

MATHEUS CASTILHO DAS NEVES

PIMENTA NOS OLHOS DOS OUTROS É REFRESCO
O IMPACTO DO ÁLBUM "SGT. PEPPER'S LONELY
HEARTS CLUB BAND" NA ARTE PUBLICITÁRIA

Assis
2012

PIMENTA NOS OLHOS DOS OUTROS É REFRESCO
O IMPACTO DO ÁLBUM "SGT. PEPPER'S LONELY
HEARTS CLUB BAND" NA ARTE PUBLICITÁRIA

Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA.

Orientando: Matheus Castilho das Neves
Orientador: Prof. Marcus Vinicius Gimenis Gil

Assis
2012

AGRADECIMENTOS

Cida Castilho, por ser mãe, pessoa mais importante do mundo e amor materializado em forma de ser humano. Sem você eu não seria nada.

Geraldo Castilho, por ser tio, pai, melhor amigo, mestre, ídolo máximo e lenda viva. Sem você eu seria somente mais um idiota no mundo.

Natália Castro, por ser melhor amiga, casa dos melhores conselhos, rio de paciência e uma das melhores pessoas do mundo.

Sérgio Lucas, por ser o Sérgio Lucas e melhor amigo.

Danilo Giroto, por ser o Danilo Giroto e melhor amigo.

Felipe Portes, por ser o Felipe Portes, melhor amigo e companheiro naquele 22/11/2010, no Estádio do Morumbi, pra ver Sir James Paul McCartney de perto.

Ricardo Brito, por ser mestre no sentido literal da palavra e sugerir o nome deste trabalho.

Marcus Gil, por ser amigo, mestre, professor, orientador, chefe e parceiro musical, não necessariamente nessa ordem.

Todos vocês, apesar de serem muito ocupados sendo o que são, ainda tiveram tempo de me ajudar, de alguma forma, neste trabalho. Obrigado.

DEDICATÓRIA

Obviamente, este trabalho inteiro é uma pequena homenagem dedicada a Paul McCartney, George Harrison, Ringo Starr e John Lennon.

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

Love.

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa tem por objetivo analisar um caminho diferente entre os Beatles e a indústria da publicidade.

Palavras-chave: Beatles, arte, publicidade.

ABSTRACT

The present research aims to analyze a new path between the Beatles and the Advertising Industry.

Key-words: Beatles, art, Advertising.

SUMÁRIO

Introdução.....	8
 Capítulo I	
1.1 Há 45 anos.....	10
1.2 O contexto musical dos Beatles.....	12
 Capítulo II	
2.1 Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band.....	23
2.2 Capa.....	25
2.3 Paródias.....	28
 Capítulo III	
3.1 Os Beatles na iTunes Store.....	32
3.2 A iTunes Store no Brasil.....	36
 Considerações Finais.....	 39
Referências bibliográficas.....	40

INTRODUÇÃO

Não tenho religião. Não consigo ter. Hoje, do alto dos meus 21 anos, vejo que o que parecia ser uma necessidade imposta na infância, foi se tornando em dúvida aos poucos até que eu já não procurava espiritualidade em nenhum lugar, exceto dentro de mim mesmo. Mas não significa que eu não acredite em Deus.

A arte, em todas as suas formas, sempre me chamou a atenção. Ou talvez seja eu, que em todas as minhas formas, encontro arte pra ilustrar cada momento. Mas tenho a certeza de que a falta de espiritualidade na minha vida se transformou em sensibilidade na hora de eleger quais eram as músicas que mexiam comigo, os filmes que me impressionavam ou quais eram as pinturas que me intrigavam. E a partir daí eu soube extrair a religiosidade que me faltou.

A mania de carregar mestres comigo é inevitável. Quem me conhece, vê na minha testa nomes como Paul McCartney, Quentin Tarantino e Andy Warhol. E mesmo que eu fosse uma serigrafia assassina cantando "Yesterday", seria difícil me exemplificar tanto nesse *top of mind* do meu círculo de relações.

