceriam se Brian estivesse vivo e pudesse evitar. Assim, em 1967, o primeiro passo em falso na imagem pública dos Beatles sem o empresário deles foi o especial para TV *Magical Mystery Tour*, que foi ao ar em 26 de dezembro. Trata-se de um filme de uma hora, dirigido pelos próprios

integrantes do grupo. A ideia era fazer uma excursão mágica e misteriosa pelo interior da Inglaterra. Infelizmente, o toque “mágico” dos Beatles não resultou.

A improvisada história de 60 minutos não tinha pés nem cabeça. O filme era monótono. As poucas sequências que aliviavam o aborrecimento era a trilha sonora, com seis músicas novas, entre as quais destacamos: *Magical Mystery Tour*, *Hello Goodbye*, *I'Am The Walrus*, que proporcionou aos Beatles mais um interessante vídeo de promoção. O disco vendeu bem, mas não causou furor (EWING, 1994). Quanto ao vídeo, este foi exibido em preto-e-branco na TV britânica, eliminando uma de suas maiores qualidades, o delirante jogo de cores.

É importante salientar que os Beatles deram início ao mercado de filmes promocionais. Essa estratégia de marketing criada pelo grupo permitiu que uma série de outras bandas de *rock* adotasse os “clips” (DAVIS, 1996) para vender a sua imagem através da música. Pela primeira vez, uma obra com a assinatura dos Beatles era mal recebida pela imprensa e grande público que o definiu como “um blefe, pavoroso, ingênuo” (MUGGIATI, 1997). Acusavam-nos duma certa auto-satisfação, mas de uma maneira mais velada. Algo começava a temê-los. Seu comprometimento com a publicidade feita às substâncias alucinógenas, o seu poder de decisão, levava as pessoas a desconfiar, a procurar pretextos para se distanciarem de uma cultura que lhes metia medo.

A seguir, exibimos uma sequência de imagens do filme, bem como a capa do nono LP dos Beatles, que tem o mesmo nome. A propósito desta última, uma observação apenas: na Europa e nos Estados Unidos da América o álbum *Magical Mystery Tour* saiu com capa azul; no Brasil, amarela (figuras 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188 e 189).



Figura: 181. The Beatles. Magical Mystery Tour. 1967.
Europa e Estados Unidos da América.
Fonte: www.seltaeb.com.



Figura: 182. Ônibus da excursão. Magical Mystery Tour.
Fonte: www.seltaeb.com

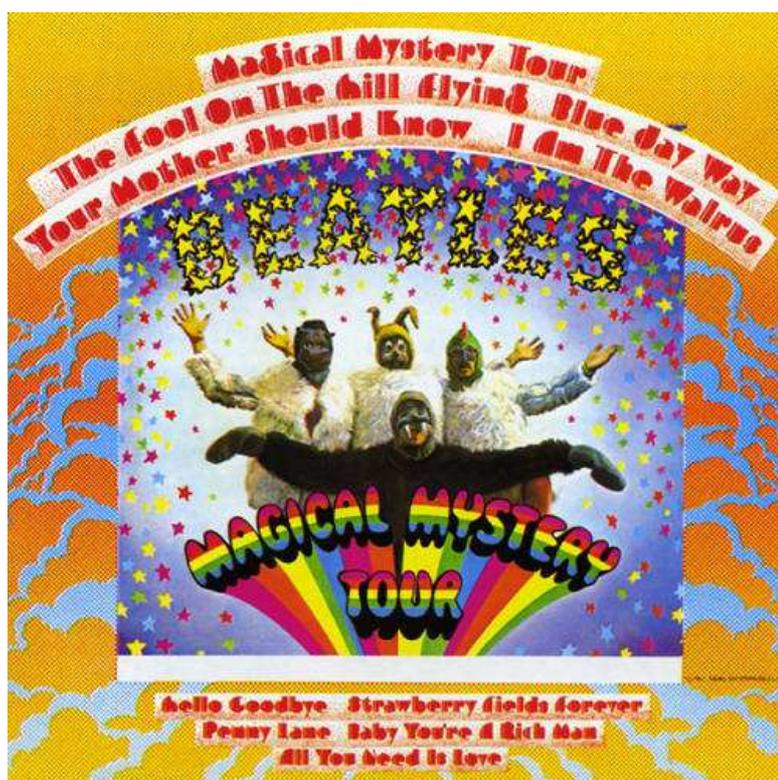


Figura: 183. Magical Mystery Tour. 1967. Brasil.
Fonte: www.seltaeb.com



Figura: 184. John Lennon e uma passageira do ônibus.
Fonte: www.seltaeb.com



Figura: 185. Os Beatles tocam Blue Jay Way, de George.
Fonte: www.seltaeb.com

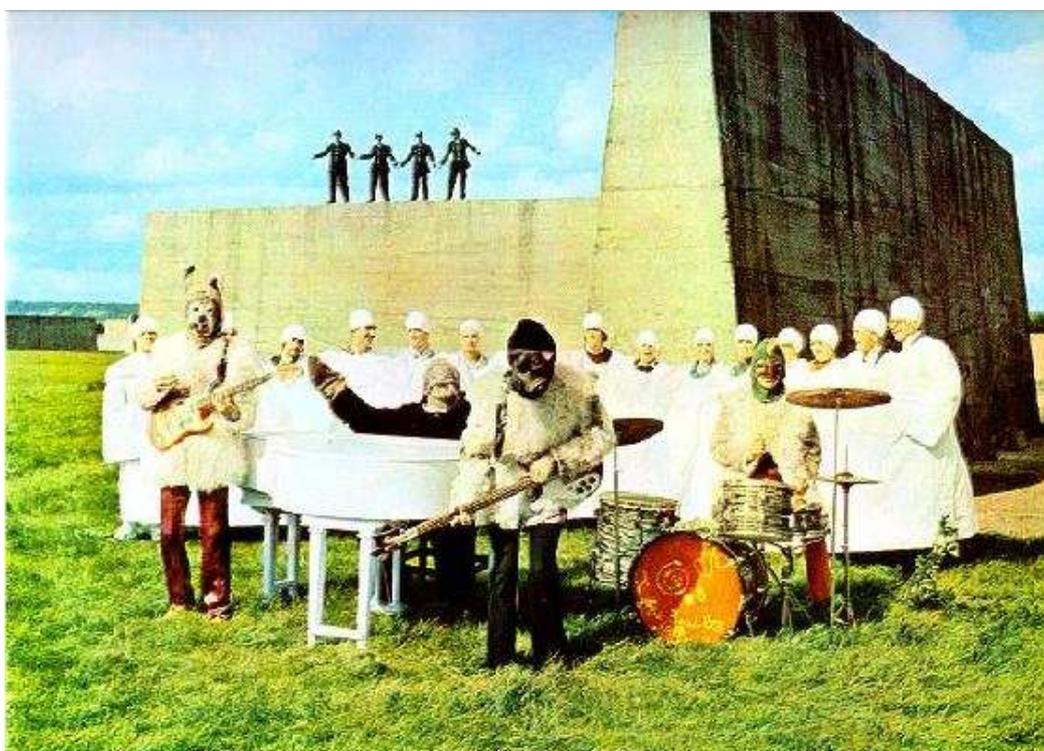


Figura: 186. Os Beatles e integrantes do ônibus. Cornualha. Inglaterra.
Fonte: www.seltaeb.com

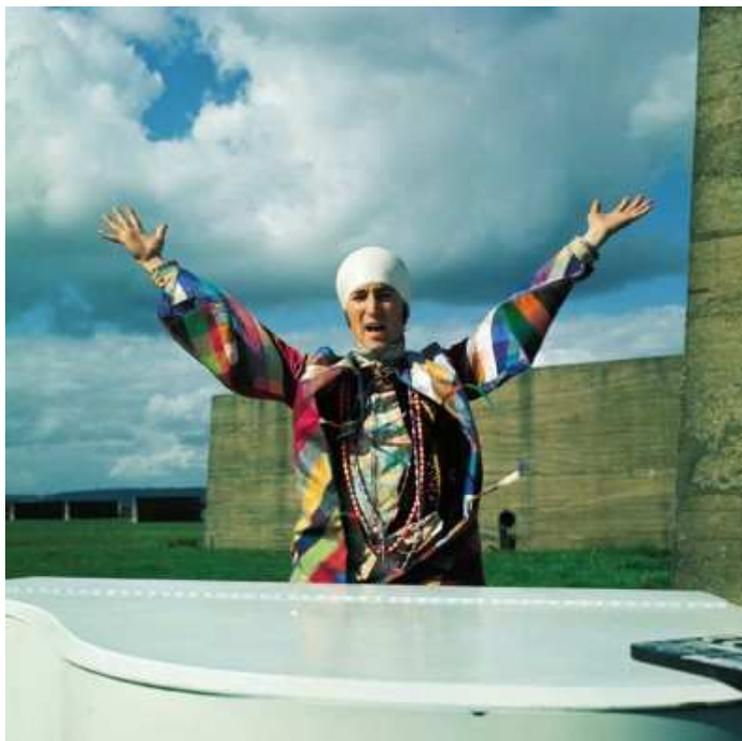


Figura: 187. John Lennon em l'Am The Walrus.
Fonte: www.seltaeb.com



Figura: 188. Os Beatles e o LSD.
Fonte: www.seltaeb.com



Figura: 189 Os Beatles Hippies e o LSD.

Fonte: www.seltaeb.com

Como é possível notar, as imagens acima retratam a pós-modernidade dos Beatles. Nelas, vemos os quatro integrantes da banda em roupas multicoloridas: colares, batas indianas, calças, sapatos, túnica. É a extravagância, o exagero, o choque, que são características desta fase.

Até então esses quatro ingleses da provinciana Liverpool tinham sido uns rapazinhos simpáticos, sorridentes e amáveis. Agora, como é possível notar, eles tinham se tornado estranhos, mergulhando em universos desconhecidos onde parecia perigoso arriscar-se. A fascinação pela Índia, essa maneira direta de falar dos benefícios da meditação, até mesmo o LSD, inquietava os mais conservadores. Na época, os jornais estampavam manchetes dizendo que a imagem da banda estava abalada, “os Beatles não eram infalíveis” (EWING, 1994, p.80), pois “entre os velhos ingleses e o novo público, nascido ao mesmo tempo em que o *rock*, os Beatles tinham feito a escolha. Tinham tomado o caminho difícil onde o que é legal pode ser mal, onde o que é proibido pode ser bom” (MUGGIATI, 1997, p.128).

Depois do fracasso de *Magical Mystery Tour* (1967), era pouco provável que alguma produtora estivesse disposta a financiar novas aventuras cinematográficas dos Beatles. Não que eles estivessem muito entusiasmados pelo cinema. Ao contrário, havia apenas a necessidade de cumprir um contrato, assinado ainda por Brian Epstein, segundo o qual deviam ainda um terceiro filme à produtora cinematográfica norte-americana *United Artists Entertainment* (os dois primeiros

havam sido *A Hard Day's Night*, em 1964, e *Help!*, em 1965, ambos produzidos e dirigidos por Richard Lester). Para sorte deles, Brian havia acertado, também, pouco antes de morrer, que os quatro participariam de um desenho animado. Isso os tirava do cansaço de participar de filmagens, mas obrigava o quarteto a incluir pelo menos três canções inéditas na trilha sonora do desenho.

Assim, em 1968, nasceu *Yellow Submarine*. Para a realização do desenho (DAVIS, 1996), foi chamado o produtor norte-americano *Al Brodax*, que fazia desenhos animados para a *NBC-TV* (National Broadcasting Company, rede de televisão e rádio dos Estados Unidos da América que exhibe programação variada). Os Beatles foram os personagens centrais do filme ⁴⁹. Ao que parece, os Beatles sentiam aversão em se envolverem num desenho animado. “A ideia de serem retratados em forma de *cartoon* era-lhes odiosa, mas, quando o filme estreou e se tornou um sucesso de bilheteria, eles ficaram encantados” (MARTIN, 1995).

A estreia mundial do desenho animado *Yellow Submarine* ocorreu no dia 17 de novembro de 1968, no *London Pavillion Theater* (Piccadilly Circus) (figura 190). Dirigido por George Dunning, e produzido por Al Brodax, a trilha sonora do filme foi escrita pelos Beatles. Das músicas, seis eram canções inéditas: *Yellow Submarine*, *All Together Now*, *It's All Too Much*, *Baby You're a Rich Man*, *Only a Northern Song* e *Hey Bulldog*. Já a trilha instrumental foi composta pelo maestro e produtor dos Beatles George Martin. Algumas composições que já haviam sido lançadas pelo grupo, também fizeram parte da trilha, como *All You Need Is Love* e *Eleanor Rigby*. Após as críticas severas que receberam por *Magical Mystery Tour*, em 1967, os Beatles não se deixaram abater, pois o resultado de *Yellow Submarine* foi um grande êxito, tanto no disco (figura 191) quanto nas telas.

⁴⁹ Em *Yellow Submarine* (desenho animado), os Beatles aparecem em carne e osso somente no final do filme.



Figura 190: London Pavillion Theater / Piccadilly Circus. Inglaterra.
Fonte: www.inetour.com

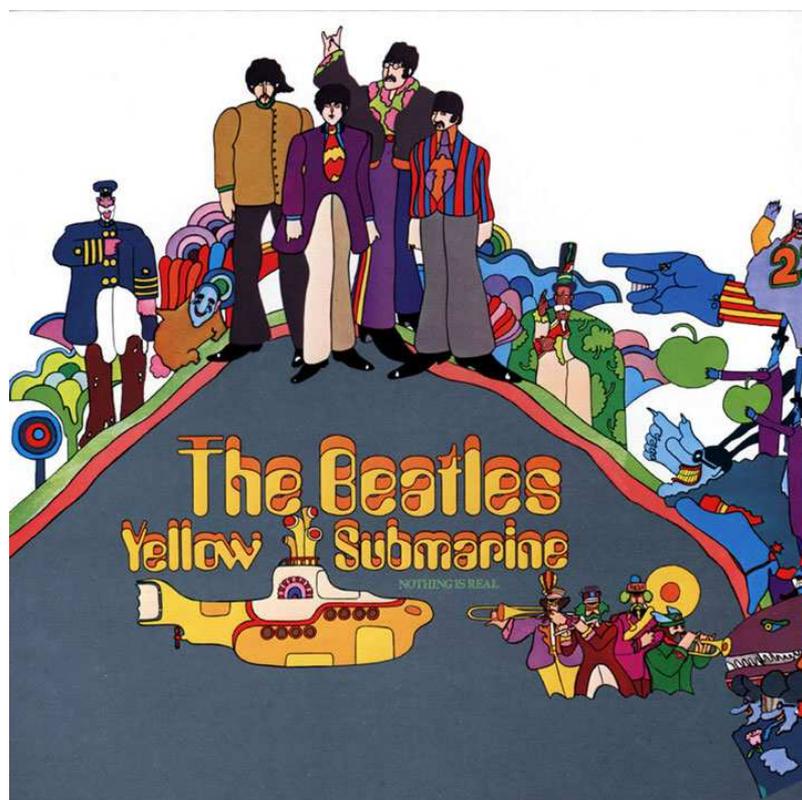


Figura 191: The Beatles. Yellow Submarine. 1968
Fonte: www.thebeatles.com

Este foi décimo álbum dos Beatles. Todas as faixas do segundo lado do disco são de autoria de George Martin, produtor da banda na época, com exceção da última, que é uma versão dele para *Yellow Submarine*. A execução orquestral também ficou por sua conta, ou seja: não há nada dos Beatles no lado dois desse LP, a não ser a autoria da última faixa. Com relação ao filme, a ideia desse desenho animado em longa-metragem surgiu a partir da música da dupla Lennon e McCartney, *Yellow Submarine*, homônima do filme.

Considerado pelos críticos uma “produção de primeira qualidade” (EWING, 1994), *Yellow Submarine* conta com um roteiro fantástico, porém incompreensível à primeira vista. De certo modo, os Beatles devem libertar *Pepperland* (vista como terra ideal, reino da paz e do amor alimentado pela música) dos *Blue Meanies* (Malditos Azuis), que por sua vez querem proibir seus habitantes de ouvir música. O prefeito do lugar manda um tal de *Fred* partir no *Submarino Amarelo* para buscar ajuda e quem vem resgatar aquele paraíso perdido são os Beatles, usando como arma de combate a própria música.

Cheio de situações surrealistas, o filme, segundo ideia da época, só podia ser compreendido com o uso de drogas. Conforme Muggiati (1997, p.123), “a inspiração do filme era óbvia: em sua primeira viagem de LSD, John fantasiou que a casa de George Harrison era um imenso submarino. Para muitos, *Yellow Submarine* foi o Mágico de Oz da geração de Woodstock, uma espécie de desenho animado de Walt Disney dirigido por Timothy Leary”. Longe das brilhantes cores de celulóide, encontramos um John Lennon mais magro com enorme barba, ocultando quase todo o seu rosto e um olhar de “cachorro encurralado” (figuras 192 e 193).

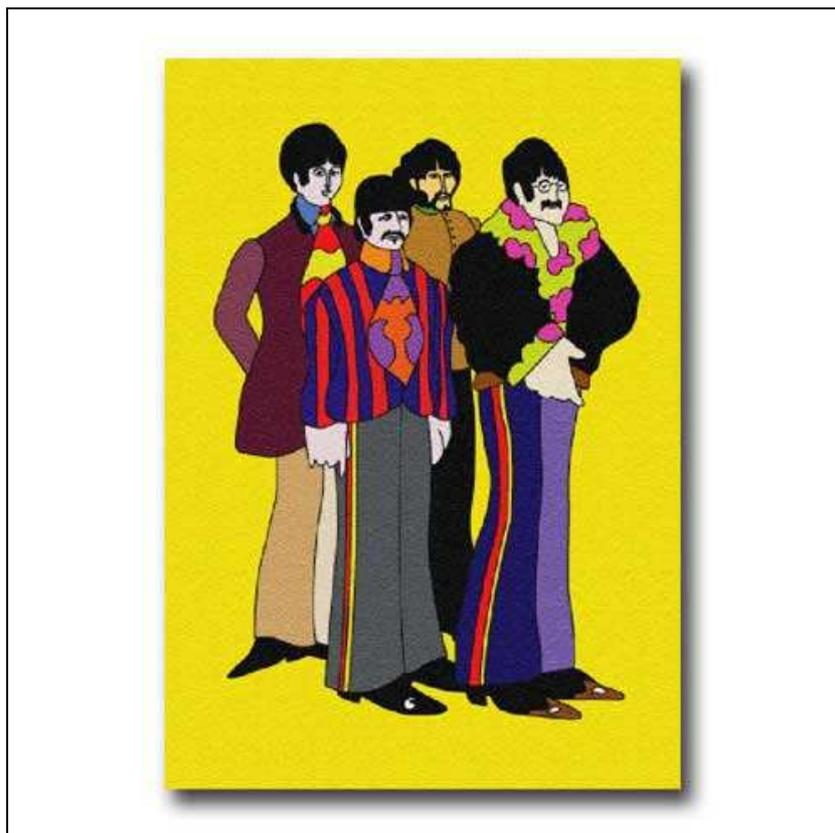


Figura 192: The Beatles. Yellow Submarine. 1968
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 193: The Beatles. Yellow Submarine. 1968
Fonte: www.thebeatles.com

O filme é, ao mesmo tempo, um conto para crianças e uma viagem psicodélica. Seus desenhos caleidoscópicos⁵⁰, criados pelo diretor tcheco de arte no cinema, Heins Edelmann e sua equipe, produzem um efeito psíquico liberador e seu conteúdo é a síntese de todos os símbolos, mitos, arquétipos e ideologias do mundo fantástico real dos Beatles. Na afirmação de Muggiati (1997), a filosofia do filme é a dos hippies e quando, no fim, ela triunfa, estamos assistindo ao sonho dos rapazes de Liverpool. Esta nova imagem dos Beatles é a antítese do bom menino da primeira fase de sua trajetória musical. Ao invés de valorizar um visual ingênuo, valoriza-se a antisocialidade, a ousadia, a irreverência. A partir deste segundo período, John Lennon adota os óculos redondos (figura 194) que se tornariam sua marca registrada. Em suas composições há uma conscientização para os jovens no que diz respeito às questões sociais. É interessante reparar que a imagem pública dos Beatles foi envelhecendo com o seu público.



Figura 194: John Lennon e os óculos redondos.
Fonte: www.thebeatles.com

Se na etapa inicial da carreira artística (modernidade) dos Beatles os seus fãs eram adolescentes, nessa época denominada pós-modernidade os jovens

⁵⁰ **Caleidoscópio** é um aparelho óptico formado por um pequeno tubo de cartão ou de metal, com pequenos fragmentos de vidro. Nasceu na Inglaterra, nos primeiros anos do século passado. Seu inventor foi sir David Brewster.
<http://www.coladaweb.com/fisica/calei.htm>. Consultado em 26/Fev/09.

estavam entrando na fase adulta, e o visual Beatle acompanhou esta transição (figuras 195 e 196). E, de acordo com Ewing (1994), “a imagem psicodélica, em voga com bandas como *Grateful Dead* e *Cream*, foi incorporada pelos Beatles, demonstrando estar em sintonia com o gosto de seus fãs” (EWING, 1994, p.87).



Figura 195: The Beatles. Londres / Inglaterra. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 196: The Beatles. Londres / Inglaterra. 1968.
 Fonte: www.thebeatles.com

Em *Yellow Submarine*, o colorido das imagens ajudou a fixar ainda mais o visual psicodélico do grupo (figuras 197, 198, 199, 200, 201 e 202).



™
 A Yellow Submarine Product ©2008 Subafilms Ltd.

