THE BEATLES, A MERCADORIA JUVENIL DA DÉCADA DE 1960: UMA ANÁLISE DO FILME “A HARD DAY’S NIGHT” (1964)¹

Raphaella Parizani²

Resumo

O presente artigo pretende analisar o filme *A Hard Day’s Night* (dir. Richard Lester, UK, 1964), apresentando a construção da imagem da banda britânica The Beatles através do cinema. Esta pesquisa justifica-se pela mercantilização dos ídolos da música por meio do cinema, tornando-os produtos a serem comercializados e consumidos pelo público espectador. Durante o início da década de 1960, os Beatles viviam o auge do fenômeno da beatlemania e, dessa forma, buscou-se um método de popularizá-los ainda mais: o cinema. Diante disso, o objetivo geral desta pesquisa é explicar a mercantilização da imagem da banda através do filme a ser analisado, e os específicos consistem em apresentar as características da época de seu lançamento, que permitiram o sucesso crescente da *boyband*, tal como as críticas contidas à sociedade de massas dentro do filme.

Palavras-chave: *A Hard Day’s Night*; Beatles; Produto Mercadológico.

INTRODUÇÃO

O filme a ser analisado foi realizado em meio ao início da Contracultura na década de 1960, na qual os jovens da geração *baby boom* estavam tomando seus lugares na história, exercendo autonomia ao tomarem suas próprias decisões e utilizando para isso,

¹ Trabalho escrito como requisito para a conclusão da disciplina “História Cultural: História e Psicologia da Cultura da Mídia: Cinema, Televisão, Música e Moda (Séculos XIX - XXI)”, na Universidade Federal do Rio de Janeiro – Instituto de História – Professor coordenador: Prof. Dr. Wagner Pinheiro Pereira.

² Graduanda em Licenciatura em História pelo Instituto de História da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IH-UFRJ). Pesquisadora no projeto PIBIC/UFRJ “A Dimensão Psicológica do Autoritarismo”.

principalmente a música. À época de suas atividades, os *Beatles* viviam em uma era que o historiador Eric Hobsbawn denominou como “Anos Dourados”, uma época de grande estabilidade e avanço econômico, com a propagação do famoso *American Way of Life* [estilo de vida americano]. Segundo a historiadora Maria Paula de Araújo, a “*baby boom generation*”, que eram mais precisamente as pessoas nascidas após a Segunda Guerra Mundial, cresceram ouvindo histórias de guerra, do sofrimento de seus pais, da resistência e “Em contraposição a este mundo de ousadia e coragem, sofrimento e renúncia, suas próprias vidas apareciam como desprovidas de interesse” (ARAÚJO, 2000). Theodore Roszak classifica esses jovens como “mimados” que, criados na abundância e no conforto de suas casas e dentro das universidades, não aceitavam as convenções sociais e, por isso, tinham o desejo de revolucionar a cultura e alterar os padrões vigentes. Com uma vida econômica estável, sem a necessidade de, tal como seus pais, terem de trabalhar desde a infância, esses jovens viviam de uma forma mais livre, buscando sempre uma autonomia e originalidade em seu estilo, o qual encontraram principalmente na música, tornando-se um mercado consumidor extremamente atrativo.

Nesse contexto, a indústria cultural encontrou nesses jovens um mercado em potencial, criando produtos que atendessem a demanda de tal mercado. Com isso, a música, principalmente o Rock ‘n’ Roll, ajudou esses jovens a encontrarem a autonomia de que precisavam. Quando Elvis Presley apareceu com seu topete, calças jeans e jaqueta de couro rebolando enquanto cantava, esses jovens sentiram que poderiam ser livres dos estigmas sociais que os prendiam, e a indústria cultural encontrou no jovem cantor um meio de se expandir cada vez mais. De acordo com Sebastian Danchin, Elvis foi um dos primeiros cantores a entrar no cinema e realmente se transformar em uma mercadoria para o público juvenil, que vivia enlouquecido por ele. Devoção e santificação tão intensas por um ídolo seriam vistas novamente – e talvez em um grau até mais divinizado – com os *Beatles*, no início dos anos 60. Estes, diferentemente do roqueiro rebelde, entraram no mercado musical seguindo uma fórmula já pré-estabelecida por seu empresário.