O conteúdo da pesquisa a seguir é um desses vícios, materializado na forma de um dos álbuns mais magníficos da história. Com um clima revolucionário e críticas que se confundem com atos seminais da cultura moderna, "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band" fez dos Beatles um dos caminhos mais próximos do meu encontro com a paz interior. Sem exageros. Música é vibração.

Posso considerar a arte minha religião? Não. Não, porque seria um insulto para ambos os manifestos. Mas se a arte de não ter religião me fez render tanto em um prefácio, que o trabalho científico que está por vir faça jus ao seu nome.

CAPÍTULO I

HÁ 45 ANOS...

Há 45 anos, os fãs de rock recebiam da maior banda de todos os tempos aquele que seria o álbum mais importante e influente de sua carreira - e não seria besteira afirmar "o disco mais importante e influente do rock" ou "o disco mais importante e influente da música".

Era 1967, e prestes a lançar seu oitavo registro, os Beatles já não justificavam o rótulo de "os reis do iê, iê, iê", tão comum no início da carreira. *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* marca o ponto de virada na história da banda, resultado de uma tendência na evolução musical e de experiências familiares, religiosas e ilícitas que culminaram com o amadurecimento dos rapazes de Liverpool.

Em termos musicais, trazia, além de muita criatividade e inspiração, influências de artistas e bandas contemporâneas que, mescladas às velhas referências clássicas, apresentavam o ponto de equilíbrio entre a experimentação, as novidades tecnológicas e o toque pop. Esses, elementos cruciais para que a banda mantivesse o sucesso radiofônico em uma fase onde já não faziam mais shows ou qualquer tipo de apresentação ao vivo.

Sua capa, citada como uma das mais famosas de todos os tempos, mostrava a "Banda dos Corações Solitários do Sargento Pimenta", em uma tradução literal ao nome do álbum. Ao fundo, colagens da presença de personalidades marcantes do século XX, escolhidas pela própria banda, por serem referências ou claramente com a intenção de causar polêmica.

Na música, a década de 60 pode ser projetada de forma que sua primeira metade represente a extensão da década de 50 e sua segunda metade a previsão do que seria a década de 70.

Dividindo assim, artistas que tiveram o auge criativo nesta década não só aproveitaram desse ambiente, como também contribuíram ativamente para a formação do conteúdo que se tornaria característico daquele tempo.

Paralelamente, os mesmos meios de comunicação responsáveis pela divulgação desse conteúdo também passavam por evoluções tecnológicas.

Logo, o ambiente histórico, a cultura, os ícones e os meios de comunicação influenciavam uns aos outros, fazendo com que uma obra prima da música sessentista como o *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* possa ter influenciado a arte popular e a comunicação em geral - inclusive à publicidade.

Por fim, o disco se mostra valioso como objeto de análises e carrega em si informações tão ricas quanto o contexto em que foi criado.

O CONTEXTO MUSICAL DOS BEATLES

Os acomodados, os medrosos e os preguiçosos nunca foram pessoas muito bem aceitas no mundo da boa música. No rock n' roll, estilo que além de rebelde já nasceu também muito criativo, esses fatores ligados ao lugar comum sempre foram muito fáceis de enxergar. É simples citar bandas e artistas que ficaram eternizadas por seu gênero único, enquanto outras milhares tentavam seguir a receita do bolo. Não tão fácil assim é citar músicos desse porte, que além de cuidar do próprio interesse com espírito vanguardista, ainda sabiam se reinventar com o passar dos anos.

Em 1978, os Rolling Stones, com uma década e meia de existência, já haviam tido tempo, inspiração e inteligência o suficiente pra passear do blues, country e rockabilly até o soul e o funk, sem perder o usual apelo jovem, rebelde, sexual e melancólico que mesmo com o passar dos anos se tornou parte da sua inigualável essência.