Figura 197: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
 Fonte: www.thebeatles.com



Figura 198: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 199: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 200: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com

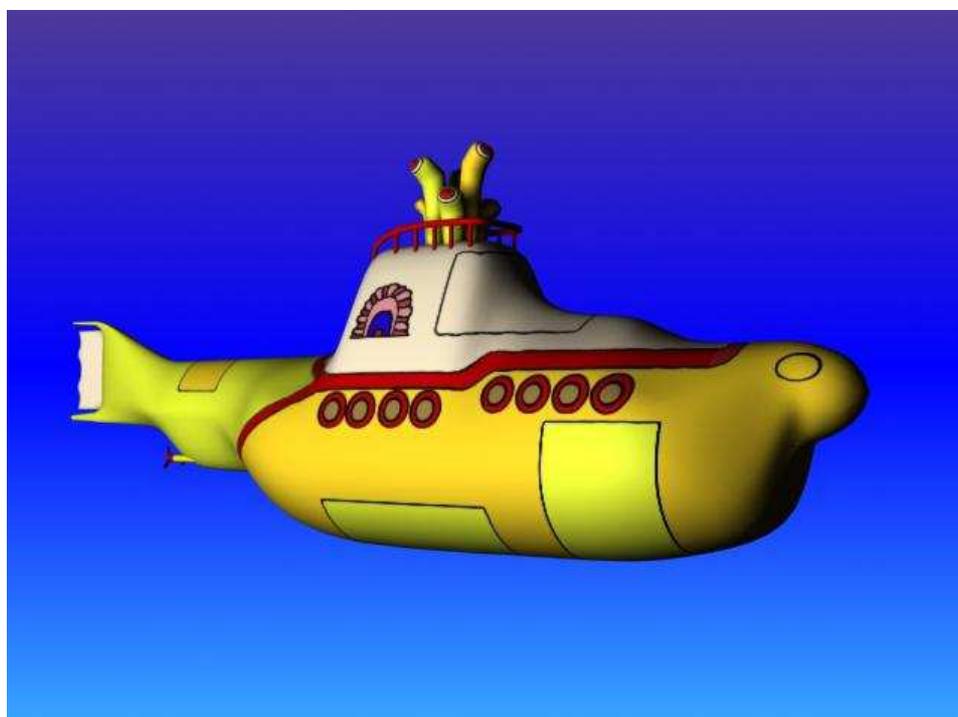


Figura 201: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 202: The Beatles. Yellow Submarine. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com

Em nossa opinião, *Yellow Submarine* não deixa de ser um “fecho” de ouro para a era do *Flower Power*. Mas o melhor dos Beatles ainda está por vir. Todavia, há que registrar que este álbum dos Beatles, junto com *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*, foi um dos melhores trabalhos da banda, uma explosão de criatividade que deixava para trás os filmes anteriores: *A Hard Day’s Night*, *Help!* e *Magical Mystery Tour*, o pior deles.

De certo modo, *Yellow Submarine* era formalmente uma síntese da *Pop Art*, marcando diversos estilos, desde a *art deco*⁵¹ ao *surrealismo* e às formas de Walt Disney. Constava, basicamente, de transferências reais para desenhos animados de algumas canções dos Beatles dentro de uma história clássica dos contos infantis, mas que insuflou de certas referências conjunturais para tornar o

⁵¹ **Art Déco** foi um movimento popular internacional de design de 1925 até 1939, que afetou as artes decorativas, a arquitetura, o design e o desenho industrial, assim como as artes visuais, a moda, a pintura, as artes gráficas e o cinema. Foi uma mistura de vários estilos do início do século XX: Construtivismo, Cubismo, Modernismo, Art Nouveau, Futurismo, Bahaus. Começou na Europa, por volta da década de 1920 e continuou nos Estados Unidos da América na década de 1930. Ver: <http://www.wikipedia.com> Consultado em 30/Jan/09.

filme mais interessante a um público não infantil. Assim, os quatro Beatles, através da imaginação, veem-se mergulhados num mundo de fantasias, no qual são os heróis libertadores de um mundo oprimido pelos terríveis *Blue Meanies*, poderosos e agressivos homens de uniforme que protegem o mundo do “perverso” poder da música (REVILLA, 1994). Tal como acontecera com *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band* em 1967, o mercado viu-se invadido novamente com pôsteres, recortes e bonecos relacionados com *Yellow Submarine*.

Nesse mesmo ano de 1968, os Beatles anunciaram o lançamento da *Apple Corps Ltd.*, que seria a *holding* do conjunto, com algumas subsidiárias dedicadas a diferentes atividades. Uma delas era a *Apple Boutique*, localizada na Baker Street, 94, no West End de Londres. O edifício, de quatro andares e tijolos à vista, era um dos muitos investimentos que os assessores financeiros do grupo haviam feito para eles. Assim, logo foi requisitado pelos quatro Beatles, que colocaram uma boutique de objetos sofisticados e roupas exclusivas no andar térreo. Esta foi uma investida de vida curta. Segundo consta, as roupas vendidas eram desenhadas por um grupo de *hippies* holandes conhecido como *The Fool* (Os Tolos) (DAVIS, 1996). Enquanto a loja, com seu extravagante exterior psicodélico e chamativo tornava-se popular, tanto por ser uma marca registrada, “Beatle”, como também um verdadeiro colírio para os olhos dos consumidores, a atitude desleixada dos seguranças permitia que grande parte do seu estoque fosse roubado. Depois de oito meses a loja foi fechada, e o que sobrou das peças foi literalmente doado. Quanto ao logotipo da *Apple Corps Ltd.*, este foi concebido por *Gene Mahon*, designer gráfico e amigo dos Beatles na época (figuras 203 e 204).

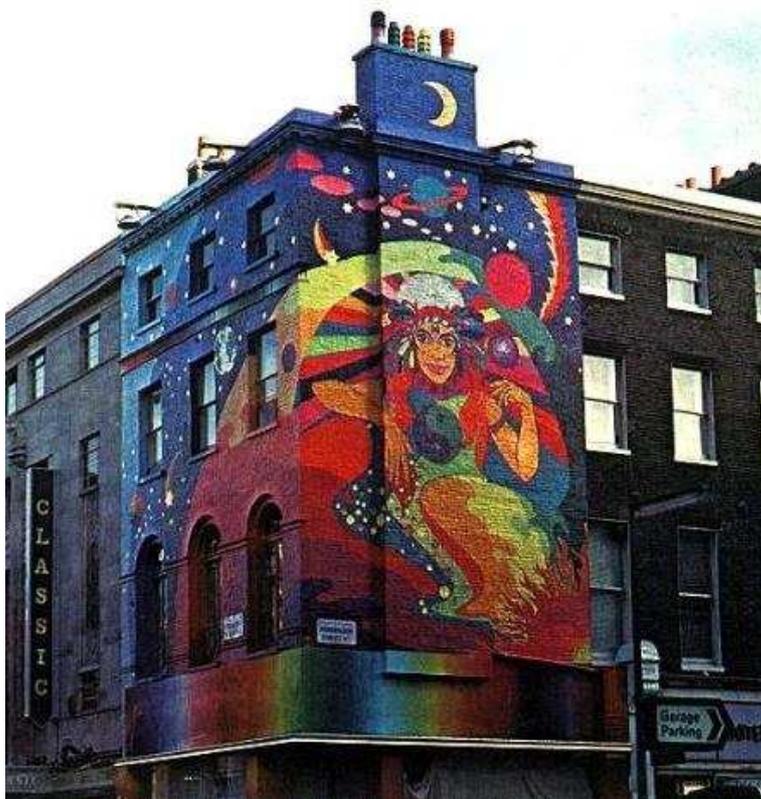


Figura 203: Apple Boutique. Londres / Inglaterra. 1968.
 Fonte: www.thebeatles.com

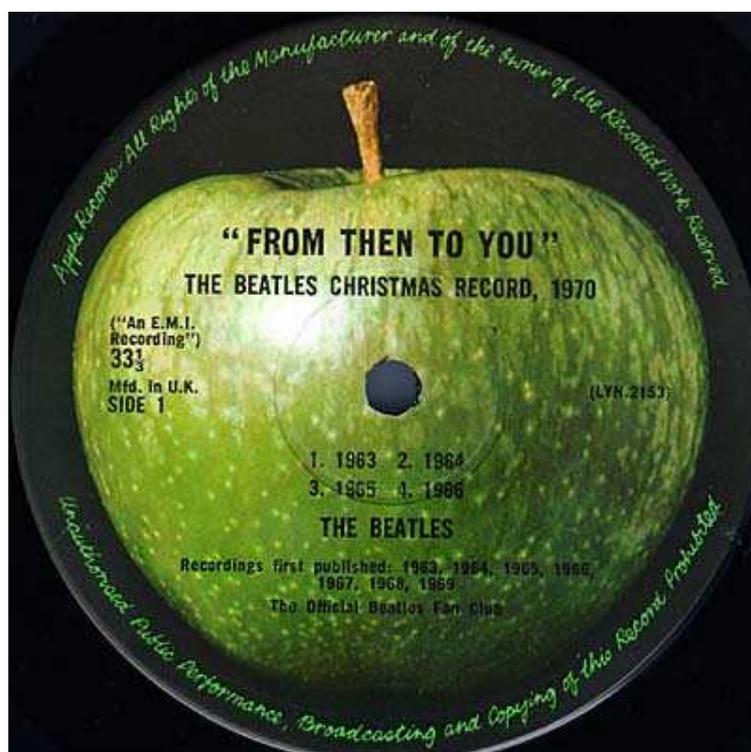


Figura 204: Selo da Apple Corps Ltd. 1968.
 Fonte: www.thebeatles.com

Musicalmente, o próximo empreendimento dos Beatles em 1968, em maio, foi o lançamento de mais um disco: *The Beatles*. Também conhecido como “álbum branco”, este era um álbum duplo e marcava a estréia do selo *Apple*. Esteticamente, a capa era toda branca, com o nome THE BEATLES igualmente em branco e impresso em alto-relevo. Ao que se sabe, as gravações deste disco não foram tranquilas e já prenunciavam o fim (MUGGIATI, 1997). Intensificavam-se as crises que levariam à ruptura de um dos maiores fenômenos da música contemporânea. Chegou mesmo a acontecer uma separação (provisória) dos Beatles, pois Ringo Starr, o baterista, deixou o grupo, aborrecido com as críticas de Paul a seu estilo de tocar. Acabou voltando alguns dias depois, a pedido de John Lennon, George Harrison e do próprio Paul McCartney, tendo em vista que para eles e para a banda Ringo era o melhor baterista.

Dentro do LP, imagens em preto e branco dos quatro Beatles, discretas. Há uma espécie de valorização do som em detrimento do visual (figuras 205 e 206). Comparando as capas de *Sgt. Pepper's* e *The Beatles*, por exemplo, “comentou-se que as pessoas ficavam mais tempo olhando para a capa de *Sgt. Pepper's* que o ouvindo. Sem nada para se distrair em *The Beatles*, o ouvinte se concentrará única e exclusivamente na música” (MARTIN, 1995, p.97).

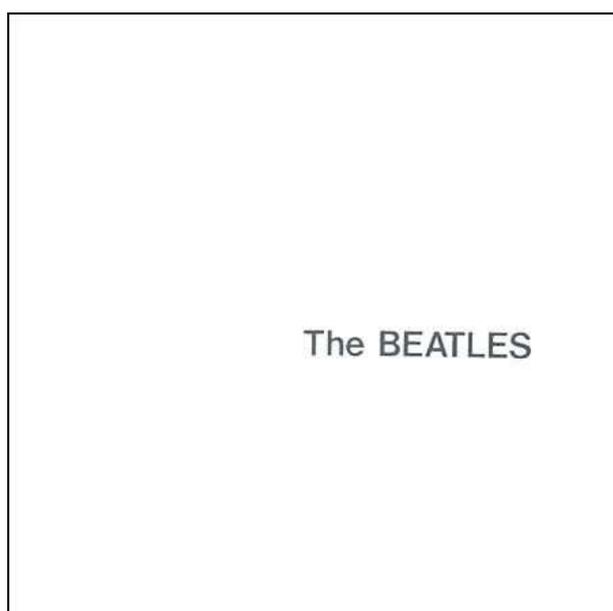


Figura 205: Álbum Branco. Apple. 1968.
Fonte: www.thebeatles.com

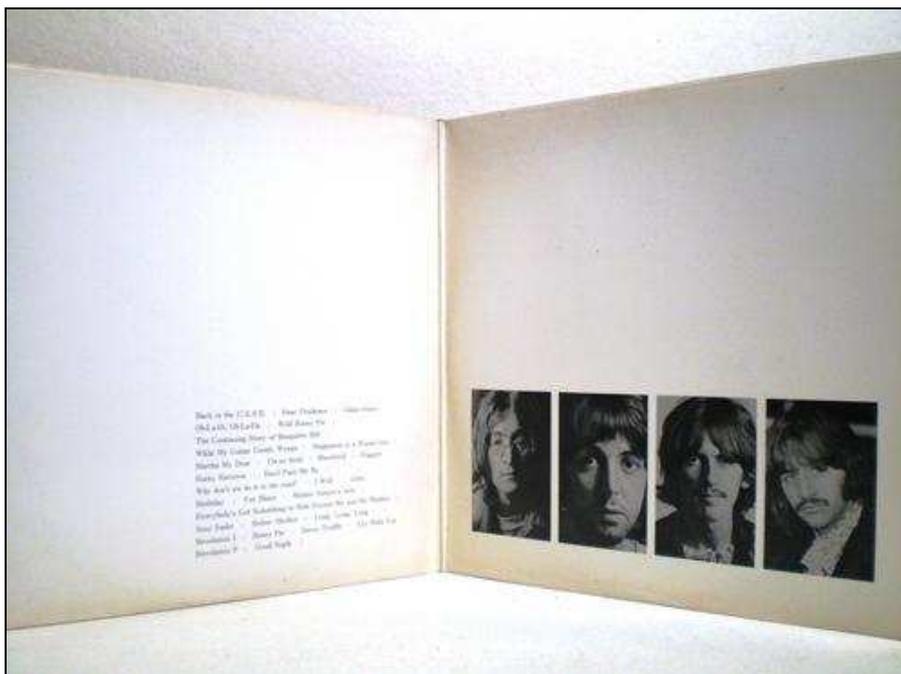


Figura 206: Álbum Branco. Parte interna. Apple. 1968.

Fonte: www.thebeatles.com

A essas alturas, os Beatles não iam bem nos negócios. A *Apple Corps Ltd.* vinha perdendo muito dinheiro, devido a má administração de *Allen Klein*, empresário norte-americano contratado pelos Beatles na época. Criada com objetivos socializantes, a empresa tinha virado uma grande e bela festa: desfalques frequentes, rios de dinheiro que iam ninguém sabe pra onde. Os quatro Beatles fundadores já tinham perdido o controle do seu empreendimento. Dentro desta atmosfera, os Beatles resolvem gravar outro filme. Estão em janeiro de 1969.

Let It Be é mais um projeto fracassado dos Beatles. Deveria ter sido um documentário sobre a gravação de um disco, mas virou a crônica da separação do conjunto. O filme documenta discussões, brigas e a incômoda presença de *Yoko Ono* nos ensaios. Entretanto, para uma banda que sempre prezou sua imagem pública isso não ficava nada bem, então o projeto foi arquivado e só lançado após a dissolução dos Beatles, em 10 de abril de 1970.

Para *Muggiati* (1997, p.142), “*Let It Be* foi planejado como uma espécie de diário, contando como os Beatles gravaram seus discos. Foram 30 horas de gravação. Nem os próprios Beatles gostaram do resultado final. Mas eles não eram mais um conjunto e nada puderam fazer”.

No entanto, as imagens do documentário e fotos da época refletem o clima tenso desta gravação, que a princípio se chamaria *Get Back*, simbolizando uma volta às origens (quatro Beatles no estúdio, tocando sem orquestra e outros aparatos eletrônicos) (figura 207).

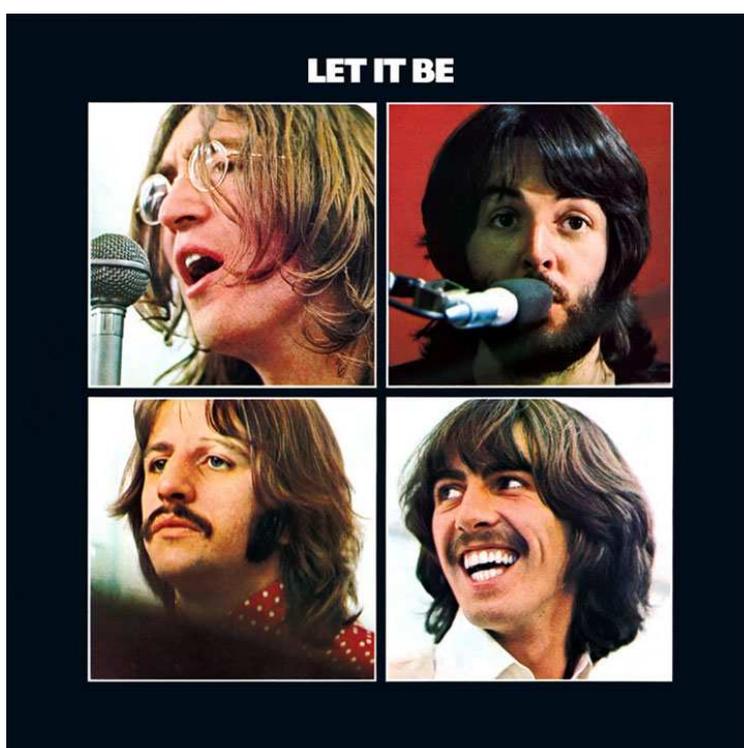


Figura 207: The Beatles. Let It Be. Apple. 1969.
Fonte: www.thebeatles.com

A imagem da capa deste disco mostra claramente que os Beatles já não eram praticamente um grupo, mas sim quatro pessoas que partilhavam um negócio comum e que não tinham qualquer necessidade de se verem. Curiosamente, o *Canto do Cisne Branco* dos Beatles serviu para fortalecê-los: o álbum *Abbey Road*.

Os Beatles, que haviam se dissolvido depois da tentativa de gravar *Let It Be*, reagrupou-se para uma despedida. O resultado é perfeito, fechando com chave de ouro o período mais importante na imagem da música contemporânea. Ou seja, os oito anos em que o quarteto esteve junto. Segundo Ewing, “o disco cristaliza o que há de melhor no estilo dos Beatles, sem, no entanto, perder a criatividade que sempre o caracterizou” (EWING, 1994, p.93).

A capa de *Abbey Road* contém uma das imagens mais famosas dos Beatles. Os quatro estão atravessando a rua (Abbey Road), como se estivessem indo embora do estúdio, talvez numa indicação de que esta seria a última passagem conjunta por lá. Também percebemos os cabelos compridos, bem como o estilo característico de suas roupas. Todavia há uma calma e serenidade, ausentes do disco anterior (figura 208).

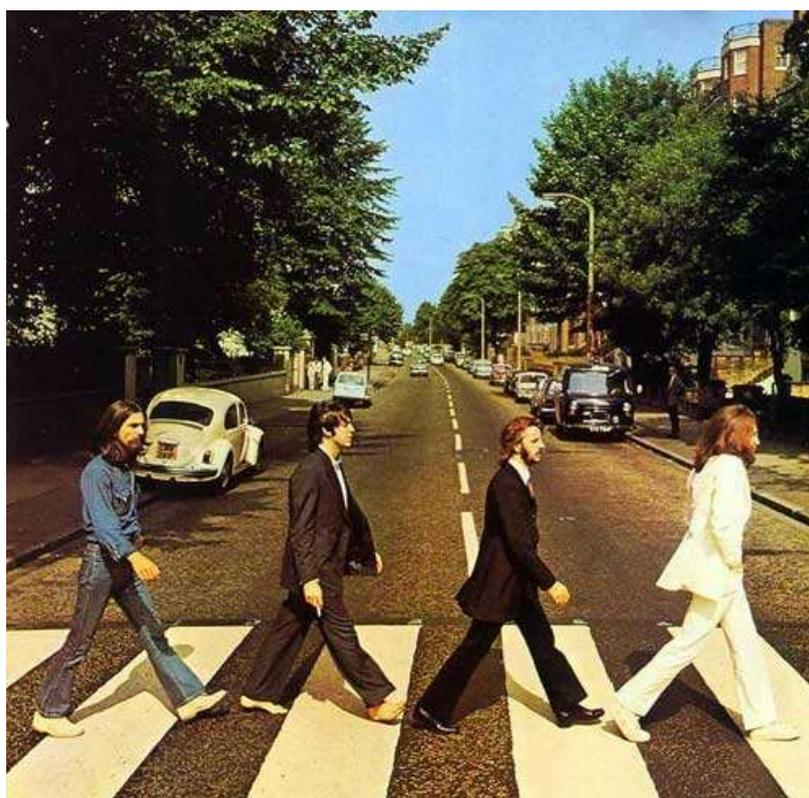


Figura 208: The Beatles. Abbey Road. Apple. 1969.
Fonte: www.thebeatles.com

Um acontecimento curioso diz respeito ao desejo dos fãs e da mídia em especular sobre a possível morte de Paul McCartney. Os partidários dessa teoria conseguiam ver evidências do fato nessa capa também. De acordo com Muggiati (1997), “essa boataria foi desencadeada por uma rádio de Detroit (a turma da terra do metal pesado, *heavy metal*, se amarra numa desgraça), que conseguiu “provar” a ocorrência de um horrendo acidente de carro, em novembro de 1966, na Sicília, no qual McCartney teria morrido” (MUGGIATI, 1997, p.154). Segundo consta, esta afirmação foi comparada ao motivo de os Beatles não se apresentarem mais ao vivo desde então. A coincidência sobre o boato revelado na imagem da capa de *Abbey*

Road foi a seguinte: Paul McCartney está descalço; seu passo não está acertado com o dos outros três; o Volkswagen que aparece ao fundo da mesma capa tem a placa “28 lf”, ou seja, em português “28 se” significa que se ele estivesse vivo teria 28 anos; o cigarro aparece na mão direita, Paul é canhoto. Todavia, as notícias sobre o acontecimento diziam que era um sócia de McCartney ao lado do grupo. Este comentário vinha desde o disco *Sgt. Pepper’s* onde Paul aparece de costas (figuras 209 e 210).



Figura 209: The Beatles. Capa do LP *Sgt. Pepper’s*. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 210: The Beatles. Contracapa do LP *Sgt. Pepper’s*. 1967.
Fonte: www.thebeatles.com

Com relação a este episódio, Paul McCartney fez o seguinte comentário: “Os rumores de minha morte foram muito exagerados. No entanto, se eu tivesse morrido, estou seguro de que teria sido o último a saber,” (Paul McCartney, 1967, In: DAVIES, 1993, p.36). De acordo com um autor, *Abbey Road* transformou-se num dos melhores discos da banda, apesar de não ser um LP com características Beatle (MALLAGOLI, 1986). Essa afirmativa significa que neste disco, as características individuais começaram a despontar com mais clareza. Foi a última vez que os Beatles entraram juntos no estúdio *Abbey Road* para gravar (figura 211).



Figura 211: Estúdio Abbey Road. The Beatles. Londres / Inglaterra.
Fonte: www.thebeatles.com

As diferenças entre os integrantes da banda no final de 1969 e início de 1970 se acentuavam cada vez mais. Os boatos em torno da separação dos Beatles começaram a surgir fortes nesta época. Acontecem alguns atritos entre eles. Sentimentos são feridos. Se fazendo música John, Paul, George e Ringo não se entendiam mais, a coisa era ainda pior em relação às finanças. O desastre da *Apple Corp* a desagregar-se agravava ainda mais a crise. A *Apple Records* tinha sido um sucesso, a exemplo de *Hey Jude* e o *Álbum Branco (The Beatles)* que eram êxitos estrondosos, e outros discos de bandas da época, produzidos pelos Beatles, foram bem recebidos.

As outras empresas *Apple* igualmente não estavam bem. A propósito, o símbolo da maçã, adotado nos últimos discos dos Beatles (figura 212), refletia a esperança para uma nova vida, num momento onde o mundo protestava contra as guerras e pedia em favor da paz e da liberdade. No entanto, a imagem dos quatro Beatles podia ser percebida nesta época, estavam mais afastados do que nunca e qualquer contato mais próximo gerava atritos (figura 213).