Brian Epstein, empresário do quarteto, via que a juventude era enlouquecida por Elvis, mas não os seus pais. Ciente disso, alterou totalmente o estilo dos jovens rapazes, que se inspiravam totalmente em Elvis, e fez deles jovens comportados, com ternos Pierre Cardin iguais e bem apresentáveis, tanto para os jovens quanto para os pais. Os *Beatles*, por meio de sua música apaixonada e viciante, e de suas apresentações em programas televisivos, trouxeram o que o público queria ouvir, popularizam um estilo mais

comportado e o famoso corte de cabelo do tipo “tigelinha”, tornando-se um símbolo, um ícone a ser copiado. Para a adolescência da época, a banda tornou-se uma mercadoria indispensável, com sua entrada no cinema expandindo ainda mais sua popularidade ao redor do mundo.

Partindo para uma análise mais técnica, apesar de já existirem filmes coloridos, a película foi totalmente produzida em preto e branco. É interessante, nesse caso, retomar a certa repulsa que os primeiros filmes em cores causaram nos espectadores, visto que muitos eram coloridos artificialmente por ainda não haver captação das cores pelas câmeras. Contudo, como Wanderley Anchieta revela em seu artigo “*Do apelo comercial ao pano de fundo da ação: as primeiras funções da cor no cinema*”, a tecnologia passou a se expandir para atender às demandas do público, passando por tecnologias como a Kinemacolor³, Technicolor⁴, até a chegada da Eastmancolor⁵ Kodak, que viria a se tornar a gigante no ramo, perdendo sua posição para cinema digital, que contava com tecnologias de ponta e diversos efeitos especiais.

Para além disso, o uso das cores no cinema tinha um intuito mais apelativo, que era evitado por cineastas que desejavam manter um tom mais sério em sua produção. É possível destacar que as cores, de início, eram mais utilizadas nos filmes musicais e o preto e branco em filmes policiais ou de suspense. Um exemplo da tentativa de trazer um tom mais sério ao filme é *A Lista de Schindler* (*Schindler's List*, 1993), de Steven Spielberg, que buscou trazer aos espectadores uma espécie de viagem no tempo, tentando representar o filme da mesma forma que os documentários já existentes sobre a tragédia do holocausto, que eram em preto e branco.

Diante dessas características, podemos nos perguntar o porquê de *A Hard Day's Night*, uma comédia musical, ter sido filmado em preto e branco na década de 60. Tal fato se deve ao pequeno orçamento do filme, que foi de cerca de £200.000 (duzentos mil libras) e, apesar da tecnologia da Eastmancolor ser mais barata, o orçamento baixo não proporcionou o uso dela. Os produtores não tinham grandes expectativas quanto ao retorno

³ Processo de projeção de filmes no qual a película em preto e branco era filtrada com adição das cores verde e vermelho, colocando um fim na coloração manual (1908-1914).

⁴ Processo de projeção de filmes que, diferente da Kinemacolor, utilizava três tiras de cores, o ciano, magenta e amarelo; estreia em 1935, com *Becky Sharp* (*Vaidade e Beleza*, 1935).

⁵ Processo de projeção de filmes semelhante ao da Technicolor, porém, mais barato e mais simples, tornando a Kodak líder do processo durante as décadas de 50 e 60.

financeiro e, por isso, decidiram realizar algo mais simples e básico, exigindo apenas que o diretor do filme fosse inglês, assim como os quatro rapazes.

Richard Lester Liebman foi um influente cineasta da década de 60 que teve altos e baixos em sua carreira até os anos 80. Nascido na cidade da Filadélfia, na Pensilvânia, no ano de 1932, se formou aos 19 anos em Psicologia Clínica pela University of Pennsylvania e, logo após se formar, começou a trabalhar em um programa de televisão local como ajudante de palco até tornar-se diretor do programa. Em 1954, três anos após se formar, viajou para a Europa, aonde iniciou seu trabalho na London's Independent Television Studios como diretor e compositor de comerciais e programas televisivos, que, pelo seu modo de filmagem, viriam a consagrar sua carreira. *The Running Jumping & Standing Still Film* (1959) foi seu primeiro curta-metragem e indicado à Academy Awards do mesmo ano, cujo estilo o tornou o diretor ideal para o primeiro filme da banda britânica *The Beatles*, *A Hard Day's Night* (1964) e logo após, *Help!* (1965), também sobre a banda. Além destes, Lester também fez sucesso com *Petulia* (1968), *Os Três Mosqueteiros* (1973), *Superman II: A Aventura Continua* (1980) e *Superman III* (1983). Contudo, *A Hard Day's Night* se destaca em meio as suas obras pelo descarte do roteiro original e o improviso realizado durante as filmagens, mostrando a espontaneidade dos jovens, além de ser considerado por muitas pessoas, um predecessor do videoclipe, que viria a se popularizar com o cantor americano Michael Jackson anos depois.