Entre 1962 e 1965, seis álbuns e somente 21 anos de idade, Bob Dylan foi pioneiro, gênio, traidor e revolucionário admirado por seus fãs que eram verdadeiros seguidores. De prodígio da folk music, passou a compor, gravar e tocar um som cada vez mais elétrico, junto de uma banda, deixando assim uma grande interrogação na cabeça dos fãs mais saudosos, mas ao mesmo tempo se reinventando e, sem pretensão nenhuma, arrecadar mais seguidores.

No caso dos Beatles, o ano de 1966 foi marcante para a reinvenção do quarteto britânico. Lançar tendências nunca foi um problema para os rapazes que gostavam de experimentar. Em *Rubber Soul* (1965) e *Revolver* (1966), álbuns que botaram um ponto final na fase da Beatlemania, era clara a evolução das letras e as experimentações audiofônicas que a banda passava a empregar nas canções, e as influências cada vez mais passavam a ser efêmeras.



Figura 1: Paul McCartney e um recém-adquirido álbum de Bob Dylan

Fonte: <http://beatlesblogger.com/2011/07/30/the-beatles-with-records/>

E nesse cenário, é possível enxergar a ligação entre o gênio folk americano e os quatro rapazes de Liverpool, como propõe Clinton Heylin (2007, p. 17), biógrafo de rock:

"Entre 28 de agosto de 1964 e 28 de maio de 1966, os itinerários de John Lennon, Paul McCartney e Bob Dylan - o trio de compositores do qual dependeria em grande parte o futuro rumo do rock - se cruzaram apenas quatro vezes: em agosto de 1964 e 1965 em Manhattan, quando os Beatles passaram por lá em turnê, e em maio de 1965 e 1966, quando Dylan retribuiu a gentileza tomando de assalto o Reino Unido primeiro com um violão Martin, depois com a tempestade elétrica gerada por uma Fender.

Esses encontros permitiram aos três a oportunidade de comparar seus escritos, numa época em que Dylan acumulava uma inigualável sequência de álbuns - *Bringing It All Back Home*, *Highway 61 Revisited* e o duplo *Blonde on Blonde* - enquanto os Beatles finalmente atingiam a maioria com o evocativo *Rubber Soul* e um quinteto de compactos - *I Feel Fine*, *Ticket To Ride*, *Help*, *Day Tripper* e *Paperback Writer* - que continuava superando qualquer que tentasse alcançar seus calcanhares." (HEYLIN, 2007, p. 17)

Mas apesar de referência clara no som dos FabFour, claramente Dylan bebia pouquíssimo da música americana contemporânea perto do que consumiam os jovens britânicos. Isso porque enquanto os Beatles consumiam ainda os grandes nomes dos anos 50 como Elvis Presley, Chuck Berry, Jerry Lee Lewis, Fats Domino e ainda grande parte do soul dos primórdios da gravadora Motown, Dylan ainda se espelhava no blues e no folk sulista dos anos 20 e 30 dos Estados Unidos.

Porém, claramente, a explosão do rock britânico e sua chegada aos Estados Unidos com os Beatles, os Rolling Stones, The Kinks, Small Faces e The Who, fazia emergir em solo americano bandas como The Beach Boys, eletrificando mais ainda assim o que tocava na rádio. Como se do outro lado do Atlântico, os ingleses tivessem dado "um gás a mais" no rock cinquentista da terra do Tio Sam.

Esse intercâmbio de influências, somado ao amadurecimento das composições de Dylan e sua inserção definitiva no mainstream, trouxe o som revigorado que proporcionou aos Beatles enxergar novos horizontes dentro da poesia do músico americano.

A partir daqui, sugiro uma escalada na discografia parcial dos Beatles, fazendo um review de cada álbum lançado até 1966 e analisando as raízes de cada um e sua importância no amadurecimento até chegarmos, finalmente, no objeto desta pesquisa.