Figura 212: Selo Apple. The Beatles. 1969.
Fonte: www.thebeatles.com



Figura 213: The Beatles. 1969.
Fonte: www.thebeatles.com

Para evitar maiores desgastes, as turnês foram canceladas há muito tempo. A crítica começava achar que o grupo estava se tornando repetitivo. Mesmo assim, Paul queria manter a imagem dos Beatles longe de estúpidas brigas por ciúmes que só serviriam para preencher as páginas dos jornais sensacionalistas. Junto com sua visão romântica de uma separação, estava a visão comercial (MALLAGOLI, 1986). Uma observação final. *Let It Be* saiu em maio de 1970 e é, portanto, o último disco lançado antes do anúncio oficial da separação dos Beatles, em 10 de abril de 1970. Mas foi gravado um ano antes, durante o mês de janeiro de 1969. Sendo assim, o trabalho derradeiro dos quatro juntos é aquele que fecha com chave de ouro a Era Beatle: *Abbey Road*, lançado no segundo semestre de 1969. Todavia, *Let It Be* é o álbum do rompimento dos Beatles, não só por ter sido o último lançamento, mas também por estampar a desunião do quarteto em cada detalhe. A imagem a seguir refere-se à última apresentação dos Beatles, que estão no telhado da *Apple*, em Londres (figura 214).



Figura 214: The Beatles. Telhado da Apple. Juntos pela última vez. 1970.
Fonte: www.thebeatles.com

Os Beatles juntos, por pouco tempo. Enquanto John dedicava-se, mais e mais, para Yoko Ono, sua futura esposa, Paul tentava manter o grupo unido. Inutilmente, claro. *Let It Be*, último disco lançado antes do anúncio da separação, era um reflexo da crise que se abatia sobre os rapazes de Liverpool.

Assim, foi neste contexto pós-moderno que os Beatles passaram a fazer parte. E muito dele, tinha a ver com a imagem e a música do grupo. Com eles e a *Pop Art*, que também foi determinante para o surgimento desta nova mentalidade estética, os convencionalismos das estruturas *pop* antigas voaram pelos ares, tal como as histórias de amor adolescente. Agora, eram protagonistas as drogas e a liberdade total da mente. Falavam de amor, mas era de um modo diferente, mais profundo e universal. A existência, a fé e a política eram objeto de perguntas nas canções da banda mais famosa das últimas quatro décadas. A seguir, abordaremos *a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural*.

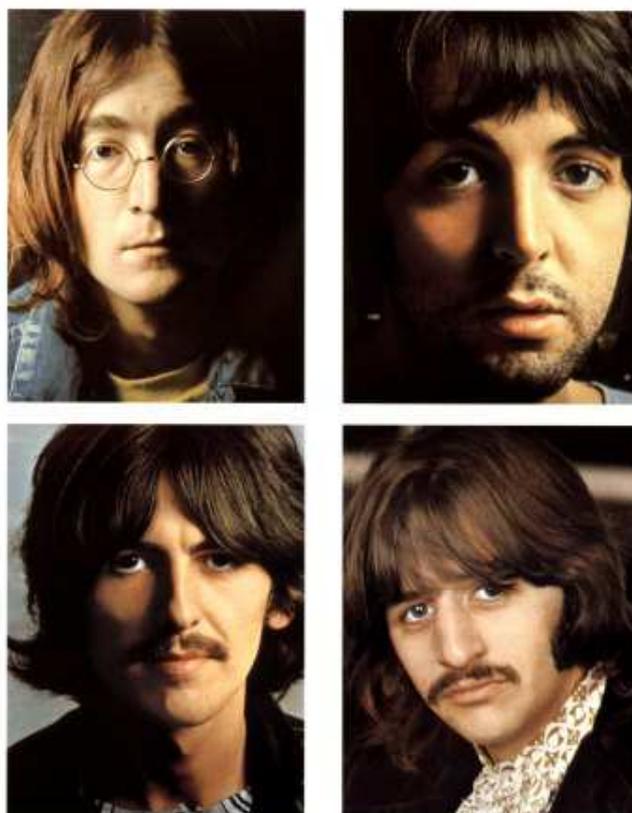


Figura 215: The Beatles. Eternos para sempre!
Fonte: www.thebeatles.com

3 A COMUNICAÇÃO VISUAL DOS BEATLES COMO SEDUÇÃO NO IMAGINÁRIO SOCIAL E CULTURAL

É inegável que esses quatro jovens de Liverpool trouxeram em sua bagagem uma verdadeira revolução cultural, marcando o fim e o início de uma era. Desencadeadores da contracultura que abalou as estruturas conservadoras ou simples reflexos dela, os Beatles foram os personagens centrais de todo o drama dos anos sessenta, cuja mudança tornou a juventude mais livre.

O impacto causado na imagem da música *pop*, nos costumes, na cultura e no inconsciente das pessoas acelerou a mente humana, projetando-a como parte integrante, ativa e responsável por uma manifestação de rebeldia à repressão que rolou solta no sistema capitalista. Esse sistema, vigente, no mundo ocidental, no início do século XX, ainda conhecia expressões culturais diferenciadas. Porém, com o advento da sociedade industrial (1760-1860) e, após a segunda Revolução Industrial (1860-1900), “a existência da Inglaterra como potência colonizadora, o papel econômico dos Estados Unidos da América neste século XX, a presença das corporações multinacionais marcada pela origem norte-americana” (ORTIZ, 1994, p.28) justificam a supremacia de um país.

O capitalismo monopolista, por meio de sua face norte-americana, impõe a todos a sua coerção. Cabe sublinhar os aspectos culturais deste processo: Dallas, Disneylândia, McDonald's, calças jeans, *rock and roll*, etc., seriam expressões de uma cultura de exportação (ORTIZ, 1994, p.89).

A juventude é um bom exemplo disso. O *rock and roll*, o *rock*, a guitarra elétrica, os ídolos da música *pop*, são elementos partilhados planetariamente por uma determinada faixa etária. Familiaridade e sedução. “O imaginário contemporâneo é fortemente impregnado desses termos” (ORTIZ, 1994, p.129).

Como sedução no imaginário social e cultural, cumpre destacar o sonho de uma geração inteira contagiada, fanatizada pelos Beatles num movimento de força impressionante, disseminado, como sendo uma contestação dos valores então

vigentes numa identidade própria que sacudiu o planeta pela indústria cultural definindo o universo de uma época. A necessidade real do indivíduo quando se liberta do ninho da infância e das amarras do núcleo familiar e só vê diante dele as novas amarras da vida social. Como familiaridade, segundo diz Maffesoli (1995), “o que prevalece não é mais o indivíduo, isolado na fortaleza de sua razão, mas o conjunto tribal, que se comunica ao redor de um conjunto de imagens que consome com voracidade” (MAFFESOLI, 1995, p. 145).

Stuart Hall (2004) argumenta “que são essas coisas que agora estão ‘mudando’. O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2004, p. 12).

Assim, as transformações que a era moderna propiciou ao indivíduo libertaram-no de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas. É aí que nascem as aspirações contraditórias. Ao recusar as convenções institucionalizadas, a adolescência se desvincula da moral vigente e aceita o desafio da violência, do sadismo, do frenesi, da fantasia permanente, de bebedeiras e costumes extravagantes seduzidos pelos modelos que encarnam o mito de experimentar e sentir tudo. Prova disso, a geração dos Beatles, contaminada pelos seus heróis, adotava modos, roupas, cortes de cabelo, gritos estridentes às bordas da histeria. Era o estilo Beatles aflorando no imaginário social e cultural de um tempo que se imortalizou num movimento de força impressionante, batizado como “contracultura” – para muitos, a contracultura do *rock*, pois o *rock* era o seu grito de guerra (MUGGIATI, 1983).

Para os jovens da geração dos Beatles, o desafio da contracultura à luz dos parâmetros sociais vigentes, podia comparar-se à atitude do “herói mitológico” da década de 1950 (MORIN, 1989): a jaqueta de couro, a camiseta, a abolição da gravata, o desabotoado, o desleixo voluntário. No trajeto social e cultural do estilo Beatles impõe-se a sedução que, segundo Maffesoli ⁵², é a dimensão do agir a partir do espírito. É também a aura de uma ideologia, pois, além do racional que a

⁵² Ver: Entrevista de Michel Maffesoli a Juremir Machado da Silva. **O imaginário é uma realidade**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1994. Ano em que foi publicada a entrevista nesta revista: agosto de 2001, nº. 15, p.77.

compõe, envolve a sensibilidade, o sentimento afetivo que constitui “o imaginário”, sensação partilhada de vibração comum⁵³. Por outro lado, Silva (2003) pondera que

o imaginário é, ao mesmo tempo, uma fonte racional e não-racional de impulsos para a ação. O imaginário social instala-se por contágio. Uma geração inteira sonhou o sonho dos Beatles tornado planetário pela indústria cultural. Mesmo assim, esse sonho pôde ser disseminado como sendo uma contestação dos valores vigentes. Milhões de jovens incorporaram essa ideia, suportando as suas contradições, e deram-lhe ora uma marca própria (identificação/apropriação/distorção), ora uma ampliação (aceitação/disseminação/imitação) (SILVA, 2003, p. 13).

E acrescenta:

Se o imaginário é uma fonte racional e não-racional de impulsos para a ação, é também uma represa de sentidos, de emoções, de vestígios, de sentimentos, de afetos, de imagens, de símbolos e de valores (SILVA, 2003, p. 14).

Gilbert Durand (In: Silva, 2003, p. 62) ensinou que o imaginário é o resultado das “pulsões subjetivas” e das “intimações objetivas”. Essas duas forças antagônicas necessitam, conforme o autor, de tecnologias de sedução para estimular o êxtase pelo êxtase, isto é, os mitos, as pulsões libidinais, a resignação pelo prazer, o dionisíaco que é a emoção, o passional, o lúdico, o estético. Assim, o imaginário é sempre convulsão, choques perceptivos que alteram a maneira de ver o mundo.

Cada ser participa de uma efervescência desordenada, anárquica, impondo-se de forma decisiva. Já há alguns anos, no cinema, na música, heróis portadores de mensagens da adolescência, como classe particular, definiam seu próprio universo imaginário e seus modelos culturais. Prova disso, “James Dean é um modelo; mas este modelo, por sua vez, é a expressão típica (ao mesmo tempo média e pura) da adolescência em geral e da adolescência norte-americana em particular” (MORIN, 1989, p.114).

⁵³ Idem *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1994. Entrevista de Michel Maffesoli a Juremir Machado da Silva nesta revista. Agosto de 2001, n. 15, p.76-77.

James Dean real e na tela é puro herói da adolescência rebelde, da resistência às convenções sociais do mundo dos adultos, de uma procura de signos de vestuário viris e da fantasia de artista. “É justamente por ser um herói da adolescência que James Dean exprime, em *Vidas Amargas* (1955) e em *Juventude Transviada* (1955), com uma clareza incomum no cinema norte-americano, a revolta contra a família” (MORIN, 1989, p. 115).

Mas ele não inovou em nada, apenas sistematizou um conjunto de normas que permitiu a uma classe de idade a afirmação e a recusa, através da imitação do herói. Os heróis divinizados por uma condição mítica a que são submetidos os ídolos constituem os deuses das multidões. Madonna em sua época, uma superstar símbolo do consumismo banal (KELLNER, 2001), por exemplo, reforça a imagem da moda e da identidade reproduzindo legiões de imitadores de um comercialismo grosseiro manipulado pela mídia.

Os Beatles em suas canções traduziam uma necessidade de dizer que eram diferentes, utilizando palavras, frases apropriadas para fazer gritar os adolescentes. Ouvindo discos de Elvis Presley, evoluíram no estilo musical atraindo para si todos os olhares, exigindo o máximo de atuação, uma verdadeira obsessão por serem reconhecidos, amados, consagrados.

Seja como for, a potência mágica da imagem é, essencialmente fator de agregação. Adquire uma dimensão levada pela possessão daquilo que é o objeto possuído; um sentimento, uma busca de perfeição, uma fantasia, uma divinização (MAFFESOLI, 1995).

Esses temas da adolescência aparecem com clareza numa época em que a juventude estava particularmente reduzida a um ensimesmamento, uma vez que a sociedade não lhe oferecia nenhuma saída na qual pudesse se engajar, ou, ao menos, se conhecer. Depois da Segunda Grande Guerra (1939-1945), vieram não só a recessão individualista como também o niilismo generalizado que era um questionamento radical das ideologias e dos valores propostos, rumo ao qual foge a adolescência e no qual se encontra a realidade da vida (MORIN, 1989, p. 116).

Truffaut (In: MORIN, 1989, p.115-116) explicou isso muito bem (*Arts*, 26-9, 1956):

Toda a juventude de hoje se encontra em James Dean, não tanto pelas razões já apontadas - violência, sadismo, frenesi, obscuridade, pessimismo e crueldade -, mas por outras, infinitamente mais simples e quotidianas - vergonha dos sentimentos, fantasia permanente, pureza moral desvinculada da moral vigente porém mais rigorosa, a eterna atração da adolescência pelo desafio, pelas bebedeiras, o orgulho, a mágoa de se sentir "fora" da sociedade, a recusa e o desejo de nela se integrar e finalmente a aceitação ou a rejeição do mundo como ele é (MORIN, 1989, p. 116).

Vemos, assim, sobre a personagem de James Dean, a divinização da imagem, a sedução pelos modelos de uma nova cultura que explora o subconsciente coletivo. James Dean inaugurou a era dos heróis da adolescência moderna, que irá ser decisiva em anos seguintes, no *rock*, na música, na dança. O cinema continua sendo um espetáculo juvenil, mas o *star system*⁵⁴ deixa de desempenhar o seu papel de modelo cultural dominante na juventude (MORIN, 1989, p.120).

O cinema já não é mais uma diversão como as outras, e ao perder sua posição de destaque, entra em crise.

O *star system* morreu, mas a estrela de cinema continua; se exalta na mitologia; nos modelos culturais como um símbolo, uma encarnação, mas não mais a imagem iluminadora de uma civilização. Por fim, James Dean e Marilyn Monroe, são estrelas-matrizes do período atual: Dean, primeiro herói da adolescência e Monroe, heroína da nova feminilidade (MORIN, 1989, p. 132-133).

Por outro lado, cumpre dizer que o mito, sendo um ser irreal expressa a imaginação humana e explora o subconsciente cultural coletivo. Os ídolos do gênero *pop*, ou seja, o *rock and roll* e o *rock*, tais como Elvis Presley, os Beatles, Bob Dylan, entre outros, não são mais modelos, são símbolos, mas, sobretudo, uma nova postura existencial. A sedução mítica, que explodiu as fronteiras planetárias, justifica

⁵⁴ Para Morin (1989), o *star system* se estabelece a partir de 1919, quando em um imenso setor da produção cinematográfica, o conteúdo, a direção e a publicidade dos filmes passam a gravitar ao redor das estrelas, um "tipo solar de vedetes" Desde então, ungidas como o coração da indústria cinematográfica, os nomes e os rostos das estrelas encarnam os arquétipos do universo ficcional: "a estrela tem a mesma natureza dupla dos heróis das mitologias, mortais aspirantes à imortalidade, à divindade, gênios em ação, meio humanos, meio deuses" (MORIN, 1989, p.70).

a permanência desses fenômenos “como imagens de consumo do tempo, em que exercem plenamente os instrumentos do espetáculo” (DEBORD, 1997, p.105).

Pela sedução da imagem no visual e na música, os quatro rapazes de Liverpool conseguiram não só exorcizar plateias delirantes, mas mudar desde as formas mais aparentes do comportamento até às mais profundas formas de sedução, através da liberação de todas as energias, sejam elas psíquicas, sociais ou materiais. Assim, ondas de entusiasmo por determinados produtos e costumes, lançados pelos meios de comunicação de massa, propagam-se com grande rapidez.

No dizer de Morin (1997), a indústria ultraligeira (cinema, televisão, internet) levam as influências dos modelos culturais da época a construir uma identidade, pondo à disposição modelos de aparência, comportamento e estilo: relações amorosas, padrões de beleza, vestuário, sedução, erotismo a difundir um paradigma a ser seguido, já que o espetáculo constitui o modelo, os códigos convencionais entre as ideologias vigentes dominantes na sociedade.

O cinema desde cedo teve um papel fundamental para o intercâmbio das imagens, tal como, a indústria fonográfica, cujas técnicas e aprimoramento de fabricação começam a ser exploradas plenamente durante o século XX, no processo de mundialização da cultura (ORTIZ, 1994, p. 56).

Por conseguinte, para entendermos a sedução, as estratégias de marketing, as sucessivas imagens incorporadas no imaginário coletivo, os mecanismos de popularidade e os ecos de sucessos que promoveram a imagem pública dos Beatles, é preciso perceber os aspectos do fenômeno que se desenvolvia à sua volta, inaugurando formas de se comunicar com os milhares de espectadores atirando flores, doces e bombons para o palco. Foram eles, os Beatles, máquinas de relações públicas da história. Uma outra premissa associada aos fenômenos de multidão é a velocidade e a expansão da comunicação visual.

As tecnologias do imaginário, como a televisão, cinema digital, DVDs e as inúmeras possibilidades de novas imagéticas computacionais, vêm estimulando a poética do imaginário. Os mitos, o sonho, a fantasia, a imaginação, poderiam ser considerados a cosmogênese destas culturas. Entretanto, a contemporaneidade

tenta revisar os pressupostos tradicionais, face às representações dos modernos meios de comunicação” (RAHDE; CAUDURO, 2005, p. 3).

Nessa mesma linha,

A cultura da mídia põe à disposição imagens e figuras com os quais seu público possa identificar-se, imitando-as. Portanto, ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de papéis, sexo e várias posições de sujeito que valorizam certas formas de comportamento e modo de ser enquanto desvalorizam e denigrem outros tipos (KELLNER, 20001, p.307).

Por exemplo, na época em que despontou como superstar *pop*, Madonna foi um dos ícones femininos mais escandalosos do repertório das imagens que circulavam na indústria cultural. O modo como Madonna usava a moda na construção de sua identidade deixa claro que a aparência e a imagem ajudam a produzir o que somos, ou pelo menos, o modo como somos percebidos e nos relacionamos. Madonna legitimava a moda e o comportamento sexual não-convencionais, cativando um público que se sentia estimulado pelo seu desdém aos códigos e às convenções tradicionais.

Reforçando a sedução comunicativa do ídolo, outro exemplo vive na lembrança de fãs ardorosos do mito Elvis Presley, um fenômeno visual e musical que sobrevive ao tempo, apenas um cantor com sua voz potente, simbolizando a rebeldia da juventude, presa aos símbolos que representam os mais impossíveis sonhos do imaginário coletivo da comunicação visual, em comunhão às artes musicais. Qual a razão dessa permanência mítica em torno do mito? A referência de Morin (1989) a James Dean, lembrado ainda hoje, mas sem a mesma ênfase de alguns anos atrás, aplica-se ao ícone (mito) do *rock and roll* Elvis Presley, tal como John Lennon, Bob Dylan e o divinizado *Quarteto de Liverpool*: os Beatles.

Na década de 1960 do século XX, a cultura da mídia se transformou numa fonte poderosa de moda cultural (KELLNER, 2001), pondo à disposição modelos de aparência, comportamento, estilo e sedução. Os astros do *rock*, que usavam cabelos penteados em poupa sobre a testa, óculos escuros, sapatos bicudos, terninhos de veludo, sancionavam a revolta contracultural e a adoção de

novos estilos, como foi o caso dos Beatles. A associação entre *rock*, cabelo comprido, rebeldia social e inconformismo aos padrões comportamentais vigentes, ao lado das drogas, do sexo e do *rock*, passaram a ser norma, a subversão e a derrubada dos códigos culturais.

À medida que o *rock* se espalhava pelo país, o estilo dos adolescentes se alterava a olhos vistos. À imagem do seu ídolo, adotavam penteados com cabelos longos e espessos cheios de brilhantina, calças justas e pretas, sapatos bicudos. Os *Teddy Boys*, a exemplo dos *rock'n'rollers* dos anos cinquenta, começavam a se tornar ícones de uma sublevação que não vacilavam em fazer uso da violência, quando sentiam necessidade de afirmação.

Os Beatles tinham, então, pelo seu exemplo ou simplesmente porque eles próprios eram o sinal de qualquer coisa, favorecido dois dos principais aspectos da eclosão *pop*: o aparecimento de uma nova classe e o desenvolvimento dos conceitos culturais, que a Inglaterra ia beneficiar durante os anos seguintes tornando-se por um tempo o centro mundial onde milhões de jovens, em todos os países, tinham os olhos postos (PACHECO, 1988, p.95).

O fenômeno começava então a tocar outros setores da economia. As vendas de discos proporcionavam polpudas somas aos cofres públicos na forma de impostos e entradas de divisas estrangeiras. A cultura de massa apoderou-se de todos os produtos fabricados com a estampa "Beatles": papel de carta, porta-chaves, perucas, chaveiros e todo o tipo de bugigangas que rodeavam os fãs. A imagem dos Beatles fazia vender. Por exemplo, quando decidiram andar de veludo, toda a indústria deste tipo de tecido se beneficiou com esses quatro jovens cabeludos que arrebatavam as primeiras páginas dos jornais.

A geração dos Beatles ocupava pouco a pouco todos os postos avançados da nova cultura de massa, de que a música se tornava o veículo perfeito, depois de anos de predominância do cinema. A *beatlemania*, culto apaixonado dos fãs impôs ao comportamento social do planeta, enquanto imagem através da iconografia que a sustentou e dos fanáticos jovens por *rock*, um fenômeno de persuasão que foi a um tempo sedução e imortalidade.

A representação iconográfica foi alvo de muitas controvérsias na História da Arte, no desenvolvimento da representação das imagens até chegarmos ao século XIX, dando início a novos estilos gráfico/plásticos instaurando a modernidade. As grandes invenções tecnológicas da época, como o cartaz moderno e impresso, a fotografia, o cinema, contribuíram, definitivamente, para consolidar a imagem moderna. Percebemos assim que a imagem participa ativamente das criações, sejam elas literárias, poéticas, musicais, plásticas ou gráficas. Estas criações transformaram-se em linguagens humanas, que são traduzidas por imagens, sejam elas metafóricas, representativas, puramente visuais, simulacros, mas todas elas se apresentando como fruto do imaginário cultural" (RAHDE, 2004, p.1).

O processo de comunicação visual dos mitos populares aparece modificado na visualidade na década de 1950 do século passado, principalmente nas artes plásticas. Os astros do cinema, da música, os cantores em voga, em suas épocas, imortalizados por uma nova cultura. Maffesoli (2001) confirma que essa nova cultura que vem perpassando a contemporaneidade é coletiva, vinculando-se aos grupos humanos e servindo de alimento aos sonhos construídos por esses grupos, como novos heróis míticos do cotidiano.