Para produzir o longa, foram contratadas três produtoras da época. Entre elas, estão a Walter Shenson Films, que levava o nome do produtor Walter Shenson, que também produziu o segundo filme da banda, *Help!*, a Maljack Productions e a mais famosa delas, a Proscenium Films United Artists. Esta última foi fundada em 1919 por grandes nomes do cinema, como o diretor D.W. Griffith, Charlie Chaplin, Mary Pickford e Douglas Fairbanks. A empresa também contou com a participação do ex-Secretário do Tesouro Americano, William Gibbs McAdoo, que, além de sócio, era advogado da companhia.

A Hard Day's Night foi, como dito anteriormente, dirigido pelo cineasta Richard Lester e produzido por Walter Shenson e pelas três grandes empresas Walter Shenson Films, Maljack Productions e pela United Artists. O roteiro original foi escrito por Alun Owen, o que rendeu uma indicação ao Oscar de Melhor Roteiro Original à trama, e contou com, além dos quatro *beatles*, John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr interpretando a si próprios, com Wilfrid Brambell, interpretando o avô de Paul, Norman Rossington, interpretando o personagem Norm, John Junkin interpretando o

personagem Shake e Victor Spinetti como diretor de TV na trama. O longa tem 87 minutos de duração e teve sua estreia mundial no dia 6 de julho de 1964, com origem no Reino Unido.

OS BEATLES NO CINEMA

Após chegarem ao topo das paradas de sucesso com seus álbuns e singles, os jovens *Beatles* precisam viajar para Londres para realizar um importante show que será televisionado. No entanto, até este ato os quatro rapazes de Liverpool precisam enfrentar as multidões de fãs histéricas, entrevistadores inconvenientes, o sorrateiro avô de Paul que sempre desaparece, e sua própria irreverência, que enlouquece seus empresários. Tudo isso, sempre buscando se divertir e libertar seu espírito jovem.

O filme se passa na Inglaterra, na mesma época de seu lançamento, o ano de 1964, auge da *Beatlemania*⁶ (Figural). O enredo é sequencial e tem por objetivo principal a realização de um importante show da banda britânica que será televisionado. Inicia-se com John, George e Ringo correndo, fugindo dos fãs histéricos que os perseguem até a estação de trem ao som de *A Hard Day's Night* (Frame 1), título original do filme e do álbum. A cena inicial é um perfeito exemplo do fenômeno *beatlemania*, no qual os fãs eram enlouquecidamente obcecados pela banda e, para mostrar sua devoção, gritavam, choravam e desmaiavam durante performances dos rapazes. Além disso, a cena já entrega aos espectadores uma premissa do que aguardar durante o desenvolvimento da trama: os quatro jovens constantemente fugindo, sem terem qualquer chance de agir como jovens normais.

⁶ O termo foi cunhado pela imprensa a partir do dia 13 de outubro de 1963 após a exibição de fotos de fãs chorando e até mesmo desmaiadas durante o show *Val Parnell's Sunday Night at the London Palladium*, no qual a banda tocou apenas duas canções, *She Loves You* e *Twist And Shout*.

Figura 1 – Policiais formam uma corrente humana para conter fãs em frente ao Palácio de Buckingham, em outubro de 1965

Fonte: Hulton-Deutsch, Collection/Corbis.

Figura 2 – Os *Beatles* fugindo dos fãs

Fonte: Frame extraído do filme *A Hard Day's Night* pela autora (2021).