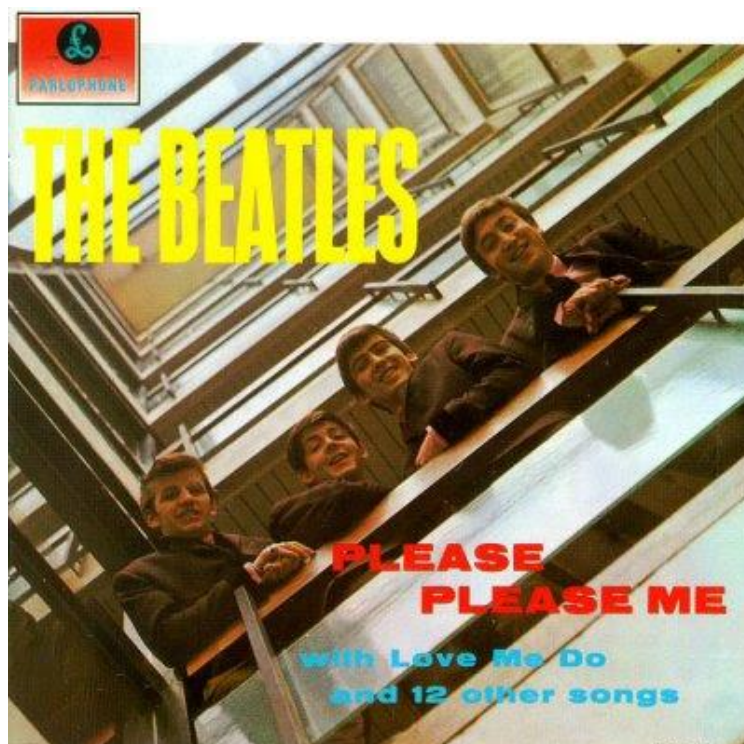


Figura 2: Capa do álbum *Please Please Me*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

PLEASE PLEASE ME (1963)

Álbum de estreia do quarteto britânico. Das quatorze músicas do disco, oito já eram creditadas a Lennon/McCartney, dupla que se tornaria a mais bem sucedida do pop/rock mundial. As outras canções eram basicamente versões de interpretes do soul e rock n' roll americano da década de 50.

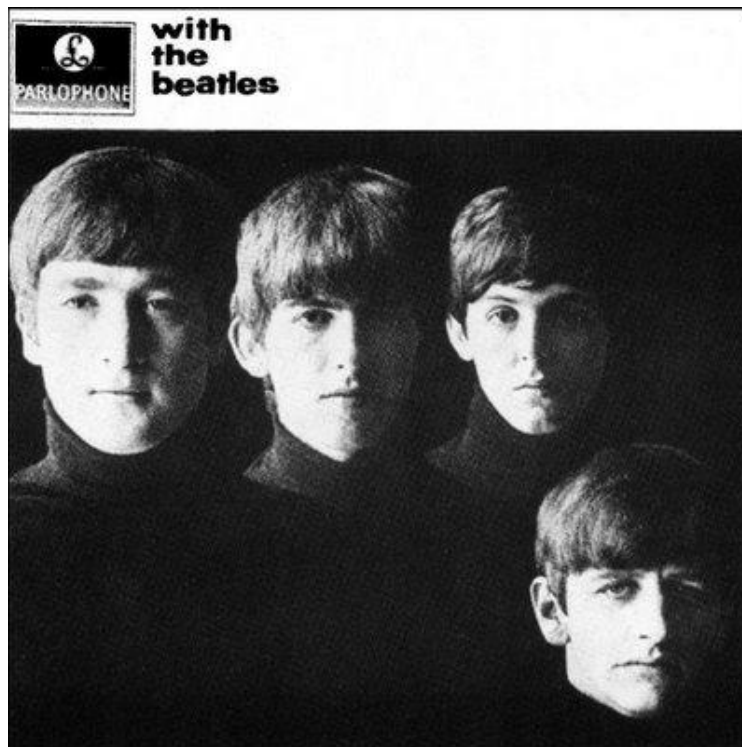


Figura 3: Capa do álbum *With The Beatles*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

WITH THE BEATLES (1963)

Lançado no mesmo dia do assassinato do presidente John F. Kennedy nos Estados Unidos, e apenas quatro meses depois do álbum de estreia, repetia a mesma fórmula do seu antecessor, com metade das músicas sendo autorais, e a outra metade covers. É o primeiro a conter uma composição de George Harrison.