Assim, as novas tecnologias do imaginário, quando ocupam grandes telas e se reproduzem pelas inúmeras possibilidades das visualidades iconográficas marcam a imagem do herói-mítico que sobrevive consagrado pela sedução da reprodução de suas imagens. A influência do *rock* difundida pelos Beatles, imagens de uma identidade que produziu legiões de imitadores, não tiveram apenas impacto sobre a música, mas também influenciaram as vestimentas, os cortes de cabelo e a forma dos jovens daquela geração.

Desde o início de sua convivência social, o homem vem demonstrando um desejo cada vez maior por colecionar objetos, prática muito em voga em séculos anteriores à Revolução Industrial (1760 a 1860), porém desenvolvida pela indústria cultural, particularmente no século XX. Nesse caso, temos o surgimento de uma enormidade de mitos, símbolos e valores criados para sustentar tanto esse mercado como o grupo que dele surgiu. Mesmo mantendo uma identidade banalizada pelo mito escolhido, esse grupo já configurou um sistema cultural próprio, pronto para ser disseminado e processado por outras pessoas que, de alguma forma participam desse fator de identidade e de seu sistema de consumo (FEDEL, 2007).

Essa identidade significa uma maneira de ser, disseminada a partir dos mais variados produtos à venda e enfatizada pela mídia mediante recriações sem fim, que patrocinam a insaciável fome de lucros, instalada nas engrenagens do capitalismo. Do ponto de vista musical, o *rock* desempenhou o principal papel na generalização da identidade dos Beatles, expressando todos os desejos, todos os sonhos e todas as ilusões em comum a uma geração que é vista e entendida pelo mercado como sua principal força de consumo. Por fim, histórias de “amor e paixão” entre a imagem do herói-mítico e o delírio dos fãs (CORRÊA, 1989).

Foi esse sucesso estrondoso que inspirou a criação do termo *beatlemania*. Foi um dos grupos musicais mais bem-sucedidos da história da indústria fonográfica, sendo aclamados por público e crítica, com mais de um bilhão de álbuns vendidos em todo o mundo, sendo que vinte músicas atingiram o primeiro lugar nas paradas de sucesso apenas nos Estados Unidos da América, números recordes até aos dias atuais.

De volta à Inglaterra, os Beatles fizeram um filme de longa metragem, dirigido por Richard Lester, ano de 1964, *A Hard Day's Night*. A história era focada na *beatlemania* sem chegar a ser, no entanto, um documentário. Hoje, a obra fílmica é tida como um clássico cult (ECO, 1973), sendo considerada como a grande precursora da ideia dos videoclips. Após o fim de exaustivas turnês, os Beatles lançaram o álbum *Revolver* (1966), considerado inovador pelas novas técnicas de gravação e instrumentos utilizados. *Revolver* trouxe sucessos como *Yellow Submarine*.

O *rock* dos Beatles ganha crescente popularidade no mundo, associando-se, no final da década de 1960, à rebeldia política (SPITZ, 2007). Podemos dizer que os anos sessenta foram marcados por um sabor de inocência e até de lirismo nas manifestações socioculturais e no âmbito da política pelo evidente idealismo e o entusiasmo no espírito de luta do povo nos primeiros anos, sucedendo-se depois as experiências com drogas, a revolução sexual e os protestos juvenis contra o endurecimento dos governos (MILES, 1997; GOFFMAN; JOY, 2007).

Como sedução coletiva, os Beatles foram uma referência musical e comportamental para jovens de todo o Ocidente. Mas em *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), os quatro fabulosos atingem o mais alto grau de

sofisticação e experiência. O disco foi aclamado pela crítica e recebeu o prêmio Grammy de melhor disco do ano (SPITZ, 2007).

Sem insistir na dimensão filosófica desse fenômeno, pode-se assinalar que se trata de um reconhecimento social e, a esse respeito, “é oportuno insistir no que se pode chamar de existência cotidiana como forma de arte” (MAFFESOLI, 1996, p.130). Pode parecer paradoxal, dizer “o mundo visível existe”, ou ainda é banal indicar que a imagem está onipresente no social. “Contudo, quando se é confrontado com uma cultura nascente, traduzida por uma eflorescência de mitos, uma multiplicidade de imaginários, se torna a dar importância à aparência” (MAFFESOLI, 1996, p.126).

A arte de devorar o mundo pela sedução do imaginário social e cultural possibilitou aos Beatles, ícones do *rock*, transgredirem as fronteiras do inconformismo, da individualidade, preconizando transformações drásticas na imagem e no estilo de vida de milhões de jovens confrontados com uma cultura nascente subversiva aos padrões comportamentais da época.

A década de 1960 quer reencontrar as raízes primitivas do impulso. Uma sensibilidade irracional dispara a rédea solta exigindo cada vez mais sensações, choques e emoções. Todas as repressões são relaxadas em vista de uma liberdade orgiaca e obscena, de uma glorificação instintiva da personalidade (LIPOVETSKY, 2005, p.96).

É importante notar que o surgimento do fenômeno Beatles tem relação com o modo como apresentavam sua imagem visual e sua música. O grupo, sobretudo John Lennon, em palco, se tornava uma personagem fascinante, gesticulando muito, como cantores de *rock*, dando ao conjunto uma dimensão um pouco louca, muitas vezes bizarra. Os promotores dos espetáculos exigiam que eles fornecessem à clientela uma imagem da reputação que lhes era atribuída. Deviam contorcer-se, saltar por todo o palco, fazer de conta que se batiam e atuar, sempre dando uma impressão de agressividade (PACHECO, 1988).

Formava-se à sua volta toda uma corte de garotas, seduzidas pelos seus modos de jovens criticando o cotidiano. Era uma atração inexplicável, impressionada sobretudo pelos cabelos compridos e espessos, óculos escuros e botas muito bidadas. O contato permanente com o público espectador em delírio, a obrigação de

tocar noites inteiras levava-os a mudar a sua maneira de vestir e da imagem autodestrutiva dos penteados, à medida que os seus fãs se tornavam mais exigentes.

Ao longo de toda a sua trajetória musical, esses fenômenos iriam se repetir, já que as jovens meninas queriam ter à sua volta uma imagem conforme o tipo de rapaz que adoravam na pessoa dos Beatles, procedendo em seguida à transformação dos namorados segundo a nova estética e, depois, a novas ideias. Com o radicalismo estudantil dos anos sessenta, as novas ideias, os limites convencionais, o gosto da crítica de romper com a tradição, levou os pensadores do século XX a querer romper com o passado (CROOKS, 2007).

O autoengano promovido pelo fato de ser vaga a parte da evidência no campo perceptivo, necessita de uma interpretação. Esse preconceito da percepção chamado de “a falácia dos exemplos positivos”, uma maneira de reforçar as visões favoritas, leva às discriminações étnicas, raciais e de tantas outras pelo autoengano.

Por exemplo, muitos adultos mais velhos, na década de 1960, eram intolerantes com os rapazes de cabelos longos que admiravam o *rock* e a imagem dos Beatles. Para eles, os fãs da banda eram considerados viciados em drogas, sujos, melenculosos preguiçosos. Tal opinião era mantida pelo simples fato de serem contrários às suas crenças (TEMER, 2007, p. 20).

As pessoas que se deparavam com os fãs dos Beatles discriminavam os jovens, mesmo trabalhadores, estudantes e bem-educados. Para contra-atacar essa tendência seria útil testar as próprias convicções, abandonando o julgamento que exprime um sentimento de não se encaixar no padrão vigente da sociedade.

Assim, a sociedade se caracteriza por uma tendência a reduzir atitudes de quadros coercitivos, respeitando as inclinações dos indivíduos, sua liberdade e seus interesses. A revolução musical ligada às inovações tecnológicas, ao império do espetáculo da imagem, da era eletrônica, corresponde à personalização do indivíduo que se define pelo desejo de sentir “mais”, de vibrar ao vivo, de ter sensações imediatas, do proibido pelo prazer (LIPOVETSKY, 2005, p. 6-7).

As performances técnicas dos sons elétricos permitiram que a música se tornasse um meio privilegiado do nosso tempo [moderno], inaugurada pelo *jazz* e prolongada pelo *rock*. Na verdade, os Beatles produziram imagens de comportamento numa época à forte contestação política de intervenção militar (1960-1970) das forças socioeconômicas dominantes. Suas canções de “paz e amor” eram o que os jovens esperavam para romper com a tradição dos protestos no Ocidente burguês, das marchas e insurreições estudantis.

A *beatlemania*, importante fenômeno psicológico e filosófico que se cruza com o conceito de Nietzsche (2005), do espírito dionisíaco ligado à música como forma de provocar tal mania à beira de algo demoníaco, parece revelar algo motivado pelo sexo reprimido por uma tradição. “A sedução, longe de ser um processo de mistificação, explorou na odisséia dos Beatles uma mania frenética; uma sensação de liberdade, um impulso dionisíaco: sexo, drogas, *rock*, afirmação da vida”. O frenesi da *Beatlemania* está muito próximo do espírito dionisíaco de Nietzsche (SWIFT, 2007, p. 207).

Para Morin (1989), a sedução do imaginário social e cultural elucida todas as imitações de comportamentos, de beleza, de fazer sucesso, de se impor. As afirmações imaginárias inspiradas pelas estrelas, mitos, ídolos, acabam desencadeando, também, afirmações concretas. Estimulam participações lúdicas, turismo, e sobretudo, amorosas. Abrem, nos dois sentidos, uma via de salvação pessoal, de narcisismo, autoestima, seja no mundo real ou no mundo dos sonhos.

É típico do mito encarnar-se de qualquer modo na vida real; mas é, também, porque o real se alimenta do imaginário (MORIN, 1989). A persistência do mito ao longo das gerações orienta o conjunto de suas condutas e fornece modelos através de formas simbólicas (THOMPSON, 1995) que, mais tarde, estabelecerão um novo sentido e uma nova dimensão para exprimir uma identidade particular.

Assim, a comunicação visual dos Beatles, no imaginário coletivo não se define apenas pela sedução de sua aparência, mas, sobretudo, pela maneira como se veicula e transforma o real num objeto que, ao mesmo tempo, “é mensagem, fala, comunicação e mito” (BARTHES, 1978, p. 131), uma entidade real que não “sobreviveria sem os enriquecimentos trazidos pelas emoções individuais ou coletivas” (MALRIEU, 1997, p. 105-106).

Por mais paradoxal que possa parecer, a forma e o jogo das aparências proporcionam nessa pós-modernidade nascente um renascimento comunitário que não deixa de ser inquietante. As diversas solidariedades quotidianas de grupamentos amigáveis, culturais, sexuais e esportivos estão aí para prová-lo. Diante disso, o reencantamento pós-moderno, pelo viés do mito, suscita uma função agregadora. Como é possível ver, há nesse estilo de vida, não mais o mito da emancipação elaborado durante a modernidade, o que prevalece, mito originado do ideal democrático, mas o mito originado de uma outra maneira de estar junto, mais afetiva, mais emocional do que racional. É a cultura do sentimento, um modo de dizer sim à vida, o desafio que lança a socialidade pós-moderna (MAFFESOLI, 1995).

Se a cultura de massa está imersa na moda como agente de aceleração do declínio dos valores tradicionais é, também, porque gravita em torno das estrelas e ídolos propondo novos estilos de vida fundados na realização íntima, no divertimento, no consumo, no amor (LIPOVETSKY, 1989, p. 215-222).

O que a caracteriza é o charme de sua aparência e o poder de ser definido como fábrica de imagens e sedução. A rejeição dos códigos convencionais ilustra no “jeans” a manifestação de uma cultura de massa padronizada consagrada como a negação do individualismo no vestuário. “Foi adotado em primeiro lugar pelos jovens, refratários às normas sempre em vigor voltadas ao consumo” (LIPOVETSKY, 1989, p. 148). Generalizado no final da década de 1960, sob a invasão da contracultura, as aspirações a uma vida privada livre, menos opressora, ilustrada pela explosão do *rock* e pela moda ditada pelos ídolos, a imagem cênica, sob o abuso de originalidade, o excesso das aparências e o impulso convergente do *rock* e da publicidade, deu ao jeans um novo salto para frente tornando-se a expressão da individualidade desprendida do estatuto social.

Um certo unissex conquistou o mundo sem por isso destruir a sexualidade e a sedução das aparências. Assim, as tendências conduzem atos, gestos, poses, atitudes, identificações imaginárias, à medida que a “estrela” se instala no espírito dos seus admiradores (MORIN, 1989). De uma maneira geral, não há nada no erotismo moderno que não tenha sofrido a influência, direta ou indireta

dos ídolos do cinema, da música ou do teatro, entre outros, produtos de beleza, substâncias erógenas, cosméticos, pinturas, vestuários, etc. Diversos mimetismos se fixam principalmente no vestuário. Paris dita a moda. As estrelas de cinema detêm o monopólio das grandes tendências da alta-costura parisiense (MORIN, 1989).

A propósito, os “quatro fabulosos de Liverpool”, apresentando-se em Paris, pediram a Pierre Cardin (MILES, 1997) para lhes fazer trajes de cena: calças estreitas, gravatas e casacos curtos, sem colarinho. Essa indumentária ia dar volta ao mundo.

Ainda Morin (1989), “os processos de identificação com padrões-modelos afetam até o problema da personalidade humana, que é simultaneamente mito e realidade” (MORIN, 1989, p. 101). A influência dos ídolos da adolescência pode continuar após esta fase, quando a personalidade ainda flutua entre o sonho e a realidade, “o que ocorre mais entre as mulheres de camadas sociais intermediárias: provincianas sonhadoras, deslumbradas, pequeno-burguesas” (MORIN, 1989, p.105).

Entretanto, a bem da verdade, a influência dos ídolos intervém e transforma o homem de hoje, em meio à evolução geral da civilização. No sentido literal da expressão, dão forma aos processos humanos do real e do imaginário. Segundo Debord (1997),

[...] a vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem, ao concentrar-se em si a imagem de um papel, concentra em si essa banalidade. A condição da vedete é a especialização do vivido aparente, sem profundidade que deve representar os tipos variados de estilos de vida da sociedade livre para agir coletivamente (DEBORD, 1997, p. 40).

Assim, as imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum e representam uma visão do mundo que se objetivou. “Em suma, os ídolos representam o seu papel em todos os níveis: no plano imaginário, no plano prático e, sobretudo, no plano da dialética entre o prático e o imaginário, isto é, nos caldos de cultura da vida afetiva, onde se constitui e onde se modifica a personalidade” (MORIN, 1989, p. 106). Pode-se comparar esse caldo de cultura da vida afetiva como resultado de uma relação com o coletivo, uma partilha, uma

sintonia, uma vibração que funciona pela interação, “o imaginário”, que é determinado pela ideia de fazer parte de algo. É uma força social de ordem espiritual, uma construção mental que Benjamin chama de aura. Essa aura, diz Maffesoli (2001), é uma atmosfera. O imaginário tudo contamina. Trabalha através de um arsenal de mecanismos: a emoção, a persuasão, a sedução, a euforia, o espetáculo que remete ao universo de cada um, estimulando as pessoas a serem “elas mesmas”, sem complexos, em plena liberdade para a livre escolha (MAFFESOLI, 2001, p. 74-79).

É o processo de personalização, definido por Lipovetsky (2005). Assim se explica o fascínio exercido pelos ídolos, estimulados pela mídia e todos os meios de comunicação visual, “encorajando o homem comum a se identificar com estrelas, a odiar o “rebanho”, e tornam cada vez mais difícil para ele aceitar a banalidade da vida cotidiana” (LIPOVETSKY, 2005, p. 53).

Cada geração gosta ou precisa de se reconhecer e de encontrar sua identidade em uma figura mitológica, uma estrela, um ídolo, um símbolo. A sedução comanda o ápice de sua adoração. Os ídolos despertam comportamentos e estilos miméticos em massa. O fenômeno tornou-se manifesto na década de 1960 do século passado, quando turbulentas mudanças culturais revolucionaram o mundo e o universo dos jovens da época inspirados e seduzidos pelo frenesi da música *rock*, passam à idolatria dos quatro jovens de Liverpool.

Para milhões de jovens, suas canções tinham um significado preciso: em casa, a asfixia, a paralisia na afeição. Fora, a liberdade, a possibilidade de fazer tudo. Subitamente os primeiros guias dessa estrada, os confidentes, o apoio moral, chamavam-se John, Paul, George e Ringo (PACHECO, 1988, p. 129).

Se a cultura de massa está imersa na moda é também porque gravita em torno de figuras de charme com sucesso prodigioso, que impulsionam adorações e paixões extremas: estrelas e ídolos. O que caracteriza é o charme insubstituível do seu visual, a moda do vestuário, a estetização do rosto, cabelos, mímicas e posturas: uma sedução enfeitiçadora de toda a sua individualidade. Mais do que a beleza, a personalidade é o imperativo soberano do ídolo. Este brilha e conquista o público pelo tipo da imagem que consegue impor aos fãs.

Do visual inocente de periferia dos bairros operários de Liverpool, os quatro moleques que encantaram o mundo com seu gênero musical, o *rock*, botas de couro e camisas aos quadrados passaram aos terninhos de veludo, cabelos espessos em franja sobre a testa, óculos de sol e sapatos bicudos. Pelo charme irresistível de uma personalidade com efeito arrebatador, mantinham um público de admiradores às bordas da histeria, nas salas de espetáculos.

Por ser um símbolo midiático da personalidade, o ídolo não é, de modo algum estranho ao sistema das pequenas variações da moda. Inventadas pelo cinema, as grandes vedetes invadiram o universo da música. Os cantores de charme fizeram desmaiar as multidões, e os grandes nomes do cinema atraíram os mesmos fervores, a mesma curiosidade, a mesma adoração. Com a explosão da música *rock*, a paisagem dos ídolos foi um pouco transformada, produzindo cada vez mais mini-ídolos que logo se eclipsam. Mas o espetacular permanecia limitado, a imagem não instituiu uma verdadeira ruptura com o cotidiano. Além disso, era estável quase ritualizada para cada ídolo.

“A idolatria das estrelas não é de mesma essência que o religioso, não é senão uma das formas extremas da paixonite moderna” (LIPOVETSKY, 1989, p. 218).

Como explicar os transportes emocionais dos fãs? Na realidade, pelo caminho da adulação dos ídolos, novos comportamentos podem surgir, os jovens conquistam uma parcela de autonomia, libertando-se de certo número de dominações culturais, imitando novas atitudes, desprendendo-se da influência de seus meios de dependência (LIPOVETSKY, 1989).

Os Beatles, como um dos maiores ícones dessa era, foram o estopim de inúmeras questões morais, políticas e culturais. Nada foi contestado com tanta paixão, quanto à experiência deles com os estados alterados de consciência; primeiro induzidos por drogas e depois por intermédio das práticas meditativas. Enquanto o *establishment* os rebaixava, denominando-os de mensageiros da psicodelia e de cabeludos sem religião, e a contracultura por sua vez os enaltecia como profetas sagrados de uma nova era, os próprios Beatles sempre negaram as imagens promovidas pelos dois lados (BAUR; SURBER, 2007).

Podemos dizer, entretanto, que eles sempre se recusaram, de maneira convicta, a se alinhar com tais grupos; pelo contrário, eram artistas com um dom, cuja genialidade foi, em parte, expressar com sutileza e inteligência alguns dos maiores dilemas da nossa época: um estilo de vida deslocado, uma cultura em ruptura, uma forma de contestação social. Eles não eram filósofos, mas suas canções de “paz e amor” projetaram sólidos valores e imagens da classe trabalhadora enfatizando sua ligação com as massas: cultura popular, cultura do povo, por meio de escolhas feitas pelos fãs. Baur (2007) questiona:

À primeira vista, permitir que os filósofos falem a respeito dos Quatro Fabulosos dos anos 60, que não se consideravam filósofos, parece ser tão oportuno quanto eles (John, Paul, George e Ringo) falarem dos “Quatro Filósofos (Platão, Aristóteles, Kant e Hegel) que jamais tocaram numa Banda de Rock (BAUR, 2007, p. 13).

Até agora, então, os Beatles ainda estão fazendo o que Maffesoli (1995) chama de “ideal comunitário”, uma existência compartilhada que tem por vertente o reencantamento do mundo. Os Beatles criam, assim, um entendimento melhor das próprias identidades prevalecendo o conjunto tribal, a “pessoa coletiva”, que se projeta sobre uma estrela de cinema, um ídolo da música, uma celebridade, enfim, um ambiente emocional que repousa sobre o contágio afetivo e partilha dos sentimentos (MAFFESOLI, 1995, p.145). É preciso cantar com os Beatles: “Nada vai mudar o meu mundo” (Nothing’s Gonna Change My World)” (KEALEY, 2007, p. 131).

O maior mérito da aventura dos Beatles foi ter projetado uma revolução cultural sem precedentes, no Ocidente burguês, e pelos ativismos políticos que abalaram as estruturas sociais, rejeitando valores e métodos da tradição filosófica moderna. A contestação contra a cultura moderna expressava uma mudança radical de comportamento reforçada pela rebeldia aos padrões atuais marcados por rigorosos códigos morais e sexuais.

As primeiras antimodas que, a partir dos anos sessenta ganham amplitude e nova significação, com a ruptura de estilos liderada pelos Beatles em sua imagem visual, musical e estratégias de diferenciação em relação ao mundo dos

adultos, multiplicaram, nos jovens, um anticonformismo exacerbado, um desejo de emancipação manifestado, não só na aparência do vestuário, mas também, nos valores, gostos, comportamentos, arriscando a provocação, o excesso, para surpreender ou chocar. “Os Beatles trilharam um caminho que nunca tinha sido explorado antes” (FRIEDLANDER, 2002, p. 117).

Seu impacto na cultura ocidental foi enorme. Os ousados cabelos longos, ternos uniformes sem lapela, óculos escuros, gravatas Pierre Cardin, batendo rigorosamente os calcanhares e, às vezes, balançando a cabeça em movimentos corporais interpretados como rebeldia e perigosa sexualidade (MILES, 1997), conquistaram seguidores fieis, a ponto de sua popularidade, fora de controle, explicar a intensidade da *beatlemania*, um fenômeno desvairado que ultrapassou a excitação pelos ídolos *pop* do outro lado do oceano.

A grande virada veio com o lançamento de Rubber Soul, em dezembro de 1965. As canções que utilizavam fórmulas simples do amor romântico sumiram: foram substituídas por referências abstratas, crítica social e a pesada *The World* (FRIEDLANDER, 2002, p. 133).

No contexto de todas as rupturas que eclodiram, ensejadas pelo impasse surgido entre o *sistema* e uma nova cultura, a cultura da juventude, deve-se levar em conta que as possibilidades de êxito dos estilos musicais populares dependiam de um clima que viesse a ser gerado para isso. Assim, roupas e gestos, cabelos e adornos, como todo o excesso cometido a partir da identidade do movimento contracultural, encontravam, nos acontecimentos políticos dos anos sessenta, a sua identidade.