Logo após a cena inicial, com os *Beatles* já no trem a caminho de seu show, o espectador é apresentado a Johnny McCartney, avô de Paul, que está sob seus cuidados temporariamente, um senhor muito encrenqueiro, que busca sempre se divertir e fugir de suas responsabilidades. Em seguida, Shake e Norm, empresários da banda extremamente

preocupados com a inconsequência dos jovens, resolvem levar o avô de Paul para tomar um café, o qual consegue causar uma briga entre os dois amigos em poucos minutos de contato.

Ainda em seus assentos, os jovens se deparam com um homem mais velho, muito mal-humorado, que entra em sua cabine. O senhor não permite que os jovens deixem a janela aberta ou sequer ouçam músicas no rádio, o que revela o espírito juvenil de John, Paul, George e Ringo, que buscam, por meio de piadas e brincadeiras, mostrar que aquele é semelhante a um velho ranzinza que rouba a bolas das crianças que estão se divertindo

Ao chegarem na estação, é necessário que façam uma barricada com carros para impedir o ataque de fãs e garantir que consigam acessar o carro que os levará até o hotel. No caminho, é possível observar a imensa quantidade de repórteres e fãs que os aguardam na entrada do hotel, correndo atrás do carro e gritando intensamente. Lá, os rapazes, que receberam ordens de ficarem no quarto e responderem cartas de fãs, aproveitam um deslize de Norm e Shake e fogem para uma festa, onde se divertem como jovens comuns, dançando e conversando com meninas ao som de suas músicas, até que Norm os encontra e retira da festa para que descansem para uma coletiva de imprensa no dia seguinte.

A coletiva ocorre no estúdio de televisão onde será filmada e transmitida sua performance no show, e lá são, novamente, surpreendidos por diversas fãs que estavam a sua espera no local, gritando e atacando-os. Durante a coletiva, os rapazes mal conseguem comer, encaram diversas perguntas sem sentido, como, por exemplo, “Como vocês chegaram à América?” – que mostra a ironia de John com a resposta: “Viramos à esquerda na Groenlândia” –, “O sucesso mudou sua vida?”, perguntas sobre seus cortes de cabelo ou sobre seus relacionamentos, além, é claro, de terem de encarar diversas câmeras constantemente apontadas para eles, o que os leva a fugir discretamente do local para o *backstage* em que se apresentarão. No palco, livres das câmeras e perguntas repetitivas, divertem-se tocando e cantando juntos até que conhecem o diretor de TV, preocupado com a transmissão do programa.

Novamente, temos uma fuga dos quatro rapazes, que correm para um campo do lado de fora do estúdio de TV. Durante a cena, ao som de *Can't Buy Me Love*, os jovens rapazes brincam, correm, pulam e se divertem, exibindo seu espírito juvenil que não gosta de seguir regras impostas por pessoas mais velhas. Porém, ao retornarem, John – o rebelde –, que é representado como um brincalhão, se depara com um fã que se surpreende ao vê-

lo dizendo “Você é ele?” algo que ele nega, e, em pouco tempo de conversa, a mulher conclui que ele não se parece com o cantor, algo que o deixa zangado.

Em sequência, George, que é apresentado com um rapaz mais sério, se confunde e entra em um escritório publicitário em que os produtores não o reconhecem como George Harrison. Nessa entrevista, George desaponta o produtor ao informar que uma jovem atriz que ele considera símbolo dos adolescentes e jovens, é na verdade uma chacota, e é expulso do local, retornando ao camarim para se preparar com a banda para o show.

Passeando pelo estúdio com belas garotas, temos um traço do perfil de Paul – o divertido –, que é desenvolvido como um jovem calmo, divertido e romântico. Esse romantismo, adorado pelas fãs, é muito bem representado em sua performance de *And I Love Her*, durante um ensaio, e mantém-se até o fim. Contudo, o avô atrapalhado de Paul novamente entra em confusão quando deixa Ringo – o tímido –, que já demonstrou certo complexo de inferioridade, extremamente desconfortável consigo mesmo por dizer que ele não possui atitude e não está vivendo a vida da forma que deve, o que leva o jovem *beatle* a fugir do estúdio e vagar sem rumo, fotografando coisas, olhando paisagens, conversando com desconhecidos – disfarçado, é claro, para evitar perseguições de fãs – e entrando em confusão.