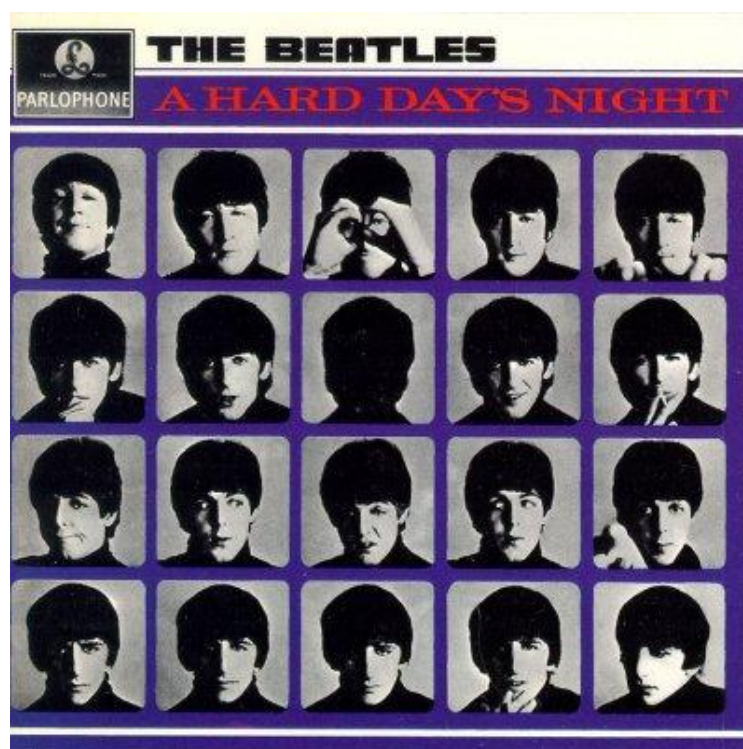


Figura 4: Capa do álbum *A Hard Day's Night*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

A HARD DAY'S NIGHT (1964)

Terceiro álbum dos FabFour, é também a trilha sonora do filme homônimo. Foi o primeiro e único álbum a conter somente composições da dupla Lennon/McCartney e sua sonoridade ainda é bastante baseada no rock n' roll que já os havia consagrado.

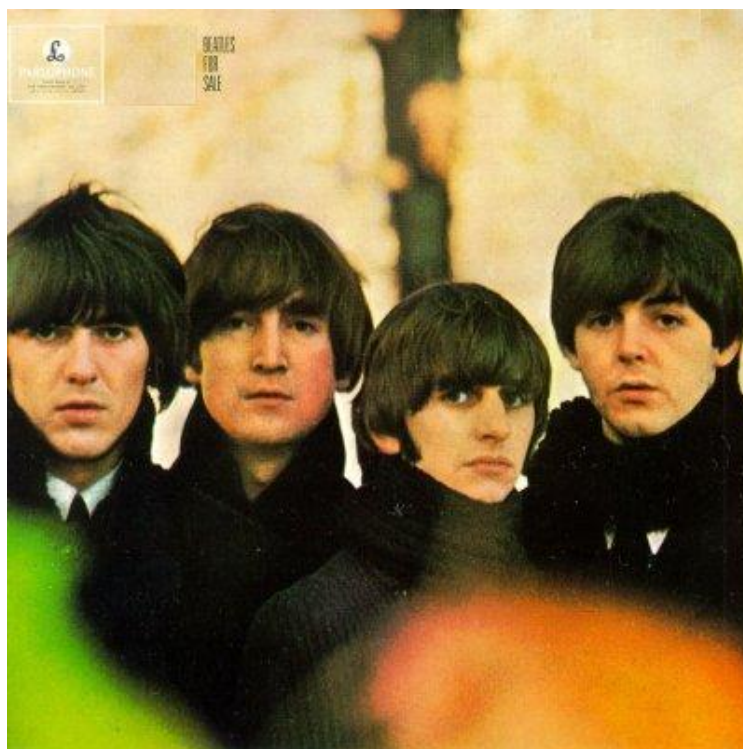


Figura 5: Capa do álbum *Beatles For Sale*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

BEATLES FOR SALE (1964)

Críticos o consideram o álbum mais fraco da banda, provavelmente pelo retorno de alguns covers, porém o álbum foi lançado no auge da Beatlemania e isso trouxe um reconhecimento automático quando de seu lançamento.