Nesse caso,

[...] o termo identidade é mais político que filosófico. O uso popular da palavra em si mesmo pode ser um sintoma de importantes conflitos políticos e culturais. Assim, o conceito “identidade” dirige a atenção a um sentido mais elaborado do poder da cultura e a relação da cultura com o poder, o que dá um sentido de política cultural. Esta política cultural aplica-se tanto à crescente notoriedade da identidade como problema que aparece na vida cotidiana, quanto à própria identidade, controlada pelas indústrias culturais da comunicação de massa, que tem transformado a compreensão do mundo e o lugar dos possuidores individuais de identidade dentro do mesmo (GILROY, 1998, p. 64-65)⁵⁵.

A música popular, em suas manifestações e estilos mais revolucionários, acabou se transformando em instrumento desses novos hábitos. Influenciada pelo espetáculo, a música dos Beatles, como toda a grande obra de arte, revela verdades básicas sobre quem somos como seres humanos e as quais coisas damos valor absoluto. Se a princípio eles deram a impressão, dentro dos limites, de endossar o uso de drogas e depois a meditação como meios para criticar a consciência normal, e desaprovaram a revolução política defendendo a mudança de mentalidade, a última palavra da banda parece surgir no testamento final “Abbey Road”, com o refrão: “Todos juntos, sobre mim” (*Come Together*), deixando para trás os dilemas baseados em estados subjetivos de consciência, a favor da comunicação interpessoal (SURBER, 2007, p. 166).

É inegável que a comunicação visual dos Beatles é um modo de significação que não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como se incorpora a sua imagem gerando estratégias de marketing e publicidade, para tornar-se ícone de moda, estilo, sexualidade e, nas extravagâncias musicais, modelos de sedução: o mito como espetáculo da sociedade. Os espetáculos, em suma, descrevem a história que transforma o real em discurso, como diria Barthes (1978, p. 132).

É preciso acrescentar ainda que a experiência e a vida cotidiana mediadas pela cultura do consumo sinalizam para o estilo pessoal: a roupa, o carro, o corpo, o lazer, a comida, o discurso, devem ser vistos como indicadores de uma individualidade própria de um sujeito específico, ao invés de uma determinação de

⁵⁵ Tradução livre da autora.

um grupo de *status* (BARBOSA, 2004). Assim, quando um jovem passa a usar as mesmas cores que seu ídolo do *rock*, está apenas acrescentando um conteúdo material (a roupa) ao estilo de música que está ouvindo. No fim do processo, todavia, descobre-se que até mesmo a ruptura dos padrões existentes acaba sendo convertida em um gênero de consumo originado pelo estilo da música (CORRÊA, 1989).

Em cada estágio de sua breve trajetória musical, os Beatles nos apresentaram uma música, ao mesmo tempo, nova e audaz, desafiando a ouvir de modo diferente. “É isso o que existe de tão importante na obra artística dos Beatles: eles continuam e nos ensinam a ouvir diferenças” (BAUR, 2007, p.239).

Pode-se dizer que os Beatles permanecem vivos no imaginário social e cultural da contemporaneidade. Foram inteiros. Revolucionaram um sistema. Levaram os jovens a um delírio. Pela sedução de sua imagem e de sua música, o *rock*, mudaram costumes e estilos, cultivaram a originalidade pessoal, marcaram o fim da ruptura com os códigos dominantes. Em Lipovetsky (2005), lemos:

[...] os inovadores artísticos da segunda metade do século XX vão enaltecer os valores baseados na exaltação do “eu”, na autenticidade e no prazer, valores hostis aos costumes da burguesia. Os inovadores radicalizam suas críticas às convenções e instituições sociais, tornam-se contendores encarniçados contrários ao espírito burguês. Viver com o máximo de intensidade, desregramento de todos os sentidos, seguir os próprios impulsos e à própria imaginação (LIPOVETSKY, 2005, p. 63).

Sem dúvida, eles foram inovadores: os eternos Beatles. Os quatro jovens de Liverpool não eram filósofos, por isso não devemos esperar encontrar nenhuma resposta clara às perguntas de suas músicas. Eles eram artistas com um dom, cuja genialidade foi, em parte, expressar com sutileza e inteligência alguns dos maiores dilemas de nossa época. “Os Beatles não existem mais, mas as suas canções, e também as questões, ainda permanecem” (BAUR, 2007, p.168).

Os *Fab Four* ingleses, como eram chamados, não tiveram apenas impacto sobre a música, mas também influenciaram a moda, os cortes de cabelo e a forma de ser dos jovens de uma geração. Foi esse sucesso estrondoso um elemento

de comunicação visual no imaginário social e cultural do século XX até aos dias atuais, fundado no princípio de uma identidade de sedução das aparências.

O quadro indicado, abaixo, traz as categorias emergentes da revisão teórica que foram aplicadas neste terceiro capítulo, por estarem mais adequadas ao tema proposto. Na Análise de Conteúdo, as categorias são definidas como rubricas ou classes que reúnem um grupo de elementos. Esses elementos são denominados recortes, ou seja, unidades de registro, que, por sua vez, é a unidade de significação a codificar. Podem ser “palavras-chave, palavras-tema, palavras plenas ou vazias, categorias de palavras, neste caso, substantivos, adjetivos, verbos”, que se articulam e se inter-relacionam em razão de características comuns (BARDIN, 1977, p.104-105).

Simplificando, caracterizar significa agrupar grande número de informações à custa de uma esquematização, correlacionando conceitos e ideias de determinado acontecimento [midiático] para ordená-los (BARDIN, 1977). A mesma tabela é válida para explicar, *a posteriori*, a permanência do mito Beatles durante o século XX e o contemporâneo vivenciado, referente ao quarto e último capítulo desta pesquisa.

CATEGORIAS EMERGENTES DA REVISÃO TEÓRICA		
CATEGORIA	CONCEITO	SUPORTE TEÓRICO
Formas Simbólicas	Ampla espectro de ações e falas, objetos e expressões de vários tipos, gestos, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construções significativas.	John B. Thompson (1995, p.79-181).
Imaginário	Na perspectiva sociohistórica, é o espírito do tempo, pois traduz uma aura, uma atmosfera, decorrente de estilos de vida, sensações, paixões e sentimentos partilhados.	Michel Maffesoli. In: Revista Famecos. O imaginário é uma realidade (2001, pp.74 a 81).
Sedução	No sentido em que o processo de	Gilles Lipovtesky

	personalização reduz os quadros rígidos e coercitivos e conduz a um envolvimento dos sujeitos pela aproximação, pela conquista.	(2005, pp.3-11)
Mito	<p>O mito como sistema de comunicação, uma fala, uma mensagem. É um modo de significação, uma forma que não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como se veicula (é a história que transforma o real em discurso). Nesse sentido, está aberto à apropriação da sociedade e não sobreviveria sem os enriquecimentos trazidos pelas emoções individuais e/ou coletivas.</p>	<p>Roland Barthes. (1978, pp. 131-132).</p> <p>Philippe Malrieu (1997, pp.105-106)</p>

Quadro n. 3: Categorias emergentes da revisão teórica.

4 A PERMANÊNCIA DO MITO BEATLES DURANTE O SÉCULO XX E O CONTEMPORÂNEO VIVENCIADO

Neste capítulo, vamos tratar da Interpretação/Reinterpretação, que é a terceira e última fase da Tríplice Análise apresentada por Thompson (1995) no referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade. De acordo com o autor, esta etapa exige que seja feita uma síntese dos possíveis significados, construídos a partir da Análise Sociohistórica e da Análise Formal ou Discursiva Narrativa, que são as duas fases anteriores.

À luz da Hermenêutica de Profundidade, nosso objeto de estudo, **a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural**, é considerado uma forma simbólica que nos permite visualizar através do que comunica, alguns aspectos relevantes da atualidade.

Formas simbólicas são construções significativas, que exigem uma interpretação; elas são ações, textos, falas, imagens que, *por serem* construções significativas, podem ser compreendidas (THOMPSON, 1995, p. 357).

Os métodos de análise usados na Análise Discursiva procedem para “quebrar, dividir, desconstruir e desvelar os padrões e efeitos que constituem e que operam dentro de uma forma simbólica ou discursiva”, enquanto que a Interpretação constrói a análise, com base na Análise Sociohistórica (THOMPSON, 1995, p.375).

Vale lembrar, ainda, que a Interpretação é caracterizada por uma síntese, que reúne as formas simbólicas e suas inter-relações, pois mesmo que a Análise Formal ou Discursiva Narrativa seja rigorosa nos seus métodos de análise, o estudo significa um enfoque parcial e, por isso, não pode ser abolida a necessidade de uma “construção criativa do significado, isto é, uma explicação interpretativa do que está representado ou do que é dito” (THOMPSON, 1995, p. 375).

Quanto ao aspecto referencial, no processo de Interpretação, Thompson (1995) justifica que é preciso procurar compreender o que dizem, a que se referem e

o que representam as formas simbólicas. Junto com a Análise Sociohistórica e com a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, essa fase da Hermenêutica de Profundidade nos auxilia a perceber, de um modo novo, as formas simbólicas em relação aos contextos de sua produção e recepção e à luz dos padrões e efeitos que a constituem.

Para o autor, a Interpretação transcende a contextualização das formas simbólicas, entendidas como produtos socialmente situados e constituídos por uma estrutura articulada. A Interpretação é mediada pelos métodos do enfoque da Hermenêutica de Profundidade. Com relação a esse aspecto, Thompson (1995) acredita que tal processo é ao mesmo tempo uma Re-Interpretação, tendo em vista estarmos interpretando um campo pré-interpretado. Em virtude disso, nossas ponderações acerca da **comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural** podem divergir do significado construído pelos sujeitos do mundo sociohistórico.

Não raro, o processo se torna arriscado, cheio de conflitos e aberto à discussão. Mesmo assim, é preciso reconhecer que “a possibilidade de um conflito de interpretação é intrínseco ao próprio processo de interpretação”, permitindo a divergência entre uma Interpretação de superfície e uma de profundidade, entre a pré-interpretação e a Re-interpretação, criando desta forma um espaço metodológico que o autor denominou de “potencial crítico da Interpretação” (THOMPSON, 1995, p. 376).

Do mesmo modo que a Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), no contexto dos métodos de pesquisa em comunicação de massa, a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) se ocupa basicamente com a análise de mensagens:

[...] mensagens obscuras que exigem uma interpretação, mensagens com um duplo sentido cuja significação profunda só pode surgir depois de uma observação cuidadosa ou de uma intuição carismática. Por detrás do discurso aparente, geralmente simbólico e polissêmico, esconde-se um sentido que convém desvendar (BARDIN, 1977, p. 14).

Da perspectiva da Análise de Conteúdo, o pesquisador que trabalha seus dados está sempre buscando um texto atrás de texto, ou seja, um texto que

não está aparente já na primeira leitura e que precisa de uma metodologia para ser desvendado. Por ser considerado um método empírico, esse tipo de análise depende do tipo de fala a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo. Tal como a Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), a Análise de Conteúdo é usada quando se quer ir além dos significados, da leitura do simples real. Aplica-se a tudo o que é dito, a toda comunicação verbal e a toda comunicação não-verbal: imagens, gestos, posturas, comportamentos e outras expressões culturais (BARDIN, 1997).

Assim, no seu amplo espectro de contextualizar o panorama sócio-histórico e os fenômenos culturais, políticos e sociais vivenciados na década de 1960, caracterizada pela efervescência das contestações e radicalismos da juventude, que revolucionaram o imaginário de uma geração inquieta, fascinada pelos então ídolos do *rock*, propomos, para maior compreensão de uma abordagem interpretativa sobre o surgimento da imagem pública dos Beatles e sua permanência como mito ao longo do século XX e o contemporâneo vivenciado, usar como referencial metodológico a Hermenêutica de Profundidade proposta por Thompson (1995).

Embasada no pensamento do autor e na pluralidade de interpretações que caracterizam como forma simbólica o mito Beatles, convém analisar a interação do sujeito com a ampla diversidade dos fenômenos os quais sustentam a sua imagem como mito, numa sociedade de consumo e de espetáculo:

As formas simbólicas são produzidas, construídas e empregadas por um sujeito que, ao produzir e empregar tais formas, está buscando certos objetivos e propósitos tentando expressar aquilo que ele quer dizer ou tenciona nas e pelas formas assim produzidas” (THOMPSON, 1995, p.183).

O enfoque da Hermenêutica de Profundidade como referencial para uma Análise Sociohistórica construída a partir da elucidação do contexto social vivenciado pelos Beatles, concebido como “esquemas flexíveis” (THOMPSON, 1995), se deve à educação recebida por eles no âmbito familiar e às instituições sociais, de que faziam parte. Sendo assim, tais esquemas sociais deveriam orientar o sujeito, no decorrer de sua vida cotidiana. Por isso, nas sociedades tradicionais,

como na Inglaterra dos Beatles, por exemplo, os padrões rígidos de conduta eram impostos ao sujeito desde o seu nascimento. Entretanto, reconstruindo o conjunto de pressupostos referentes às transformações culturais associadas com o surgimento das sociedades industriais modernas, discernidas nos escritos de Marx e Weber, essa história adquiriu novos contornos na década de 1950 e na década de 1960 (THOMPSON, 1995).

Dentro dessa história, as ideologias têm um papel a desempenhar como sistemas seculares de crenças que emergiram às vésperas do abandono da religião e da magia, e que serviram para mobilizar a ação política num mundo libertado da tradição” (THOMPSON, 1995, p. 106).

Assim, a desmistificação das crenças populares e o declínio da religião mítica e da magia, cederam lugar a uma nova era vista por Weber como “o destino dos tempos modernos” (THOMPSON, 1995, p.108). Na opinião de Ortiz (1994), “[...] o mito tem um papel fundamental nas sociedades primitivas. Ele explica a atualidade pelos acontecimentos passados nos tempos imemoriais, na idade em que os deuses ainda estavam fixando a mitologia dos povos” (ORTIZ, 1994, p.132).

Com a evolução da sociedade humana pelo pensamento reflexivo e pelo progresso das ciências, o papel do mito passa a ser representado artisticamente (D’ONÓFRIO, 2002). Com a perda da sacralidade e a conseqüente humanização do mito, dá-se a passagem da forma primitiva inventada pelos homens, para explicar a origem das coisas ou justificar padrões de comportamento, a um estado de consciência no qual o homem começa a pensar e a refletir, consagrando o fim da inocência mítica para adentrar em nossas sociedades ditas racionais.

Com o advento da nova era, a busca incessante pelo novo, e por um novo racional, vem como conseqüência à derrocada dos valores e das verdades até então estabelecidos. E foi a partir de rupturas no pensamento tradicional que surge a modernidade. Segundo diz Lipovetsky (1989), o atrativo do novo é sentido como instrumento de liberação pessoal, como “experiência a ser tentada e vivida” (LIPOVETSKY, 1989, p. 183).

Teixeira Coelho (2001) propõe três grandes abalos na base das transformações que mudaram a maneira de o homem encarar a si mesmo e o

mundo: a razão, a tecnologia e a ciência. Não apenas a ciência moderna e as técnicas industriais são testemunhos desse processo, que é visto como uma saída da obscuridade religiosa, da superstição e do mito antigo, mas a racionalização da cultura ocidental como processo de esclarecimento que, segundo Adorno e Horkheimer (1985), começa quando o espírito se separa da natureza para dominá-la.

Diante desse contexto, acontecimentos espetaculares que, sem dúvida, marcaram o imaginário do sujeito moderno, transformando seu cotidiano pelo caráter revolucionário da modernidade rompendo a tradição, encontramos em Adorno “a importância da arte moderna para delinear teoricamente a força de um pensamento inconformista” (FREITAS, 2003, p.10). Focalizamos, para caracterizar o pensamento inconformista, adentrando na primeira metade da década de 1960 da modernidade, o mito Beatles, disseminado pelo mundo através da Indústria Cultural, criando um mercado exclusivo de consumo pela música do *rock*, cinema, fotografia, moda, em estilo próprio, que manteve sua permanência durante o século XX, perpassando para a contemporaneidade numa ideia recente de pós-modernidade.

A Análise Sociohistórica, primeira etapa proposta por Thompson (1995) no referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade recai sobre um processo interpretativo das construções significativas do contexto social, onde circulam os fenômenos culturais entendidos como formas simbólicas. Para o autor,

[...] estas formas simbólicas não são apenas concatenações de elementos e suas inter-relações; são também, representações *de algo*, apresentam ou retratam alguma coisa, dizem algo *sobre* alguma coisa (THOMPSON, 1995, p. 189).

Assim, a imagem pública dos Beatles como mito, sedução, novidade, vai além de uma análise dos traços internos que busca explicar o que está sendo representado ou dito, mas expressa, através de uma forma simbólica, um significado. Isso explica a influência que exercem sobre o imaginário coletivo. Não foi diferente com os quatro rapazes de Liverpool inspirados na imagem dos seus ídolos favoritos. Com suas guitarras elétricas a tiracolo, eles começaram a compor

baladas e a cantar, imitando a aparência e o espírito de rebeldia que emanava dos seus heróis prediletos.

Na realidade, com a aparência desleixada e com a moda jovem, moderna e rebelde de vestir dos anos cinquenta do século passado trazida por Elvis Presley, símbolo maior do *rock and roll*, o estilo *Teddy Boy* dos Beatles, ou seja, jaqueta de couro preto, topete e jeans, botas bicudas, óculos escuros, chicletes, motocicleta ou lambreta, seduziam a juventude da época através do seu visual e das formas simbólicas difundidas pelos bens de consumo. Isto significa que

[...] as formas simbólicas estão sempre inseridas em processos e contextos sociohistóricos específicos dentro dos quais e por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e recebidas (THOMPSON, 1995, p. 192).

Contextualizando a modernidade como um novo tipo de sociedade, de cultura e de indivíduo, que nasce numa era de negação da tradição e se apoia na cultura da novidade (LIPOVETSKY, 2005), aos poucos dilacerada por uma crise capitalista instaurada pela proliferação das doutrinas políticas ou dos *ismos*, desde o socialismo e o capitalismo até ao liberalismo, ao conservadorismo e ao nacionalismo, percebemos que a modernidade se coaduna “à aspiração à autonomia individual” (LIPOVETSKY, 1989, p.183), enquanto o modernismo “se tornou uma revolução, uma ruptura nítida na trama do tempo, uma descontinuidade entre o antes e o depois e afirmação resoluta de uma outra ordem” (LIPOVETSKY, 2005, p. 61). “O moderno, no limite, é o novo - e o novo é a consciência neurotizada da modernidade” (COELHO, 2001, p. 18).

Já o modernismo é um estilo que não se contenta em produzir variações estilísticas e temas inéditos; é uma obsessão que desqualifica, na mesma arrancada, as obras mais modernas: trabalhos de vanguarda tornam-se de retaguarda e obrigam a invenção ininterrupta. É apenas uma rebelião contra si mesmo (LIPOVETSKY, 2005).

Em outras palavras, podemos dizer que é suficiente estar engajado numa corrente contrária ao *sistema*, para que essa mesma corrente, aos poucos, vá transformando todo o seu conjunto em corrente de uma outra manifestação, pois ela

tem sido a um só tempo a condição de rompimento transformado em outro padrão. Isto é, alguém que, embora se vestisse, usasse cabelos ao corte do ídolo ou portasse adornos dos adeptos do movimento (contracultura), nada mais era do que um consumidor do modismo e passava imediatamente a fazer parte do mundo contrário ao *sistema* vigente, caracterizando, desse modo, a sua principal identidade (CORRÊA, 1989).

Para Hall (2004), por exemplo, a identidade do sujeito pós-moderno é definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Já as identidades modernas são por definição identidades de mudança constante, rápida, “descentradas”, isto é, deslocadas ou fragmentadas. Em essência,

[...] as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2004, p. 7).

Analisando as rupturas estéticas da comunicação visual dos Beatles, na modernidade, o modo de trajar, camisas alinhadas, elegantes ternos Pierre Cardin com gola de veludo nas cores azul-escuro, cinza-claro (MILES, 1997), moda Coco Chanel, com colarinhos pequenos ou ainda ternos sem lapela abotoados com apenas três botões (REVILLA, 1994), a sedução, que possibilitou aos jovens de sua geração cultivar o novo, proposto pelo mito, provocando uma sensação de liberdade, de alternativas de emancipação, concluímos que “o impulso de uma cultura *jovem* no decorrer dos anos 1950 e 1960 acelerou a difusão dos valores hedonistas, contribuiu para dar uma nova fisionomia à reivindicação individualista” (LIPOVETSKY, 1989, p. 120).

A cultura modernista tem por centro o “EU”, característica marcante do modernismo inerente à modernidade. “O hedonismo moderno permite evocar estímulos, através da imaginação tanto na ênfase da novidade quanto na

insaciabilidade de consumo” (BARBOSA, 2004, p. 51-53). Analisando, pois, a década de 1960 do século XX numa perspectiva sociohistórica da modernidade, época do apogeu artístico dos Beatles, que em muitos aspectos mudou a imagem do mundo e revolucionou o imaginário de uma geração, é preciso evocar Thompson (1995) procurando mostrar como o referencial da Hermenêutica de Profundidade é relevante para interpretar e compreender as construções significativas das formas simbólicas enfocadas sob diversos pontos de vista num contexto social.

O objeto do estudo em questão é abordar, numa Análise Interpretativa e não menos instigante, a permanência do mito Beatles através da modernidade do século XX, época em que surgiram como ídolos numa ruptura radical de destruição das formas passadas de vida, valores e identidade. Para tal, é relevante como referencial metodológico proposto por Thompson (1995) recriar condições onde circulam e são criadas as formas simbólicas, aplicando a Hermenêutica de Profundidade que, fundamentalmente, vai Interpretar/Reinterpretar os fenômenos culturais e sociais num determinado contexto histórico. De acordo com o autor, “[...] esses fenômenos são extremamente complexos, apresentam muitos aspectos diferentes, e podem ser enfocados de diferentes maneiras” (THOMPSON, 1995, p. 356).

A década de 1960, por exemplo, caracterizou-se por transformações que afetaram a sociedade ocidental. De modo amplo, “talvez o traço mais marcante dessa década tenha sido a revelação do poder jovem, a juventude, vindo a constituir uma força política até então desconhecida”, de um lado por atuar independentemente das ideologias vigentes herdadas das gerações anteriores, de outro, por converter seu inconformismo, em revolta (ZILBERMAN, 1989, p.8).

De acordo com Thompson (1995), “[...] a Hermenêutica nos recorda que os sujeitos que constituem parte do mundo social estão sempre inseridos em tradições históricas” (THOMPSON, 1995, p. 360).

A modernidade assistiu ao nascimento de uma cultura, do estilo de uma época. Estilo de vida, onde predomina o hedonismo, o estético, o místico, a aparência pelo manejo das imagens ou mesmo pelo consumo desenfreado da cultura de massa (MAFFESOLI, 1995). Assim se explica o fascínio exercido pelos indivíduos célebres, estrelas e ídolos, estimulados pela mídia que intensifica os sonhos narcisísticos de celebridade e de glória encorajando o homem comum a se

identificar com eles. O narcisismo alimenta mais o ódio do que a admiração pelo EU (LIPOVETSKY, 2005).