Com o horário do show se aproximando, os outros três *beatles* partem a sua procura e descobrem que ele foi detido. Dessa forma, temos os quatro garotos de Liverpool fugindo da polícia, tentando chegar a tempo ao estúdio, novamente ao som de *Can't Buy Me Love*. Apesar de todas as intempéries, o quarteto chega a tempo no estúdio para a transmissão ao vivo de seu show na TV, que é um sucesso. O show prossegue com grandes sucessos da banda britânica, sendo esse o clímax do filme, acompanhado dos gritos das fãs enlouquecidas, que choram descontroladamente diante de seus ídolos. O quarteto finaliza seu show com a clássica reverência (Figura 4, mais adiante no artigo), que já era um ritual criado para a banda e para o público, acostumados com o ato no encerramento de todas as suas apresentações.

Quando os rapazes acreditam finalmente estar livres, descobrem por meio de Norm que têm uma matinê em outra cidade e precisam continuar em sua rotina. A trama se encerra ao som de *A Hard Day's Night* com os personagens principais em um helicóptero indo para seu novo destino, com as fotos dos *Beatles* com assinaturas falsificadas pelo avô para serem vendidas sendo jogadas do alto, com os jovens roqueiros partindo para mais um show e, como diz a música tema do filme, para mais uma noite de um dia difícil.

THE BEATLES: A MERCADORIA DO MOMENTO

A trama busca exibir os jovens *beatles*, sua exaustiva rotina de shows e constantes tentativas de fuga dessas responsabilidades, mas, principalmente, mostrar o espírito jovem da época. Foi possível observar esse fato desde o início do filme, com John, George e Ringo fugindo de uma multidão de fãs, tendo de se esconder em cabines telefônicas, pular muros e até mesmo em suas piadas e manias. A imagem que Richard Lester buscou transmitir, é justamente a imagem que Brian Epstein vendeu ao público desde o início da banda, como jovens universitários divertidos, amigos e com um espírito adolescente que nunca acaba, mesmo já sendo John casado e com um filho – o que não seria relevante apresentar aos fãs.

Como dito anteriormente, *A Hard Day's Night* não gerou grandes expectativas durante o projeto e durante as gravações, mas alcançou um sucesso avassalador por ser uma trama simples, que dialogava com seu público-alvo. Além disso, apresentava a exaustiva rotina de entrevistas repetitivas, sempre com perguntas extremamente irrelevantes para os quatro jovens, mas que o público queria saber. Basicamente, o filme é um perfeito retrato da indústria cultural, que transformava os artistas, cantores, atores, dentre outros, em objetos de devoção. Como um exemplo, é possível citar a coletiva de imprensa em que participaram no filme, quando ouviam perguntas intermináveis sobre suas vidas amorosas, sobre seus cortes de cabelo, estilo de roupas etc.

Lester buscou captar ao máximo o espírito juvenil dos rapazes com a clara intenção de que o público se identificasse, em certo modo, mas também abordou o aspecto mercantil da juventude. Para tal, é possível retomar a cena em que George entra em um escritório publicitário de moda adolescente e é tido como um consumidor em potencial dos produtos vendidos, sendo condicionado a dar sua opinião sobre algumas camisas a serem vendidas e apresentadas pela agência. De forma sincera, o jovem Beatle responde que detestou as camisas e que são horríveis, porém, o publicitário reafirma sua posição, dizendo que foram feitas para serem assim, mas que em pouco tempo ele imploraria por uma igual (Figura 3).

Frame 3 – Um indício da sociedade de massas e indústria cultural

Fonte: *Frame* extraído do filme *A Hard Day's Night* pela autora.

Desse modo, vemos a importância mercadológica do produto e seu valor cultural, mesmo que não possua qualidade. No livro *Psicologia das Massas*, Sigmund Freud retoma ideais do antropólogo Gustave Le Bon, a respeito de uma alma coletiva. Isso consistiria em uma espécie de efeito manada, na qual o indivíduo não pensa sozinho, mas em conjunto com uma massa, e a influência dessa massa levará o indivíduo a agir ou pensar de forma condicionada (FREUD, 2011, p. 23). Essa alma coletiva pode ser caracterizada pelo vínculo que une toda essa massa, que, no caso deste estudo, é a adoração e devoção ao ídolo. Nesse contexto, é possível retomar a cena citada anteriormente: as camisas eram horríveis, porém, a multidão adolescente seria impelida a comprá-las e, dessa forma, também o jovem George, indivíduo que as odiou, mas seria condicionado pela massa – e por essa “alma coletiva” – a querer aquela camisa para sentir-se incluído socialmente.