Figura 6: Capa do álbum *Help!*

Fonte: <http://thebeatles.com/#!/albums>

HELP! (1965)

Ainda no auge da Beatlemania, o quinto álbum dos Beatles é também composto da trilha sonora do filme “Help!”, sucesso absoluto entre as adolescentes da época. Musicalmente, além de conter o hit “Yesterday”, canção mais regravada de todos os tempos e composta principalmente por McCartney, ainda trazia um John Lennon que vinha sendo influenciado por Bob Dylan.



Figura 7: Capa do álbum *Rubber Soul*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

RUBBER SOUL (1965)

Finalmente com uma sonoridade bastante baseada no folk e na surf music, “Rubber Soul” deixou claro o amadurecimento de Lennon e McCartney nas composições. O álbum também trouxe as primeiras experimentações dos Beatles com novas técnicas de gravação e instrumentos inusitados. Começava aí a revolução tecnológica dos FabFour.

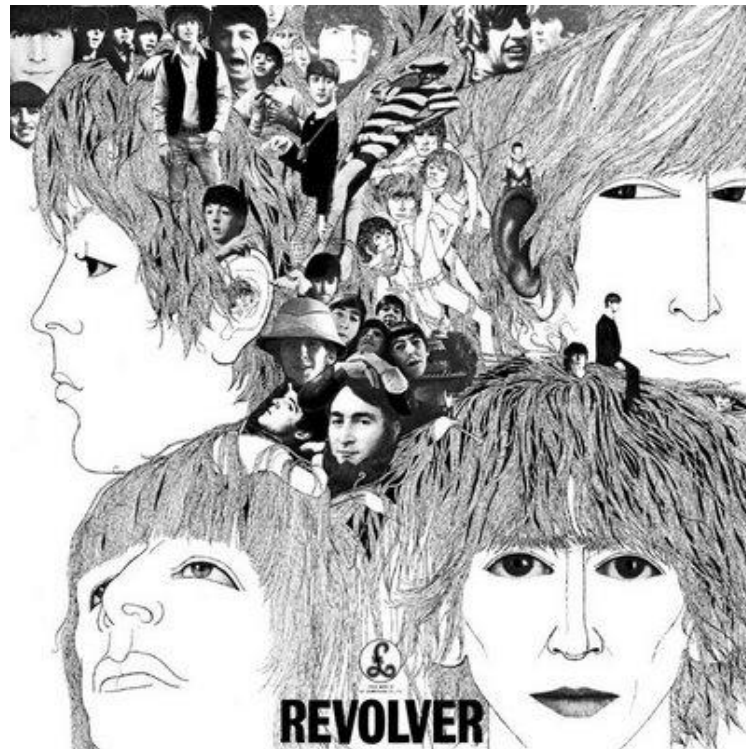


Figura 8: Capa do álbum *Revolver*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

REVOLVER (1966)

Frequentemente citado como o melhor álbum dos Beatles pelo fãs mais incondicionais, foi o álbum que preparou o território pro que “Sgt. Pepper’s” viria a se tornar. Marcou também a decisão do quarteto de abandonar os palcos e se dedicar somente a gravação em estúdio, uma vez que suas composições se tornavam cada vez mais elaboradas. Trouxe a psicodelia ao seu som e definiu George Harrison como um dos compositores da banda.

CAPÍTULO II

SGT. PEPPER'S LONELY HEARTS CLUB BAND



Figura 9: Capa do álbum *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*.