O hedonismo, até então apanágio de uma pequena minoria de artistas e intelectuais, vai se tornar o comportamento geral da vida corrente, e é aí que reside a grande revolução cultural das sociedades modernas (LIPOVETSKY, 2005, p. 63).

Com o advento da modernidade, certos tipos de aparência e postura corporal se tornam importantes. Modos de adorno facial ou de vestir, por exemplo, sempre foram, até certo ponto, meios de individualização, a aparência denotava principalmente a identidade social mais do que a identidade pessoal. Em muitas situações em culturas pré-modernas, a aparência era, em geral, padronizada em termos de critérios tradicionais. Hoje, a roupa e a identidade social não estão inteiramente dissociadas, continuam sendo um instrumento de sinalização do gênero, da posição de classe e do *status* ocupacional. Modos de vestir estão influenciados por pressão de grupos, propaganda, recursos socioeconômicos que muitas vezes promovem a padronização. A aparência, para dizê-lo claramente em termos de ideias tratadas aqui, vira um elemento central do projeto reflexivo do “EU” (GIDDENS, 2002).

A Hermenêutica de Profundidade coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação. Por esse viés, o mito Beatles, como forma simbólica, interpretado e reinterpretado pela imagem impactante do visual extravagante de suas roupas, seus adornos e gênero musical justifica a permanência do mito durante o século XX e a contemporaneidade. Focalizamos, para compreender as características do mito enquanto forma simbólica, partir da interpretação dos fenômenos culturais que influenciaram o comportamento e a imagem cênica dos Beatles sob o excesso das aparências, o impulso frenético do *rock*, o abuso da originalidade, a publicidade que impulsionou a paixão dos fãs, a sedução pelo visual espetacular.

O universo do espetáculo não cessa de ir ao encontro da vida, de enredar-se no mundo. O fenômeno não exprime apenas um anelo ideológico coletivo, mas traduz também a irreprimível democratização do estrelato (LYPOVETSKY, 1989, p. 217).

Segundo a Hermenêutica de Profundidade, “a Análise da Estrutura Narrativa, originando-se do trabalho pioneiro de Propp, sobre lendas russas, é um enfoque bastante comum no estudo do mito. Foi adotado e desenvolvido de diferentes maneiras por um número de autores contemporâneos, incluindo Barthes, Lévi-Strauss, Greimas, Todorov, Bremond e Genette” (THOMPSON, 1995, p.373).

Este enfoque, falando de um modo geral, é a narrativa de uma sequência de acontecimentos que envolvem uma história real ou imaginária. Seguindo os passos de Thompson (1995), a necessidade de uma explicação interpretativa do que está sendo representado ou dito não pode ser abolida. É o que vamos narrar, num contexto social que desencadeou uma sequência de acontecimentos, na década de 1960, tendo como pano de fundo a explosão da imagem pública dos Beatles e o sucesso do grupo diante do espectador, ocorrido em plena modernidade, perpetuando-se como mito, além dos efeitos do tempo e das transformações culturais concebidos como modelos de inovação aliada à ruptura dos estilos reinantes, que, pelo esgotamento da trama modernista passa a outro tipo de sociedade a qual se convencionou chamar de pós-modernidade ou contemporaneidade vivenciada.

Sendo assim, convém assinalar que a imagem construída por eles na época, causou impacto na mídia e no imaginário dos jovens ávidos de mudança, inaugurando uma trajetória interpretada como mensagem, uma forma simbólica que tem um significado, ou seja, a comunicação de alguma coisa. Para Thompson (1995), essa trajetória tem características definidas de acordo com a relação dos papéis dos personagens no desenvolvimento da história, identificando o espaço-tempo em que as formas simbólicas foram produzidas.

Os primeiros sinais para indicar a trajetória da imagem pública dos Beatles vieram logo no início da década de 1960 do século XX, quando quatro jovens adolescentes, ousados e irreverentes, emergentes dos mais baixos

patamares da hierarquia social inglesa projetaram valores e imagens para abraçar ideais antissistema. Enquanto o sistema os aviltava, chamando-os de arautos do movimento psicodélico e de gurus sem religião, a contracultura os celebrava como profetas sagrados de uma “nova era” (SURBER, 2007).

Enquanto os Beatles se tornavam uma referência comportamental para a juventude, a indústria de consumo começava a explorar o momento. Comportamentos miméticos em massa imitavam sua imagem e postura. “O que caracterizou o charme insubstituível da aparência do *star system* pode ser definido como fábrica encantada de imagens e sedução (LIPOVETSKY, 1989, p. 214).

Do estilo de gangue de moda em couro preto, calças justas e costeletas, cabelos com franjas na testa, cenas delirantes em suas aparições, gritos estridentes, histerismo coletivo, os Beatles, que mascavam chicletes, passaram, por exigências de seu empresário Brian Epstein, a modificar de forma radical o seu visual, limpar aquela aparência rebelde, e os ternos elegantes de veludo substituíram o couro, as gravatas Pierre Cardin adornaram seus pescoços e os cabelos cresceram macios e limpos (BERNSTEIN, 1982). Outra imposição de Brian Epstein, foi a questão da postura. Um comportamento menos louco em cena mantendo-se nos lugares, em vez de saltarem como selvagens. Só assim a banda poderia obter um lugar de destaque no mercado fonográfico e conquistar o mundo da fama, além de um público fiel de admiradores no mundo inteiro (MILES, 1997).

Num modo visível de olhar a mudança radical na construção da imagem pública dos personagens dessa história foi a moda, característica marcante da modernidade (KELLNER, 2001).

Segundo Lipovetsky (1989), a idolatria pelos ídolos é uma das formas extremas do fanatismo moderno. A moda brilha com todo o seu esplendor, e a sedução está no ápice de sua magia. A sociedade de consumo ganha uma imagem de marca, sai do anonimato, personaliza-se e a publicidade investe nas revistas de moda, nas vitrines dos centros comerciais, nos vestuários de promoção e da inflação democrática das marcas. Houve, assim, uma descontinuidade na imagem dos Beatles na maneira de vestir que se diferenciou dos ídolos norte-americanos do *rock and roll* da década de 1950, quando desencadeou a maior revolução cultural ocorrida desde Elvis Presley e outros, durante a modernidade. A moda, responsável

“pela rejeição dos códigos rigoristas e conformistas foi ilustrada diretamente pela música *rock* e pela roupa descontraída” (LIPOVETSKY, 1989, p.148).

A necessidade de ruptura com os valores então vigentes acelera a fase de transição na trajetória da imagem pública dos Beatles, numa etapa que caminha no sentido de descobrir sempre o novo e, sob a influência da *Pop Art*, na década de 1960, surge a ideia da pós-modernidade com várias mudanças na incipiente cena *pop* da sua época. O mundo vivia o tempo do *flower power*. Os jovens de então agitavam bandeiras pacifistas, descobriram o amor livre e prazeres psicodélicos, trazendo todos esses elementos da maneira mais inesperada possível. A principal delas foi desencadeada por um LP considerado por muitos a obra-prima do conjunto: *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band*, que marcou o início de uma era mística e enigmática para a banda.

Numa manifestação de contracultura à sociedade e à moral conservadora, o grupo integra-se à filosofia de um contingente cada vez maior de jovens, principalmente norte-americanos, que se chamam de *hippies* e se manifestavam de uma forma pacífica mas radical, contestando os valores tradicionais, fazendo vigílias contra a Guerra do Vietnã (1959-1975), pregando paz e amor, e algo que intranquilizou as autoridades, usando abertamente drogas como maconha e *LSD* (Dietilamida do ácido lisérgico).

O líder de um pequeno grupo de *hippies* chamado “A Família”, de nome Charles Manson, um fanático radical apaixonado pelos Beatles, interpretava as mensagens dos discos da banda e com o seu grupo que vivia na periferia das cidades, vendendo drogas, praticando sexo grupal, roubando e realizando rituais, além de buscar nas canções dos Beatles pistas e símbolos ocultos, era, na verdade, uma espécie de seita de alucinados fanáticos (FALKENSTEIN; ZEIS, 2007).

Nesse clima dos anos sessenta do século que passou, a banda The Beatles exerceu forte influência nos adolescentes que queriam estar por dentro dessa onda de psicodelismo e liberdade de expressão juntamente com o fanatismo pelo *rock*. Nessa fase de transição da imagem visual dos Beatles à alucinação, que eles causavam no público, começou a atrapalhá-los. Se o psicodelismo era insinuado antes, a capa interna de *Sgt. Pepper's* fica explícita pelas referências às drogas, as múltiplas cores, chocantes, cabelos compridos, bigodes que decoram o nome do conjunto no encarte.

Assim, nesse contexto, toda a reprodução de modelos, enquanto manifestação do que expressaram no estilo do *rock*, a música e a imagem passam a ser um objeto de consumo na cultura de massa ligada às roupas usadas por eles, transformadas em moda pelos meios de comunicação, representando, dessa forma um referencial de identidade do estilo musical a que está associada.

Na era da explosão da mídia, da publicidade, da cultura de massa, dos sucessos musicais, a moda deixou de ser o privilégio de uma elite social, e todas as classes são levadas pela embriaguez da mudança e das paixões pelos modelos dos ícones. É a era da moda consumada e a extensão cada vez maior na vida coletiva.

Negligenciar estes contextos da vida cotidiana, e as maneiras como as pessoas situadas dentro delas interpretam e compreendem as formas simbólicas que elas produzem e recebem, é desprezar uma condição hermenêutica fundamental da pesquisa sociohistórica (THOMPSON, 1995, p. 164).

Na era moderna, com o surgimento das organizações industriais e o desenvolvimento da cultura de massa, os indivíduos se tornaram mais dependentes das forças econômicas e, diante dos caprichos da tecnologia, tornam-se cada vez mais escravos da cultura consumista frustrando sua imaginação, num arrastão de dependência da coletividade. A individualidade, traço marcante da modernidade, em vez de fornecer um espaço simbólico dentro do qual os indivíduos pudessem cultivar a sua imaginação e reflexão crítica, esse universo canaliza a energia dos indivíduos para o consumo coletivo de bens padronizados. É a “indústria cultural a que Adorno e Horkheimer referem-se, de maneira geral, às indústrias interessadas na produção em massa de bens culturais” (THOMPSON, 1995, p. 135).

Assiste-se, assim, ao florescimento da ideia de comunidade. A efervescência hedonista de todas as ordens leva à propensão de seguir o outro que é o grupo, a entidade, a massa. Uma nova mentalidade começa, então, a tomar conta do imaginário coletivo e, a partir da década de 1960, em plena modernidade, certas bandas musicais expressam ideias revolucionárias em relação às ideologias doutrinárias. Do ponto de vista de Thompson, “ideologia é o pensamento do outro, o pensamento de alguém diferente de nós” (THOMPSON, 1995, p.14).

Para retomar uma expressão de Schopenhauer (In: Maffesoli, 1999), “é puramente relativa, ou seja, todo o objeto ou fenômeno está ligado a outros e é por eles determinado” (MAFFESOLI, 1999, p. 43). Em Maffesoli (1995), o debate da vida social se estende ao estético, não como forma de arte, no domínio das belas-artes, mas como partilha de emoções e sentimentos comuns. Kant, em a *Crítica da Razão Pura* (1997), ocupa-se da sensibilidade como síntese transcendental da imaginação, e faculdade determinante dos sentidos.

Ao oferecer uma interpretação das formas simbólicas, estamos reinterpretando um campo pré-interpretado, mediado pelas fases do referencial metodológico da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995). Assim, na expressão de Schopenhauer (In: Maffesoli, 1999), toda a forma simbólica está ligada a outra e é por ela determinada.

Religamos tais formas simbólicas aos fenômenos culturais imanentes à modernidade: individualidade, hedonismo, narcisismo, moda, esteticismo, mito, determinados pela indústria cultural e o consumo da publicidade decorrente dos avanços tecnológicos. Vale lembrar que, para Rüdiger (1999),

[...] o desenvolvimento da indústria cultural coincide, historicamente, com a formação de grupos econômicos interessados na exploração das atividades culturais e o formidável crescimento do mercado de bens de consumo ocorrido nas primeiras décadas do século [vinte]. A comercialização da cultura vai ao encontro dos interesses do capital ao mesmo tempo que os capitalistas começam a ter interesse em criar uma nova cultura. A publicidade é o principal motor desse processo, na medida em que tanto lhe serve de estímulo como fornece as técnicas com as quais a indústria da cultura se apresenta à sociedade (RÜDIGER, 1999, p. 21).

Kant (1997) ocupa-se da sensibilidade como faculdade determinante dos sentidos, das emoções, da intuição, do entendimento. Formas simbólicas que, como síntese transcendental, abandona a razão humana para viver o cientificismo, o mito da modernidade (COELHO, 2001).

Quando a arte se uniu à indústria, à máquina e à técnica, ao final do século XIX, o resultado foi o esteticismo. Por sua vez, o esteticismo surgiu para mostrar, que na modernidade, a arte está por todos os recantos da vida cotidiana. Da publicidade à moda, da máquina ao trato corporal, tudo foi alcançado pela arte

ou por alguma forma de arte, uma estética da massa industrializada, levando-a aos sujeitos comuns. A arte exprime sempre o imaginário de sua época. A partir dos anos sessenta, a arte vai sofrer modificações profundas, em todos os níveis: na poesia, na arquitetura, na arte *pop*, na música, no *rock*, no cinema, na literatura, na arte ambiental.

A arte pós-moderna aparece então como um contraponto da arte do alto modernismo, tentando destruir fronteiras entre a alta cultura e a cultura popular tão discutida pela Escola de Frankfurt. Essa estética é agora anárquica (LEMOS, 1999, p. 226).

Depois que a cultura se transformou em Indústria Cultural, a arte perdeu sua aura, e nenhuma das formas artísticas escapa ao processo de vulgarização e banalização perdendo seu sentido pleno, a aura, um ouropel da luminosidade que “se elabora a partir de um processo complexo feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões” (MAFFESOLI, 1996, p. 15). Coisas que têm uma forte carga estética. No caso, trata-se de dar ao termo estética seu sentido pleno, e não de restringi-lo ao que diz respeito às obras de cultura ou às suas interpretações/reinterpretações.

Convém retomar o que Walter Benjamin dizia do estilo de arte, na era de sua reprodutibilidade técnica. “O que está perdido na obra seriamente reproduzida é a sua aura, essa qualidade singular, sua forma estética” (BAUDRILLARD, 1996, p.126). Nessa mesma linha de pensamento, interpretando ou reinterpretando a Hermenêutica de Thompson (1995), por um movimento de ideias necessários à Análise Formal ou Discursiva Narrativa, construções que representam algo sobre alguma coisa, convém abordar a música *pop* dos anos sessenta, fator de mobilidade estética da modernidade, representada por um novo gênero musical sempre associado a uma ideia de protesto que sugere a identidade das audiências com as grandes manifestações sociais ocorridas nesta segunda metade de século.

Por esse viés, o fenômeno conhecido pelo nome de Beatles passa a representar uma forma simbólica de uma nova cultura de massa, não só pelo gênero musical que interpreta, o *rock*, mas por tudo aquilo que representa além da música. Toda a sua imagem produziu grandes transformações de postura e identidade nas

novas gerações, ávidas por coisas novas, e histerismo coletivo nas aparições dos ídolos, identificando-se com eles. A indústria da moda se apropriou da sedução e da aparência dos quatro jovens de Liverpool, protagonistas de uma revolução cultural sem precedentes, porque gravita em torno do sucesso prodigioso que impulsiona adoração e fanatismos extremos: a *beatlemania*.

Como toda a cultura, a cultura de massa produz seus heróis, seus semideuses. Elabora modelos, normas; mas para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras (MORIN, 1997, p.109).

No *rock*, o protesto se evidencia nem tanto pela forma explícita das letras, evocando fatos ou episódios nefastos, mas principalmente pelo tema que elas abordam confrontando padrões ou agredindo costumes e convenções (CORRÊA, 1989).

Se, por um lado, suas raízes indicavam todo um passado contra a discriminação racial e o preconceito, por outro, inspirados pelas turbulentas mudanças culturais da década de 1960, os Beatles começaram a escrever canções que abordavam ideias fundamentais políticas, sociais e filosóficas. John Lennon era bem conhecido por sua inserção deliberada de letras absurdas nas canções dos Beatles, com o único propósito de confundir aqueles que acreditavam que podiam encontrar um significado mais profundo na obra da banda, contrastando com as primeiras canções lançadas, no início da carreira profissional: o amor adolescente e canções de amor e paz.

É evidente que os Beatles experimentavam o *LSD* (Dietilamida do ácido lisérgico) e foram transformados por essa influência constante, e modificados de tal maneira, claramente refletida na imagem visual da banda. Essa transformação dos Beatles foi repetida pela cultura jovem dos anos sessenta: intensas experiências alucinatórias inspiradas na droga e exposições a ideias expressas na filosofia oriental. A consumação dessas experiências para os Beatles foi uma viagem à Índia e uma série de estudos com orientação do Maharishi Mahesh Yogi. Seja mantra ou meditação, a adoção pelos Beatles da filosofia oriental trouxe, como resposta de suas explorações asiáticas, um certo fascínio pelos mistérios do Oriente.

Ainda que tenha aparecido com brevidade na música da banda, muito contribuiu para estabelecer interesses na cultura popular de hoje. Na afirmação de Martin (1995), John Lennon, herói da classe operária, simpatizante dos oprimidos, defensor das causas justas, levemente esquerdizante em política, completamente anárquico em suas atitudes, despertou nos Beatles a consciência dos problemas do mundo.

O *rock*, a partir dos anos sessenta, começava a ser exportado e, junto com ele, ia um novo estilo de vida. A Inglaterra descobriria os quatro garotos que, a partir de então, transformaram radicalmente o conceito de música popular. Experiências com tóxicos, resistência à repressão, contestação aos padrões morais predominantes, tentativas de um novo modelo de vida acabaram por influir decisivamente num estilo de ser diferente, que tinha na música e no visual seu principal veículo de difusão. Quase tudo o que foi comercializado após os espetáculos da década de 1960, o principal mercado foi o disco. Nesse sentido, o encargo de reinterpretar a criação musical e passá-la para a audiência evidencia, de certa forma, a possibilidade de recriação, tratando-se de uma transposição em relação ao que se ouve ou ao que se vê (CORRÊA, 1989).

Pela explosão da nova música desencadeada pelo estilo *rock*, a indústria fonográfica duplicou sua produção. Foi esse êxito de mercado que permitiu o arranque comercial das fitas magnéticas e dos cartuchos. O vídeo-clip por sua vez desempenha um importante papel nessa vinculação como meio de difusão visual da música, fundamentalmente dos shows organizados para que se fixe na mídia uma imagem do ídolo que a interpreta. A grande evidência do *rock*, enquanto gênero musical popular contemporâneo, deve-se ao fato de ter surgido como expressão de desacordo de uma geração mais jovem com os padrões existentes, com base em gêneros e estilos musicais anteriores que já vinham servindo como manifestação de protesto ou desacordo social.

Assim, a partir do momento em que episódios políticos e sociais provocaram os movimentos desencadeados na década de 1960 do século XX coincidindo com a expansão e a consolidação do *rock*, garantiram para os Beatles a conquista do mercado norte-americano, consolidando-se, também, na Europa. O *rock* estava internacionalizado. Depois de ensejar uma das mais radicais transformações na música popular, convertida em bem de consumo, os Beatles,

enquanto símbolos de uma postura contra o sistema, a começar pela música, o que importou mesmo foi a imagem visual de seus intérpretes, John, Paul, George e Ringo, difundida pelo mundo inteiro e que se constituíram na motivação para milhares de jovens mundo afora, numa identidade comum ainda acreditando que o “sonho não acabou” (CORRÊA, 1989).

Contudo, considerados um dos maiores ícones do gênero musical *pop* britânico da década de 1960 do século XX, os Beatles foram o estopim da grande virada comportamental que estava acontecendo entre os jovens da época. Uma das razões determinantes para essa mudança de atitude foi, sem dúvida, a aparência rebelde adotada pelo grupo e sua capacidade de inovar: momento explosivo da modernidade.

Modernidade é, pois, uma designação abrangente de todas as mudanças: intelectuais, sociais e políticas que criaram o mundo moderno. Em Kumar (1997), a modernidade é uma invenção da Idade Média cristã. O mundo antigo era pagão, o moderno, cristão. Com Cristo, todo o significado da história humana foi alterado, ou melhor, pela primeira vez se atribuiu um significado à história. O cristianismo deu novo alento à ideia de tempo e história.

A odisséia dos Beatles e sua imagem impactante exploraram a possibilidade de uma saudável mania frenética; uma sensação de liberdade, um impulso festivo dionisíaco como afirmação de vida (BAUR, 2007). Além do mais, o uso inteligente do humor e da aparência rebelde do *status* de *megastars* fez com que os Beatles conseguissem rir de si mesmos, seja fazendo piadas sobre a caspa do próprio cabelo ou ainda se divertindo com a farsa “Paul está morto”. Ainda que os quatro jovens de Liverpool não tenham ido tão longe a ponto de sugerir que todas as religiões são superstições enganosas, eles representavam uma ameaça legítima aos líderes religiosos que exigiam obediência aos seus seguidores.

Em março de 1966, John Lennon concedeu uma entrevista para o jornal *Evening Standard*, de Londres, e observou de maneira casual que

[...] os Beatles eram mais populares que Jesus Cristo. O cristianismo passará. Ele encolherá e desaparecerá. Não preciso discutir a respeito disso. Estou certo e o tempo provará que estou certo. Somos mais populares que Jesus agora. Não sei quem passará primeiro, o *rock* ou o cristianismo. Jesus era legal, mas seus

discípulos eram tacanhos e comuns. Foi o modo como eles distorceram o cristianismo que o arruinou para mim (DAVIES, 1993, p. 98).

Sob forte pressão do empresário do grupo Brian Epstein, os Beatles apresentaram desculpas ao Vaticano, que, por sua vez, se pronunciou dizendo cautelosamente que certos assuntos não deveriam ser tratados de maneira profana.

Será possível, como ponto referencial para entender, interpretar ou reinterpretar as mudanças do comportamento social e epistemológico da era contemporânea, interrogar se a pós-modernidade adveio das novas formas de estilo que romperam com a ortodoxia da modernidade, estimuladas pelas múltiplas interferências de um mundo globalizado ou, se a prevalência do estilo, como fator renascente de uma cultura em mutação, provocou uma modernidade em crise, capaz de revolucionar o pensamento ocidental, voltado, então, para a busca de algo não-superado que poderia denominar-se pós-modernidade ou contemporaneidade?

Esta hipótese constitui, em síntese, por construção criativa de possíveis significados, uma interpretação antecipada dos fenômenos sociais em causa, que Thompson (1995) propõe como referencial para a interpretação, a Hermenêutica de Profundidade, “visto como um procedimento complexo, mediado por diferentes fases de análise, como a Análise Sociohistórica e a Análise Formal ou Discursiva Narrativa, abertas à discussão e que passam a ser objetos de interpretação segundo as visões dos sujeitos que constituem o mundo social” (THOMPSON, 1995, p. 410).