O fenômeno das massas também é induzido pela indústria cultural, que busca associar imagens e, principalmente, ídolos às mercadorias, incitando o público anônimo a desejar obter o produto vendido para se assemelhar ao seu ídolo. Em seu artigo, Thiago Ramires da Costa aponta algumas características dessa associação:

É a necessidade de trazer para perto de si a imagem do ídolo adorado: vestir o que o ídolo vende e, ocasionalmente, também veste, calçar o sapato que o ídolo usa no comercial, ter suas imagens em produtos diversos próximos de si, como se o próprio ídolo estivesse ao lado. É introjetar o ídolo e projetar-se sobre ele (COSTA, 2009, p. 13).

Durante a cena, o publicitário fala a respeito de uma jovem modelo, que denomina como símbolo da juventude, que convence o público a adquirir os produtos que anuncia. Assim, é possível captar uma relação com os próprios *Beatles*, um produto a ser vendido para os jovens adolescentes consumidores, que se deixam facilmente ser levados pelas vontades da multidão. No entanto, para compreender melhor, é necessário voltarmos um pouco ao início da banda, sob direcionamento de Brian Epstein.

O empresário decidiu financiar os jovens rapazes após assistir a um show deles no Cavern Club, pequeno pub em Liverpool, onde a banda costumava se apresentar. A essa altura, a banda ainda não estava em sua formação oficial, sendo Pete Best demitido do grupo pouco antes da primeira gravação séria e substituído por Ringo Starr, um baterista mais experiente e, segundo o produtor da banda, George Martin, melhor. A formação da banda estava completa, e Ringo também aderiu ao icônico corte de cabelo feitos por Astrid Kirchherr, namorada de Stuart Sutcliffe, antigo baixista da banda, na época em que estavam se apresentando em Hamburgo, na Alemanha. Epstein resolveu mantê-lo como um padrão para os jovens, mudando suas roupas e adotando um estilo mais juvenil e “comportado”, sem os jeans e as jaquetas de couro. O jovem empresário fez com que os *Beatles* se tornassem um quarteto extremamente padronizado, sempre de ternos Pierre Cardin e arrumados, com os mesmos cortes de cabelos bem alinhados e com a clássica reverência ao fim de cada show (Figura 4). Mas, principalmente, o maior ato de Epstein para a divulgação da imagem da banda foi colocá-los na televisão, o melhor meio de se apresentar um cantor ou banda, mas também de se anunciar um produto, o que os jovens estavam se tornando. Ao contrário do Coronel Tom Parker, empresário de Elvis Presley, Epstein tinha a intenção de exportar os jovens para fora da Inglaterra, o que conseguiu fazer muito bem, apesar dos atrasos em relação às divulgações no Reino Unido. Segundo Sebastian Danchin em seu livro *Elvis Presley e a Revolução do Rock*. Em resumo, Epstein conseguiu tornar os *Beatles* uma mercadoria nacional e internacional necessária para os jovens dos anos 60, sem a exploração que sofreu Elvis Presley nas mãos do Coronel em seus anos de atividade.

Figura 4 – Reverência dos *Beatles* ao final de seus shows

Fonte: Frame extraído do filme *A Hard Day's Night* pela autora.

Danchin relata em seu livro um episódio interessante, no qual Tom Parker chegava a vender retratos de Elvis na entrada de seus shows (DANCHIN, 2010, p. 163). É possível relacionar o acontecimento relatado com o filme, quando qual o avô de Paul rouba os retratos dos jovens e falsifica suas assinaturas para vender na entrada do estúdio onde seria realizado o show da banda. Ao final do filme, todos os retratos são jogados para fora do helicóptero, enquanto partem para mais um dia em sua rotina. Simbolicamente, a intenção de Lester com tal cena, poderia ser mostrar a intenção dos jovens em se desvincular do aspecto mercadológico de suas imagens.

Cláudio Benedito O. Ferraz e Jucimara Pagnosi Voltareli afirmam em seu artigo *Geografias de A Hard Day's Night: Especializando os Beatles* que a crítica da resistência de George com relação a camisa é a mesma da banda, ao passo que, mesmo odiando o produto mercadológico que se tornaram, ainda seguem a lógica, por ser o que traz sucesso à banda (FERRAZ; VOLTARELI, 2017, p. 162).

Em 1964, o *Fab Four* finalmente estava em seu ápice e a produção de um filme foi um importante meio de vincular sua imagem ao cinema, atraindo ainda mais atenção dos jovens, que viam os *Beatles*, seus ídolos, como eram: rapazes tentando aproveitar sua juventude. Para isso, retomo uma cena do início do filme, em que o quarteto discute com um senhor no trem, que dizia ter lutado na guerra por eles e, por isso, deviam-lhe respeito. Nessa cena, os *Beatles* mostram o sentimento da juventude *baby boom*, que desejava ser

livre das convenções e da seriedade de seus pais, facilitando, assim, sua comunicação com os jovens, seu público-alvo.

Logo, apesar de ser uma comédia musical, essa se difere em muito das realizadas em sua época. Não houve, com algumas exceções, uma sintonia perfeita da música com o enredo como em, por exemplo, *Sing in the Rain*, (Cantando na Chuva, dir. Gene Kelly e Stanley Donen, EUA, 1952), no qual as músicas se introduziam no filme, dando sequência à história. Contudo, a trilha sonora ainda é o principal foco do filme, tendo sido utilizada como um meio de promoção do novo álbum, e também de relembrar algumas canções anteriores, como o single *She Loves You*, lançado em 23 de agosto de 1963 e algumas do álbum *With The Beatles*, lançado em 22 de novembro de 1963, *I Wanna Be You Man*, *Don't Brother Me* e *All My Loving*.

Do novo álbum que nomeia o filme, foram incluídas as canções *A Hard Day's Night*, *I Should Have Known Better*, *If I Fell*, *Can't Buy Me Love*, *And I Love Her*, *I'm Happy Just To Dance With You* e *Tell Me Why*. E, além dessas, foi recuperado o single *This Boy* apenas na forma instrumental, interpretada pela orquestra de George Martin, produtor musical da banda. A canção foi incluída como tema de Ringo, no momento em que ele está atordoado sobre sua vida, sobre as coisas que têm deixado de fazer e sobre o sentimento de inferioridade em relação aos seus colegas.

A trilha sonora é o foco principal do filme e a música tema escolhida casou perfeitamente com o enredo. Considerando que os rapazes trabalhavam duro e não tinham a vida comum dos jovens de sua idade, podemos considerar que a canção representa o filme da melhor maneira possível e, apesar de algumas canções não terem agido em conjunto com o enredo, não deixou de cumprir seu papel principal: evidenciar e promover as canções mais recentes do *Fab Four*, representando a cultura juvenil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do filme, é possível que considerem o avô de Paul como um certo tipo de vilão irônico da história, porém, ele é extremamente importante para a compreensão real do espírito da época. Wilfred Brambell mostra em seu papel a necessidade de se procurar a diversão e de aproveitar a vida, deixando os livros de lado, conselho que dá a Ringo quando ele está lendo *A Anatomia de um Crime*, o que favorece sua entrada na trama, apontando que ele é um dos maiores destaques do filme.

Como dito anteriormente, não era esperado um grande sucesso de bilheteria com o filme, por isso foi uma imensa surpresa quando, em pouco tempo de exibição, as vendas em bilheteria global estouraram, ainda mais unida à trilha sonora. Mesmo não sendo atores e com muita dificuldade em conciliar suas vidas pessoais e shows às gravações do filme, os rapazes fizeram um ótimo trabalho, e mais ainda Lester, que conseguiu captar um pouco da essência da personalidade de cada um (SPITZ, 2005).