Tomando como argumento as considerações de Thompson (1995), que possíveis significados possam estar sujeitos a uma interpretação antecipada dos fenômenos sociais em causa, abertos à discussão, chegamos à hipótese de que a modernidade, como período histórico, com características históricas e sociológicas específicas, foi esvaziada por uma “teoria pós-moderna chocantemente eclética em suas origens como sintética em suas manifestações” (KUMAR, 1997, p. 114).

Originando-se, sobretudo, na esfera cultural, o conceito de pós-modernidade ou contemporaneidade espalhou-se para abranger um número cada vez maior de áreas da sociedade: arquitetura, pintura, literatura, cinema, política, economia, família. Estamos vivendo uma transformação tão vasta que “Hassan, que se tornaria um dos principais profetas do pós-modernismo, via no modernismo o

princípio da “Autoridade” e, no pós-modernismo, o da “anarquia”, um composto de pluralismo, ecletismo, aleatoriedade e revolta” (KUMAR, 1997, p. 119). Em uma referência a Umberto Eco (1987, p. 19), Kumar (1997), em seus escritos, lembra que “a imaginação americana, exige a coisa real e, para consegui-la, tem que fabricar o falso absoluto. Na ilusão extraordinária de realismo, criada nesses lugares, em sua extravagante *bricolage* de estilos e objetos tirados de todos os países e de todas as histórias, há uma fusão da cópia e do original, e a cópia, na verdade, parece mais convincente que o modelo” (KUMAR, 1997, p.134-135).

Quando se anuncia uma nova era de arte, de saber e de cultura, impõe-se a tarefa de determinar o que foi feito do ciclo anterior, neste caso, a modernidade. Entramos naquilo que Daniel Bell (In: Lipovetsky, 2005) “chama de pós-modernidade, uma fase de declínio da criatividade artística” e de rupturas estéticas que varreu os valores modernistas pela criação do inédito e incorreu no pastiche, nas paródias, na bricolagem, no rompimento da cultura das elites apelando para obras fantasiosas, originais, porém híbridas (LIPOVETSKY, 2005, p. 62). “O ecletismo é a tendência natural de uma cultura livre em suas escolhas” (LIPOVETSKY, 2005, p. 99).

É no decorrer da década de 1960 que a sociedade pós-moderna assiste a uma efervescência desordenada, anárquica, inaugurando uma época de ruptura histórica, revolta estudantil, contracultura, hedonismo exacerbado, liberação sexual, voga da maconha e do LSD (Dietilamida do ácido lisérgico), cultura psicodélica, libertinagem, hippies, triunfo do antimoral, Andy Warhol e a *Pop Art* e o fim dos valores do cotidiano.

Nesse contexto ocorre o surgimento do *rock*, caracterizado pelos movimentos na música popular jovem, marca deixada por John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr, os Beatles, grupo que se estigmatizou pela imagem de um comportamento alterado radicalmente de prazer ilimitado, o deboche, a ironia, identificando-se com os seus heróis divinizados, exigindo por serem reconhecidos e consagrados, “a eterna atração da adolescência pelo desafio, pelas bebedeiras, o orgulho de se sentir ‘fora’ da sociedade, a recusa e o desejo de nela se integrar e, finalmente, a aceitação ou a rejeição do mundo tal como ele é” (MORIN, 1989, p.116).

É evidente que a década de 1960 do século XX, conhecida como a época da contracultura, favoreceu a busca incessante de novas experiências. Os exemplos de desordem cultural, a enxurrada avassaladora de signos e imagens que Baudrillard (1981) argumenta estar nos empurrando para além do social, são retirados da mídia: televisão, vídeos de *rock* e a MTV (Music Television) citados como exemplo de pastiche, mistura eclética de códigos, justaposições bizarras e significantes desconexos, ilegíveis e sem sentido (FEATHERSTONE, 1995).

Assim, o pós-moderno, na visão dos proponentes da pós-modernidade, pode ser observado nos novos espaços urbanos assinalando uma estetização maior na vida das pessoas, o desenvolvimento de novos redutos de consumo, tais como os shopping centers, museus, parques temáticos, entre outros. “As noções de beleza, por exemplo, predominantes na cultura de consumo, ampliaram-se na década de 1960 para além do padrão ocidental clássico, para levar em conta os padrões de outras culturas” (FEATHERSTONE, 1995, p.154).

Em contraste com a crença no progresso e na razão da era moderna, a era pós-moderna caracteriza-se pelas crenças e sentimentos de irracionalidade, indeterminação e anarquia. Essas características estão ligadas ao advento da “sociedade de massa” e da “cultura de massa em nossa época” (KUMAR, 1997, p.118). Hoje a vanguarda perdeu sua virtude provocadora, deixou de existir tensão entre os artistas inovadores e o público, porque ninguém mais defende a ordem e a tradição. A mentalidade liberal, que prevalece como movimento pós-moderno, busca, como forma de conduta, o impulso. Entramos naquilo que autores, como Daniel Bell, costumam denominar de pós-modernismo, etapa de decadência da engenhosidade ou inventividade da criação artística (LIPOVETSKY, 2005). Portanto, sob os efeitos da cultura de massa centrada na realização do “EU”, no desfrute e na espontaneidade, o hedonismo e o consumismo se tornam o epicentro da cultura pós-moderna. Assim, os que enfatizam os eventos históricos e a novidade, que a pós-modernidade pretende proporcionar, podem argumentar que as velhas hierarquias culturais estão se tornando obsoletas. Como bem lembrou Jameson (In: Kumar, 1997, p.159),

O importante é que estamos inseridos a tal ponto na cultura do pós-modernismo que é impossível repudiá-lo facilmente, da mesma maneira que qualquer louvação superficial da mesma é presunçosa e deturpada. Jameson (In: KUMAR, 1997, p.159).

Em suma, as mudanças revolucionárias da sociedade industrial identificam-se com a modernidade, no sentido de ter desencadeado no mundo um sistema que está em um estado permanente de crise e renovação. Dessa maneira, o pós-moderno é, sem dúvida, parte da modernidade. As transformações, que a era moderna propiciou ao indivíduo, libertaram-no dos seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas. É aí que nascem as aspirações contraditórias. Os convencionalismos das estruturas antigas voaram pelos ares, bem como as histórias de amor adolescente e, agora, um movimento de força impressionante, disseminado como sendo uma contestação dos valores então vigentes numa identidade própria que sacudiu o planeta pela indústria cultural, definiu o universo de uma época.

A sedução mítica dos Beatles, que explodiu as fronteiras planetárias da modernidade, pelos idos dos anos sessenta, como imagens de consumo e instrumentos de espetáculo exorcizando plateias delirantes, desde as formas mais aparentes de comportamento até às mais profundas seduções pela liberação de energias psíquicas, sociais ou materiais demarcaram a sua permanência na cultura ocidental, como mito, durante o século XX e o contemporâneo vivenciado. Cumpre dizer que o mito, sendo um ser irreal, expressa pela sua aura, espécie de invólucro (FREITAG, 1993) que envolve uma forma simbólica (THOMPSON, 1995), um culto por onde as fantasias do imaginário coletivo passam a realizar-se ganhando uma dimensão inacabada.

É difícil imaginar como é possível, há mais de meio século, que aqueles “quatro moleques”, vividos em anos intensos e cruciais para a cultura do planeta, anos em que os jovens aprenderam a sonhar seus próprios sonhos e sentir o poder do sonho comum que era o movimento juvenil do futuro, tenham, sem querer, despertado tantas emoções em tantas gerações numa constante viagem até ao amanhã. Mas, o que explica esta paixão?

A Inglaterra daquela época era o lugar onde tudo acontecia; os Beatles estavam na vanguarda do cenário artístico. A velha ordem parecia estar desmoronando. A irreverência, a rebeldia social e o inconformismo aos padrões comportamentais vigentes ajudaram a manter acesa a chama da contracultura, uma ruptura radical com os valores estéticos, disseminada pelos movimentos de contestação social. Nesse contexto, até mesmo as rupturas de si mesmo, encontram na avidez da audiência mais jovem uma forma de alterar-se. A geração dos Beatles ocupava, pouco a pouco, todos os postos avançados da nova cultura de massas, de que a música, o *rock*, se tornava o veículo perfeito para produzir influências, ao romper o círculo tradicional de gêneros musicais populares.

Toda uma postura de desdém para com os padrões rígidos aconteceu ao som do *rock* dos anos sessenta, o estilo dominante da música popular jovem. Se Elvis Presley, na década de 1950, se sacudia mais que uma bateadeira Walita, na década posterior os quatro cabeludinhos de Liverpool assumiram a liderança nas paixões juvenis, conduzindo as transformações para um universo de ideias bem mais amplo e provocador. Em pouco tempo, o talento criador da banda inglesa iria transformá-los “[...] num mito em ebulição constante que dominaria toda uma geração de adolescentes em quase todos os países do mundo” (MEDAGLIA, 2003, p.56).

A partir de então, o *rock* começava a transcender as fronteiras e, junto com ele, ia toda uma maneira de ser e viver. Por conseguinte, para entendermos a sedução e os mecanismos de popularidade que promoveram a imagem pública dos Beatles, é preciso perceber os aspectos do fenômeno que se desenvolvia à sua volta inaugurando formas de comunicar-se com os milhares de espectadores atirando flores, doces e bombons para o palco. Foram eles, os Beatles, máquinas de relações públicas da história. A influência dessa juventude foi tanta, que provocou sérias transformações na sociedade norte-americana e, por que não dizer, do mundo todo a vibrar e liberar energia por todos os poros: a guitarra em riste foi a arma do agito, e a munição, foi o *rock*.

Todavia, as características, embora específicas dos movimentos sociais detonados durante o século XX, levam a concluir que a contestação tem algo em comum: ela sempre inspira formas simbólicas (THOMPSON, 1995) que, de algum modo, são transformadas em produto. Contudo, foi apenas a partir da década de

1960, já em plena Guerra do Vietnã (1959-1975), que todo um movimento de resistência à guerra e à violência sintetizada no lema *Faça o amor, não faça a guerra*”, acabaria por se converter num mero argumento de consumo (CORRÊA, 1989).

Daí, a indústria cultural fez dos movimentos de contestação, como foi o dos Beatles em vertentes de posturas rebeldes, não raro tidos como estuários de drogados e delinquentes, o pretexto para a política de produção e exploração de sua identidade. Nesse sentido, a indústria da moda, que também se caracteriza pela renovação constante, vale-se de um gênero musical como o *rock* para a reposição de novos e diferentes estilos (CORRÊA, 1989).

Com as modas jovens inspiradas nos ídolos, a aparência registra um forte ímpeto individualista, arriscando a provocação, o excesso, a excentricidade para desagradar, surpreender ou chocar que se traduz na extravagância das roupas, nos adornos, nos cortes de cabelo, nos gestos, atitudes e posturas comportamentais. Ao lado da moda, a indústria fonográfica decorrente dos avanços tecnológicos deu à música uma possível utilização como linguagem comum da nova geração levando a arte ao cotidiano dos indivíduos. “Mesmo com toda a evolução tecnológica, o som desses rapazes de Liverpool não envelhece” (MANGA, 2003, p.61).

Nunca na história da indústria cultural alguém foi tão inventivo, original, revolucionário e popular como os Beatles. Nunca, na música *pop*, comercial de consumo, seja lá o que for, alguém inovou tanto, alguém brincou tanto, alguém cantou ou encantou tanto como eles (MANGA, 2003).

“O mito não imita o real, torna-se o real” (KUMAR, 1997, p. 136). Com a evolução das ciências na sociedade humana, o papel do mito passa a ser exercido pelo artista onde as aspirações do imaginário coletivo possam realizar-se. Morin (1989) nos revela claramente que a mitologia das estrelas não poderia ser considerada uma ilha de ignorância, de infantilidade, de religiosidade, no seio de uma civilização moderna que seria essencialmente racional. É justamente pelo advento da modernidade que a idolatria das performances artísticas, decorrentes pelos novos estilos de vida, suscitou a divinização dos ídolos, transformando a realidade em imagens, espetáculos da vida cotidiana que “confrontam as pessoas

com imagens-sonho” e que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade” (FEATHERSTONE, 1995, p. 100).

Aí nascem os mitos, os heróis portadores de mensagens, formas simbólicas que, mais tarde, estabelecerão um novo sentido e uma nova dimensão para exprimir uma identidade particular. O mito Beatles não surpreendeu o mundo num toque de magia. Desde as suas primeiras aparições em público, evidenciavam um flagrante rompimento com as tradições e padrões até ali predominantes. E o primeiro indício dessa ruptura foi a agressividade frenética do *rock* que se refletia no comportamento da juventude transviada, aos poucos substituída por uma atividade de paz e amor.

A grande evidência do *rock* enquanto gênero musical popular contemporâneo deve-se ao fato de ter surgido como expressão de desacordo de uma geração mais jovem com os padrões existentes, manifestações de protesto que o movimento social da década de 1960 desencadeou, ensejando rupturas radicais nos diferentes estilos de vida, ao longo de três décadas, como decorrência, por assim dizer, do *rock and roll* de Elvis Presley e outros, na década de 1950 do século anterior (CORRÊA, 1989).

Todavia, não foi só na rebeldia e na necessidade de dizer que eram diferentes que os Beatles conseguiram ser modernos, inovadores e criativos. Além do estilo agitado e aeróbico do *rock*, a moda, sob o impulso da renovação, excesso de aparências, abuso de originalidade e extravagância nas roupas mudou o visual rebelde do cabelo comprido e das botas bicudas de couro preto com o refinado e comportado terno e gravata contrastando, assim, com os preceitos estéticos da moda tradicional.

Cada geração gosta ou precisa de se reconhecer e de encontrar sua identidade em uma figura mitológica, uma estrela, um ídolo, um símbolo. A sedução comanda o ápice de sua sedução. Assim se explica o fascínio exercido pelos ídolos, estimulado pela mídia impressa e todos os meios de comunicação visual, “encorajando o homem comum a se identificar com as estrelas, a odiar o ‘rebanho’, e torna cada vez mais difícil para ele aceitar a banalidade da vida cotidiana” (LIPOVETSKY, 2005, p. 53).

Essa imagem carregada de espontaneidade, descontração e simpatia dos Beatles, levando os fãs do delírio à consagração permanente, era algo novo para os jovens da Inglaterra, como tinha sido para os adolescentes de Liverpool e como ainda hoje é para a juventude do mundo inteiro. Este fenômeno planetário, chamado Mito Beatles, que enfeitiçou o mundo do século XX à contemporaneidade e que balançou com o coração de milhares de fãs provocando excitações no comportamento da juventude, no questionamento dos valores políticos e sociais, nas artes em geral e no delírio do gênero *rock*, expressava uma mudança radical nos estilos de vida e legitimou uma liberdade de agir e de pensar, tornando-os modernos e atemporais à era em que viveram.

A reflexão crítica que paira sobre a trajetória da imagem pública do mito Beatles ainda permanece polêmica, talvez vista como uma filosofia em buscas espirituais de culturas exóticas, talvez em crises existenciais, revelações lisérgicas, misticismo ou personagens centrais de todo um drama dos anos sessenta, acelerando a mente humana num movimento contracultural de uma geração que acreditou que poderia mudar o mundo.

Recriando as condições sociais onde circulam e são criadas as formas simbólicas propostas por Thompson (1995) na *Hermenêutica de Profundidade*, buscamos, na interpretação ou reinterpretação do mito em estudo, indagar se a razão da permanência do Mito Beatles durante o século XX e o contemporâneo vivenciado, adveio em face da empatia entre os jovens fãs e os ídolos do *rock*, que, a partir deste pressuposto, passa a representar o referencial de uma identidade, ou, se, tornou-se possível criar um mito como decorrência de uma juventude a qual acredita que o sonho não acabou e busca nos ídolos as respostas que procuram, aproximando imaginação e realidade, numa troca de idolatria e veneração imortalizada por milhares de fãs no culto ao herói-mítico divinizado por um “frenesi existencial”, como diria Morin (1989).

Referindo-se às ideias do teórico frankfurtiano Walter Benjamin, Freitag (1993) argumenta que o valor cultural que continua presente na “aura mítica” e permanece no ídolo, se evidencia na permanência “única de algo distante, por mais perto que ele esteja” (FREITAG, 1993, p. 75).

A *Hermenêutica de Profundidade* nos recorda que

[...] os sujeitos que constituem parte do mundo social estão sempre inseridos em tradições históricas. Os seres humanos são *parte* da história, e não apenas observadores ou espectadores dela; tradições históricas, e a gama complexa de significado e valores que são passados de geração a geração, são em parte constitutivos daquilo que os seres humanos são (THOMPSON, 1995, p. 360).

Uma conjunção de fatores tornou a década de 1960 especial. Foi a década da juventude, do sexo, dos Beatles, dos movimentos pacifistas e da luta pelos direitos civis. Foi nesse contexto, aliás, que quatro jovens como quaisquer outros do mundo mudariam toda a história da música, seduzidos pelo *rock*, abalando com seu ritmo, suas roupas, seus cabelos, uma geração que os endeusou e, transpondo sua própria existência, permaneceram ante o olhar de milhares de fãs, num legado que os fez, ao mesmo tempo, deuses e mitos do imaginário coletivo. Foram eles, os Beatles, que reformaram os ideais da juventude ou foi esta que os inventou? Pergunta sem resposta.

Os Beatles ainda estão aí, em todos os lugares, mais vivos do que nunca. Parece que as grandes obras musicais não possuem idade, tanto faz ter dois ou duzentos anos, pouco importa, quando uma canção tem realmente conteúdo e qualidade, ela sobrevive a tudo e a todos. E isso aconteceu com os Beatles, sua imagem e sua música, o *rock*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O eixo central que motivou este trabalho foi analisar a comunicação visual dos Beatles como sedução no imaginário social e cultural, bem como as profundas transformações que a *Beatlemania* impôs ao comportamento de uma geração, respondendo da mesma forma às indagações que foram objeto de mudança e permanência da imagem mítica da banda no contemporâneo vivenciado.

É inegável que esses quatro jovens de Liverpool trouxeram em sua bagagem uma verdadeira explosão cultural, marcando o fim e o início de uma era. Suas ideias suscitaram inúmeras críticas, mas seria impossível descartá-las em nome do seu radicalismo. Desencadeadores do cenário *pop* ou simples reflexos dele, os Beatles foram os personagens centrais da contracultura dos anos sessenta.

Em oito anos, foram engraçados e sublimes. Uma mescla de irreverência e cinismo marcou a imagem do grupo como o mais importante fenômeno musical de massa de todos os tempos. Entre sua primeira gravação, *Love Me Do*, em setembro de 1962, e a última *The End*, do LP *Abbey Road*, agosto de 1969, passaram-se apenas sete anos. Todavia, a mudança no cenário musical, através da imagem pública dos Beatles, revolucionou com tudo e atingiu desde as formas mais aparentes do comportamento (o vestuário ou os cabelos) até as mais profundas (sexo, amor, relações familiares, uso de drogas).

Quando os Beatles começaram, suas canções eram despreziosas, pareciam ingênuas, assim como a aparência do grupo nos seus terninhos sem lapela e seus cabelos pajem. Sete anos depois, eles haviam revolucionado tudo, alcançando o desvario na imagem da música *pop* com o LP *Sgt. Pepper's* (1967) e, paralelamente, entregando-se à loucura pessoal: barbas, cabelos, coloridas fardas de velhos exércitos cobertas com botões, divisas e alamares, roupas exóticas e perfumes orientais ao som da cítara de George Harrison.

A reflexão crítica que paira sobre a trajetória da imagem pública dos Beatles permanece polêmica, o que supõe a fidelidade às suas origens. Nunca se escreveu tanto sobre eles, seja para louvá-los ou criticá-los.

Segundo Muggiati, “a rede da contracultura, menos sisuda, criou e deu validade à cadeia de eventos hoje rotulada em bloco como nos anos 60, que na verdade ainda não existiam em 1963. Manifestações pela paz se multiplicaram pelo mundo afora, numa mistura surpreendente de jeans desbotados e ternos de algodão, todos atrás da música que os Beatles iam criando” (MUGGIATI, 1997, p.149).

A trajetória da imagem dos Beatles evoluiu junto com o seu público. No início de sua carreira (modernidade), obtiveram sucesso ao lado dos adolescentes, com uma imagem leve e juvenil. Na percepção de Brian Epstein, eles deveriam ser “os filhos que toda mãe queria ter”, com terninhos inocentes e um visual que parecia ingênuo. Com o tempo, os integrantes foram descuidando um pouco desse padrão, porém, o público foi amadurecendo com eles.

As meninas que tinham 15 anos, quando a banda começou em 1963, eram mulheres de 20 anos em 1968, não estariam mais interessadas naquela indumentária. Todavia, o grupo soube amadurecer e “sujar” a imagem para acompanhar o gosto do seu fiel público. Já na fase pós-moderna (ou psicodélica) os Beatles passaram a utilizar um visual condizente com sua época. Estão na *Swinging London*, período de liberação dos costumes, onde caem os tabus da virgindade e o uso de drogas.

É o chamado “verão do amor”, marco da revolução sexual. Entretanto, o público parecia não querer saber mais de *She Loves You*, mas talvez ação. Por isso se identificou com os cabelos compridos e roupas coloridas utilizadas pelo grupo nessa época. Nesse período, o público está menos eufórico, porém adulto. A imagem dos seus ídolos, através das fotos, não mais emoldurava capas de agenda. A explicação mais simples é que o público adolescente, no início da carreira, envelheceu, ficou mais sóbrio no fim. Já não havia mais as manifestações, os “gritinhos ensurdecadores”. O que eles desejavam agora era apenas ouvir a música dos Beatles.

Em 1967, a imagem criada pelos Beatles estendeu o grande êxtase coletivo do psicodelismo a toda uma geração, aos acordes de *Lucy in the Sky With Diamonds* – LSD. Em contrapartida, a imagem desses quatro ingleses chegou literalmente ao seu mais alto astral, em 25 de junho de 1967, quando, num programa multinacional inaugurando as transmissões de TV via satélite, cantaram para uma

audiência de 200 milhões de pessoas *All You Need Is Love* com seu refrão insistente e confiante (amor, amor, amor/ tudo o que você precisa é de amor).

Nunca se falou tanto em amor como nos anos 1960. Durante toda sua trajetória, os Beatles exorcizaram a palavra-chave da década ao longo de suas canções, desde a primeira, no apelo ingênuo de *Love Me Do*, até aos últimos e filosóficos versos do LP *Abbey Road*. Ao falar no amor em suas músicas, a banda traduzia uma variedade complexa de sentimentos da sua geração.