O filme, originalmente intitulado *Beatlemania* e rebatizado como *A Hard Day's Night*, recebeu diferentes títulos no mundo inteiro, mas gostaria de ressaltar a importância do título brasileiro: *Os Reis do Iê Iê Iê*. Tal título, além de inspirar filmes brasileiros, como em *Na onda do Iê Iê Iê* (1965), estrelado por Renato Aragão e Dedé Santana, também inspirou o movimento da jovem guarda brasileira. Além disso, a trama é considerada por muitos especialistas um importante predecessor da categoria de videocliques que surgiria na década de 80. Apesar de Elvis Presley ter sido pioneiro na vinculação do cantor com o cinema com sucessos como *Love Me Tender* (1956), *Jailhouse Rock* (1957), *Blue Hawaii* (1961), dentre outros, e também na transformação do ídolo em produto, foi com os *Beatles* que esse modelo filmico se tornou um imenso sucesso, sendo uma espécie de “pseudodocumentário”, que colocava o cantor – nesse caso, a banda – como se estivesse filmando e relatando sua vida real.

O sucesso da trama levou Lester a dirigir o segundo filme da banda, *Help!* (1965), que, diferentemente do primeiro, tinha um tom mais ficcional, com histórias míticas e, principalmente, em cores. *A Hard Day's Night* foi um imenso sucesso e é considerado um clássico nos dias atuais, objeto de estudo de diferentes áreas. Podemos atestar sua relevância nos dias atuais com a exibição do filme nos cinemas de algumas cidades brasileiras em 2016, época em que se completou 52 anos de seu lançamento.

A banda britânica foi, e continua sendo, um imenso sucesso no mundo inteiro, atraindo fãs de todas as idades. Sua imagem se tornou famosa no mundo inteiro, principalmente após sua estreia na América, seguida de vários outros artistas, o que ficou conhecido como “invasão britânica”, que conquistou o país norte-americano. Com isso, é possível inferir a relevância da industrial cultural para formar a imagem do artista diante do público, e o poder que ela tem de tornar pessoas comuns em verdadeiros ídolos juvenis, vendendo sua imagem constantemente como algo que esses jovens necessitam ter e parecer. O primeiro filme dos *Beatles* os apresentou ao mundo como atores (não muito promissores), mostrando ao público o que este gostaria de ver: seus cantores favoritos, suas

personalidades, músicas e, também, mostrou a relevância do cinema na construção e na exportação dos artistas, e como este, aliado à uma intensa propaganda, pode torná-los produtos mercadológicos indispensáveis para uma sociedade de massas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCHIETA, Wanderley. Do apelo comercial ao pano de fundo da ação: as primeiras funções da cor no cinema. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 23-37, 2018.

Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/146396>. Acesso em: 15 ago. 2021.

ARAÚJO, Maria Paula Nascimento. “‘Novas esquerdas’ no Mundo”. In: **A UTOPIA fragmentada: As novas esquerdas no Brasil e no mundo na década de 1970**. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2000, p. 43-44.

COSTA, Thiago Ramires da. A Construção do Popstar: A Figura Estratégica do Ídolo das Massas na Indústria Cultural. **Anagrama**, São Paulo, v. 3, n 2, p. 1-15, 2009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35427>. Acesso em: 15 ago. 2021.

DANCHIN, Sebastian. “O Rei do Rock ‘n’ Roll. In: **Elvis Presley e a Revolução do Rock**. Rio de Janeiro: Agir, 2010, p. 115-168.

FERRAZ, Cláudio Benito O.; VOLTARELI, Jucimara Pagnozi. Geografias de A Hard Day’s Night: Espacializando os Beatles. **Entre-Lugar: Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFGD**, Dourados, v. 8, n. 15, p. 150-169, 2017. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/entre-lugar/article/view/7417>. Acesso em: 19 ago. 2021.

FREUD, Sigmund. “A Alma Coletiva segundo Le Bon”. In: **Psicologia das Massas e Análise do Eu e outros Contos (1920-1923)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011, p. 9-22.

FRIEDLANDER, Paul. "Beatles: o salto definitivo". In: **Rock and Roll: uma história social**. 10. ed. São Paulo: Record, 2002, p. 117-132.

HOBBSAWN, Eric. **Era dos extremos: O breve século XX**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ROSZAK, Theodore. **A contracultura**: Reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

SOARES, Thiago. **Videoclipe**: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004.

SPLITZ, Bob. **The Beatles**: A Biografia. São Paulo: Lafonte, 2007.

FONTE AUDIOVISUAL

A HARD Day's Night. Direção: Richard Lester. Produção: Walter Shenson. Reino Unido: United Artists, 1964. 1 DVD.