Havia o amor adolescente herdado do *rock and roll* (*She Loves You, I Want to Hold Your Hand*), um amor intensamente individualista, que deixava de ser inocente e passava a beirar o anárquico ao se colocar como princípio absoluto da vida. Por outro lado, existia o amor comunitário (*Yellow Submarine, All You Need Is Love, All Together Now*), a sintonia com um certo espírito de solidariedade amalgamou, por algum tempo, corações e mentes da Nação de Woodstock. Mas não foi apenas por cantar os temas da época que a imagem dos Beatles se imortalizou. John, Paul, George e Ringo refletiram, em suas personalidades, as múltiplas correntes de pensamento e comportamento que marcaram o seu tempo.

No entanto, a mesma impressão de unidade que emanava dos Beatles prevalecia também naquela entidade difusa, que de repente se compôs num movimento de força impressionante, batizado como a *contracultura*, para muitos, a *contracultura* do *rock*, pois o *rock* era sua música, o seu grito de guerra. Já se passaram mais de trinta anos desde o surgimento dos Beatles. O impacto causado na imagem da música *pop* pelos quatro moleques de Liverpool nos costumes, na cultura e no inconsciente das pessoas não passa despercebido, pois sua imagem acelerou-se e deu espaço à contracultura numa expressão de vida paralela aos canais impostos por quem encontra-se no poder. As minorias reacionárias, que exercem esse poder e querem sobrepor seu esquema social, sempre apelaram à repressão e perseguições para dissipar essa digna manifestação de rebeldia.

Todavia, apesar do movimento contracultural ter sido engolido, digerido e evacuado pelo sistema capitalista, houve uma mudança que se aproveita dele até os dias de hoje, e continuará com mais força no futuro. Na verdade, depois de tudo o que aconteceu, o sonho parece não ter acabado por completo. Os *Quatro Cavaleiros do Apocalipse* ainda continuam vivos na memória de toda uma geração que aprendeu a se conhecer e até mesmo ter consciência política cantando músicas

revolucionárias. O sucesso do grupo enlouqueceu a juventude. Eles revolucionaram as tendências, a moda e a imagem musical dos anos sessenta.

Os Beatles eram uma filosofia de vida, um sonho. Com o final da década de 1960, o *rock* já tinha se transformado numa assinatura reconhecida em todo o mundo. E quando a maioria imaginava que o gênero poderia ser vítima de uma decadência precoce - como dezenas de outras modas que vieram e passaram, o *rock* dos Beatles sacudiu os anos sessenta do século XX com uma força que ninguém poderia prever. E toda essa revolução não ficou apenas no território da música, transbordando com garra para fora dessas fronteiras.

Entre 1962 e 1966, o *rock* viveu os seus anos de ouro. Grande parte desse brilho se deve a quatro jovens de Liverpool: John Lennon, Paul McCartney, George Harrison, Ringo Starr. THE BEATLES não era apenas uma banda inglesa de *rock*, era a exemplo de Elvis Presley, um mito que renovou os costumes e o cenário musical após a Segunda Grande Guerra (1939-1945). Talentos individuais e a boa qualidade de suas canções tornaram John, Paul, George e Ringo ídolos eternos. O fim do conjunto, em abril de 1970, comoveu o mundo e deixou toda uma geração triste. Os lamentos são ouvidos até hoje. Só que, ao contrário do que acontece com grupos que se desfazem, a separação deles ainda não apagou a sua imagem.

O que aconteceu com os Beatles acontece com cada um de nós. Impulsivamente uma parte do nosso “eu” quebra o estado de felicidade, rompe com o equilíbrio e, por não suportar a dor, traz para nós uma parcela de infelicidade, como se esta infelicidade viesse restaurar a culpa e reparar o dano. É por isso que os laços se partem, os afetos se desfazem e o sonho acaba. É preciso acreditar que talvez um dia possamos mudar algo. O paradoxo é uma característica do ser humano. Quem não entendeu os Beatles e os anos 1960, o que é que se pode fazer?

Os jovens já vieram ao mundo cercados de medos, crises e destroços. Na década de 1960 quatro jovens cabeludos quebraram as regras do jogo e mostraram coisas que continuam sendo novas e revolucionárias. Naquela época, toda uma geração acreditou que poderia mudar o mundo. Para ilusão nossa, nada mudou. O sonho acabou, mas nunca se poderá esquecer que houve um tempo em que era possível sonhar. John, Paul, George e Ringo escreveram um capítulo único nas páginas da História da música *pop*.

Em um certo sentido, durante longo tempo, os Beatles representaram dois grandes milagres: o da música e o da democracia. Seus sons foram o veículo da revolta da juventude, subiram às alturas de Mozart e Beethoven e, de ruídos para a inconsequência dos adolescentes, tornaram-se ritmos da alegria de viver para moços e velhos (SOUZA, 2003, p.62).

Os Beatles não mais existem, mas as suas canções e também questões, ainda permanecem. Hoje, acreditamos que temos algo a aprender com eles. Não eram filósofos, mas visionários que nos sintonizam com coisas importantes e pertinentes da vida, nas letras de suas canções. Em cada estágio de sua breve história musical, os Beatles nos libertaram de um primitivo apego as nossas paixões e tradições musicais cantaroladas pelos nossos pais ou avós. Tornaram-se ardentes, audaciosos e apaixonados, uma questão de sangue que lhe dá vida, tal como Mozart e Beethoven em momentos de explosões das paixões e lutas amargas (FALKENSTEIN; ZEIS, 2007).

Ao som do *rock* cantaram o amor, a paz e as questões universais que influenciaram os adolescentes à onda do psicodelismo e a ruptura da moral vigente. Foram os quatro: John, Paul, George e Ringo – os quatro fantásticos, os quatro cabelos-escovinha cantando e tocando juntos ao seu estilo próprio. Agitaram bandeiras de todas as ideologias cantando em suas letras a dominação do capital, mas também mostraram ao mundo como quatro rapazes de origem operária poderiam se tornar famosos. Exemplos de liberdade sem preconceitos, foram arautos da democracia, proclamando a liberdade de expressão, trazendo às pessoas o espírito jovem e a visão de mudança, de renovação, de emancipação existencial e de consciência dos problemas do mundo. E, isso, nos parece, justifica plenamente nosso trabalho sobre como se formou e modificou a sua imagem.

É dessa forma que consideramos nossos objetivos plenamente alcançados, tendo respondido à questão problema que referimos na introdução desta tese: sim, a imagem dos Beatles continua seduzindo os jovens das gerações subsequentes, enriquecendo o mito de sua imagem e cada vez mais influencia o imaginário da contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1985.

ALZUGARAY, Domingo. **John Lennon Biografia**. Gente do século. São Paulo: Grupo de Comunicação Três S.A, 1999.

ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1999.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

BAITELLO, Norval Júnior. **A era da Iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BARBERO, Jesús Martín. Técnicas, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis (Org.) **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

_____. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**: Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**: o inferno do mesmo. São Paulo: Papirus, 1996.

_____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Antropos, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-Estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1998.

BAUMGART, Fritz. **Breve história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BAUR, Michael. E chegará o tempo em que veremos que todos somos um: os Beatles e o monismo idealista. In: BAUR, Michel; BAUR, Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

_____. Você diz que quer uma revolução: os Beatles e Marx. In: BAUR, Michel; BAUR, Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

BELL, Daniel. Las contradiciones culturales del capitalismo. Madrid: Alianza, 1977. In: LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. [1936]. In: Costa Lima, L. (Org): Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. In: FREITAG, Bárbara. **A teoria crítica**: ontem e hoje. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BENTON, William. **Encyclopaedia Britannica Editores Ltda**. Vol. 5. Rio de Janeiro; São Paulo, 1971.

BERENDT, Joachim Ernst. **Jazz**: do rag ao rock. São Paulo: Perspectiva, 1975.

BERNSTEIN, Leonard. **The Beatles**. São Paulo: Escala, 1982.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola. PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Vol. 1. 7. ed. Brasília/DF: Editora Universidade de Brasília, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre/RS: Zouk, 2008.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.

CANEVACCI, Massimo. **Corpos, símbolos e signos na cultura visual**. (Textos, 1982).

CARL PERKINS FANS. [2009]. Disponível em: <carlperkinsfans.com>. Acesso em: 16 jan. 2009.

CAUDURO, Flávio Vinícios; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Algumas características das imagens contemporâneas. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo/RS, v. VII, n. 3, p.195-205, 2005.

CAZÉ, Wladimir. **A música pop do ponto de vista sociológico: uma resenha do conceito na literatura acadêmica disponível em Português**. (Textos), [s.d.].

CHASE, Gilbert. **Do salmo ao jazz: a música dos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Globo, 1957.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

COELHO NETO, José Teixeira. **Moderno pós-moderno: modos & versões**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna**. Introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo: Loyola, 1996.

CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock, nos passos da moda: mídia, consumo X mercado**. São Paulo: Papirus, 1989.

COSTA, Marcelo Eduardo Lemos. **Elvis por ele mesmo**. São Paulo: Martin Claret Editores, 1993.

COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

CROOKS, James. Pegue uma canção triste e faça-a melhorar: os Beatles e o pensamento pós-moderno. In: BAUR, Michel. BAUR, Steven. IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

DAUFOY, Philippe; SARTON, Jean-Pierre. **Pop Music/Rock**. Tradução por Carlos Lemos. Lisboa: A Regra do Jogo, 1974.

DAVIES, Hunter. **Beatles por eles mesmos**. São Paulo: Martin Claret Editores, 1993.

DAVIS, Arthur. **The Beatles: dito e não dito**. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1996.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOMINGUES, José Maurício. **Sociologia e Modernidade**: para entender a sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

D' ONOFRIO, Salvatore. **Teoria do texto 1**: prolegômenos e teoria da narrativa. São Paulo: Ática, 2002.

DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. In: SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

_____. *Travels in Hyperreality*. Londres: Picador, 1987. In: KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**: novas teorias sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

ELVIS Presley biography site for his life, loves and career. [2008]. Disponível em: <www.elvis-presley-forever.com>. Acesso em: 4 fev. 2009.

EVERLY Brothers. [2005] Disponível em: <www.everlybrothers.com>. Acesso em: 3 jan. 2009.

EWING, John. **The Beatles**. São Paulo: Edipromo, 1994.

FALKENSTEIN, Richard; ZEIS, John. Quarteto com uma diferença. In: BAUR, Michel. BAUR; Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fundação do Desenvolvimento da Educação, 1995.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Livros Studio Nobel, 1995.

FEDEL, Agnelo. **Os Iconográficos: teorias, colecionismo e quadrinhos**. São Paulo: LCTE Editora, 2007.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FREITAG, Bárbara. **A teoria crítica: ontem e hoje**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

FREITAS, Verlaine. **Adorno & a arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2003.

FREEMAN, Alan. **The Beatles**. New York: Crescent Books, 1981.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock and roll: uma história social**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FRITH, Simon. **Sound effects. Youth leisure and the politics of rock and roll**. New York: Pantheon Books, 1981.

FRÓES, Marcelo. **Os anos da beatlemania**. Rio de Janeiro: Brasil, 1995.

FRÓES, Marcelo. **Jovem Guarda: em ritmo de aventura**. São Paulo: Ed. 34, 2000.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GARCIA, Cláudia. **História da Moda**. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50index.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2009.

GENTE do século. **John Lennon – biografia**. Grupo de Comunicação Três S.A: São Paulo, 1999.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2002.

GILROY, Paul. Los estúdios culturales británicos y las trampas de la identidad. In: WALKERDINE, Valerie. **Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo**. Barcelona: Paidós, 1998.

GOFFMAN, Ken; DAN, Joy. **Contracultura a través dos tempos: do mito de Prometeu à cultura digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

GRUNFELD, Frederico. **A balada de John & Yoko**. São Paulo: Três, 1976.

GUIA COMPLETO de FILMES para TV e VÍDEO 1990. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

_____. **Os Beatles e a teoria da musicalidade**. Revista Veja. São Paulo: Abril, 1969.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

HOBSBAWN, Eric. **Era do extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução por Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HUYSENS, A. Mapping the post-modern. *New German Critique*, n. 35, 1984. In: HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

JAMES DEAN. In: Wikipédia. Disponível em: <www.wikipedia.org/wiki/james_dean>. Acesso em: 12 fev. 2009.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo** - a lógica cultural do capitalismo tardio. [1991]. Tradução por Maria Elisa Cevasco e Iná Camargo Costa. São Paulo: Ática, 1997a.

_____. Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism. Londres: Verso, 1992. In: KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997.

_____. **As marcas do visível**. Tradução por Ana Lúcia de Almeida Gazolla, João Roberto Martins Filho, Klauss Brandini Gerhardt, Marcos Soares, Neide Aparecida Silva, Regina Thompson, Roneide Venancio Majer. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1995a.

_____. **Marxismo e forma: teorias dialéticas da literatura no século XX**. [1971]. Tradução de Iumna Maria Simon, Ismail Xavier, Fernando Oliboni. São Paulo: Hucitec, 1985.

_____. **As sementes do tempo**. Tradução de José Rubens Siqueira, Maria Elisa Cevasco. São Paulo: Ática, 1994c.

_____. **El giro cultural: escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983 - 1998**. [1998]. Tradução: Horacio Pons, Alvaro Fernández Bravo, Florência Garramuño. Buenos Aires: Manantial, 1999a.

_____. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Vozes, 2001.

_____. **O marxismo tardio: Adorno, ou a persistência da dialética**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Fundação Editora da UNESP/

Boitempo, 1997b.

_____. Sobre os Estudos de Cultura. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, n. 39, p. 11-48, jul. 1994,

KANT, Immanuel. **Crítica da razão pura**. Lisboa: Edição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

KEALEY, Erin. Nada vai mudar o meu mundo. Os Beatles e a luta contra a inautenticidade. In: BAUR, Michel. BAUR, Steven. IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Alienígenas em sala de aula**. Uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. **A cultura da mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**: novas teorias sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997.

KURY, Adriano da Gama. **Minidicionário Gama Kury da língua portuguesa**. São Paulo: FDT, 2002.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. Arte eletrônica e cibercultura. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (Orgs.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: EDIPUCRS/Sulina, 1999.

LEWISOHN, Mark. **The Complete Beatles**: recording sessions. Great Britain: EMI Records, 1988.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

_____. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOZANO, José Carlos. Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales. In: RUIZ, Enrique Sanchez; BARBA, Cecilia Cervantes (Org.). **Investigar la comunicación:** propuestas iberoamericanas. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Alaic, 1994.

LYON, David. **Pós-modernidade.** São Paulo: Paulus, 1998.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MAFFESOLI, Michel. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (Orgs.) **Para navegar no século XXI:** tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: EDIPUCRS/Sulina, 1999.

_____. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

_____. **A conquista do presente.** Natal/RN: Argos, 2001.

_____. **No fundo das aparências.** Petrópolis: Vozes, 1996.

MAGNOLI, Demétrio. **Globalização:** estado nacional e espaço mundial. São Paulo: Moderna, 1997.

MALLAGOLI, Marco Antônio. **Beatles Documento.** 2. ed. São Paulo: Três, 1986.

MALRIEU, Philippe. **A construção do imaginário.** Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

MANGA, Mario. Os Beatles, Geoff e o Corcovado. **Revista Cult:** the Beatles, o eterno retorno do mito. São Paulo, jan., 2003.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens: uma história de amor e ódio.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MARLON BRANDO. In: Wikipédia. Disponível em:<www.wikipedia.org/wiki/marlon_brando>. Acesso em: 12 fev. 2009.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade.** São Paulo: Summus, 2003.

MARTIN, George. **Paz, amor e Sgt. Pepper's.** Rio de Janeiro: Dumará, 1995.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação.** São Paulo: Edições Loyola, 2001.

MEDAGLIA, Júlio. Iê-lê-lê, alegria, alegoria. **Revista Cult: the Beatles, o eterno retorno do mito,** São Paulo, jan., 2003.

MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

MILES, Barry. **Paul McCartney: many years from now.** Tradução Mário Vilela. São Paulo: Dórea Books and Art, 1997.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2003.

MONDOLFO, Rodolfo. Texto: **A alegoria da caverna: o cárcere corpóreo e a sombra das idéias – a ascensão à luz do inteligível,** s/d. p. 215-216.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. **Cultura de massas no século XX.** O espírito do tempo. Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. v. 1.

_____. **Cultura de massas no século XX.** O espírito do tempo. Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. v. 2.

_____. **Não se conhece a canção:** linguagem da cultura de massas. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.

MORLEY, David. El posmodernismo: uma guia básica. In: WALKERDINE, Valerie. **Estudios culturales y comunicación:** análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona: Paidós, 1998.

MUGGIATI, Roberto. **Rock, o grito e o mito:** a música pop como forma de comunicação e contracultura. Petrópolis, RJ: Vozes, 1983.

_____. **A revolução dos Beatles.** Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

_____. **Rock:** do sonho ao pesadelo. São Paulo: Linoart, 1984.

NIETZSCHE, Friedrich. **A visão dionisíaca do mundo.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

PACHECO, Francisco. **The Beatles.** Tradução de Paula Vianna Portugal. Coimbra: ROCK ON 3., 1998.

PAULINA'S Marvellous Website. Disponível em: <www.marvellous.webpark.pl>. Acesso em: 12 jan. 2009.

PARTIDO DA CAUSA OPERÁRIA. [2008]. Disponível em: <www.pco.org.br>. Acesso em: 22 jan. 2009

PETERMANN, Sueli; DEL VECHIO, Roberta; BONA, Rafael J. **A propagação da moda no cinema:** um olhar sobre as grifes em O Diabo Veste Prada. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0053-1.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2008.

PILETTI, Nelson. **História do Brasil.** São Paulo: Ática, 1996.

PINHO, José Benedito. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

PLATÃO, A República VII, 1-3, 514-18. In: MONDOLFO, Rodolfo. **A alegoria da caverna: o cárcere corpóreo e a sombra das idéias: a ascensão à luz do inteligível.** [S.l.: s. n.], s/d.

PUGIALLI, Ricardo. **Beatlemania.** São Paulo: Ediouro, 2008.

RABAÇA, Carlos Alberto. BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação.** São Paulo: Ática, 1987.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Algumas características das imagens contemporâneas. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo/RS, v. VII, n. 3, p.195-205, 2005.

_____. **Imagem: estética moderna & pós-moderna.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

_____. Imagem e Pós-Modernidade. In: **SEMINÁRIO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DO PROGRAMA EM PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA PUCRS**, Semestre 1º, Porto Alegre, 2004.

_____. Imagens de arte/comunicação. Tendências modernas pós-modernas. In: JACKS, Nilda (Org). **Tendências da comunicação: 4.** Porto Alegre: L&PM, 2001.

_____. Iconografia e comunicação: a construção de imagens míticas. **Revista Logos: Comunicação & Universidade**, Rio de Janeiro, Ano 9, n. 17, 2º sem. 2002.

RAMONET, Ignacio. **Geopolítica do caos.** Petrópolis: Vozes, 1998.

RECH, Marcelo. **Zero Hora – Século 20: Mundo.** Dezembro. Porto Alegre, 1999.

REVILLA, Jorge. **The Beatles.** Coleção Imagens do rock. Portugal: Bertrand, 1994.

REVISTA FAMECOS: **mídia, cultura e tecnologia.** Faculdade de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, n. 15, ago., 2001.

ROCK and roll. [2007]. Disponível em: <www.esto.es>. Acesso em: 11 fev. 2009.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**: problemas correntes e autores. São Paulo: EDICON, 1998.

_____. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**: Adorno e a escola de Frankfurt. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

_____. **Crítica da razão antimoderna**: tradicionalismo e cultura moderna em Hannah Arendt, Leo Strauss e Philip Rieff. São Paulo: Edicon, 2003.

RUIZ, Castor Bartolomé. **Os paradoxos do imaginário**. São Leopoldo: Editora da Universidade do Rio dos Sinos/ Unisinos, 2003.

RUSS, Jacqueline. **Dicionário de Filosofia**: os conceitos, os filósofos. São Paulo: Scipione, 1991.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SKLAR, Robert. **História social do cinema americano**. São Paulo: Cultriz, 1975.

SOFTLEY, Iain. **DVD “Os cinco rapazes de Liverpool” (Backbeat)**. Inglaterra: Apple Corps Limited, 1994. 1 DVD.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis/SC: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA, Tárík de. **De Beatles a mitos**. In: Revista Bizz Especial. The Beatles Anthology: uma edição para ler e guardar. São Paulo: Abril, 2003.

SPITZ, Bob. **The Beatles**: a biografia. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.

STOKES, Geoffrey. **Help!** São Paulo: Melhoramentos, 1982.

STRAUBHAAR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. São Paulo: Pioneira, 2004.

STRAUSS, Leo. Introduction to political philosophy. DETROIT: Wayne University, 1989. In: RÜDIGER, Francisco. **Crítica da razão antimoderna**: tradicionalismo e cultura moderna em Hannah Arendt, Leo Strauss e Philip Rieff. São Paulo: Edicon, 2003.

SUBIRATS, Eduardo. **Vanguarda, mídia, metrópoles**. Tradução por Nilson Moulin. São Paulo: Nobel, 1993.

_____. **A cultura como espetáculo**. São Paulo: Nobel, 1989.

SURBER, Jere O' Neill. Eu adoraria fazer você despertar: os Beatles e a ética dos estados alterados. In: BAUR, Michel; BAUR, Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

SWIFT, Pauz. Os Beatles como o Sócrates musical de Nietzsche. In: BAUR, Michel; BAUR, Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

TEMER, David. Eu acho que discordo: ceticismo e epistemologia nos Beatles. In: BAUR, Michel; BAUR, Steven; IRWING, William. **Os Beatles e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2007.

THE BEATLES ANTHOLOGY. **DVDs. 08** Apple Corps Ltd. 1995. DVD organizado por Derek Taylor.

THE COMPLETE BEATLES. **Vídeo-documentário**: Washington: Delilah Films, Inc., Copyright C., 1982.

THE BEATLES. **A Long and winding road. DVD nº 1**. (1956 a 1963). Inglaterra: Apple Corps Limited, 2003. 1 DVD.

THE BEATLES. Disponível em: <www.thebeatles.com>. Acesso em: 17 jan. 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TOBLER, John. **The Beatles**. New York: Exeter Books, 1984

TOFFLER, ALVIN. **O choque do futuro**. Rio de Janeiro: Record, 1970.

_____. **A Terceira Onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização**. Rio de Janeiro: Record, 1980.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

VILLARES, Lúcia. **John Lennon**. No céu com diamantes. São Paulo: Brasiliense S.A., 1982.

WALKERDINE, Valerie. **Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo**. Barcelona: Paidós, 1998.

WIKIPÉDIA. Disponível em: <<http://www.wikipedia.org/>>. Acesso em: 15 dez. 2008.

YENNE, Bill. **THE BEATLES**. London: England: Bison Books, 1989.

ZERO HORA, Jornal. **Século 20: Mundo**. Edição n. 12.549. Porto Alegre, dezembro, 1999.

ZILBERMAN, Regina. **Estética da recepção e história da literatura**. São Paulo: Ática, 1989.

REVISÃO DO PORTUGUÊS PELA NOVA ORTOGRAFIA:

PROF. DR. RHEINHOLD ALOUISIO ULLMANN (PUCRS)