Fonte: <http://thebeatles.com/#/albums>

Frequentemente citado como o melhor e mais influente álbum da história do rock e da música, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, de 1967, é o oitavo álbum lançado pelos Beatles. Recebeu quatro *Grammys* naquele ano, incluindo o prêmio de “álbum do ano”, e em 2003, a revista especializada em música *Rolling Stone* o colocou em primeiro lugar em uma lista dos 200 álbuns definitivos do *Hall da Fama do Rock n' Roll*.

Considerado um álbum inovador desde as técnicas de gravação até a elaboração das artes de seu encarte, tinha pouco apelo radiofônico, mas vendeu mais de 11 milhões de cópias somente nos Estados Unidos.

Oficialmente fora das turnês, foi o primeiro álbum em que os Fab Four se dedicaram completamente nas gravações, e para isso tiveram acesso ilimitado a tecnologia dos estúdios Abbey Road, até então EMI Studios, onde começaram a se

familiarizar com instrumentos exóticos, novos pedais de guitarra e amplificadores com efeitos.

Gravado em uma época de psicodelismo e experimentação, sob supervisão do produtor George Martin, foi o primeiro álbum gravado em oito canais, sendo um precursor nas técnicas de gravação e composição.

Com a ideia de Paul McCartney de fazer um álbum conceitual, eles assumiram o papel da “banda do clube de corações solitários do Sargento Pimenta”, e mergulharam nas composições, elevando até o limite o conceito do rock n’ roll, enquanto agregavam orquestrações, instrumentos hindus, gravações tocadas ao contrário e sons de animais, em músicas que se ligavam umas as outras.

As drogas também estavam presentes na vida dos Beatles, e algumas situações causavam polêmicas, como conta Heylin (2007, p. 26):

“A canção *Lucy in the Sky with Diamonds* se tornou alvo de especulações quanto ao seu significado, muitos acreditaram que as letras iniciais de seu título foi um código de LSD. A BBC teve isso como base para a proibição da canção nas rádios britânicas. Mais uma vez, John Lennon negou que a letra fosse sobre LSD. Debates sobre esse assunto sempre existiram mas sempre se soube que a verdadeira preocupação dos Beatles era a música e não as drogas.” (HEYLIN, 2007, p. 26)

CAPA

"Como a gravação estava adiantada, o grupo voltou sua atenção para a embalagem do LP, e foi apresentado ao artista Peter Blake pelo diretor de arte Robert Fraser. Paul trabalhou diretamente com Blake para explicar suas ideias e logo o conceito de um quadro vivo veio à tona. Blake usou os manequins do Madame Tussauds e cercou a banda de recortes em tamanho natural de mais de setenta celebridades escolhidas pela banda como seus "heróis", incluindo Bob Dylan, Marilyn Monroe e Oscar Wilde. Duas semanas foram gastas montando o cenário no estúdio do fotógrafo Michael Cooper, em Chelsea. A capa acabou custando 2800 libras, um valor astronômico em uma época em que o orçamento para esse tipo de trabalho oscilava por volta das 100 libras. A banda também rompeu com a tradição e decidiu que queria uma capa dupla, com uma foto na parte interna e as letras na contracapa. Apesar do receio da EMI e do empresário da banda, o design final não só ganhou um Grammy como também provou ser o acompanhamento perfeito para a inovadora coleção de canções prensada no disco." (GARETH, 2010, 186)

A arte de Sgt. Pepper's forçou artistas contemporâneos a gastarem um pouco mais de energia na hora de pensar suas capas. O Cream, trio lendário do rock psicodélico que contava com Eric Clapton na guitarra, chegou a adiar o lançamento do seu segundo álbum, enquanto pensavam sobre sua embalagem. A capa dupla se tornaria uma norma entre os artistas que priorizavam álbuns.



Figura 10: Bastidores da sessão de fotos para a capa de Sgt Pepper's.

Fonte: <http://internetfm.com/2012/03/today-in-rock-history-march-30th/>

Colocar as letras das músicas na contracapa é uma inovação que se mantém até hoje. E mesmo naquela época, até bandas que preferiam se concentrar na parte musical, consideravam suas letras dignas o suficiente para aparecer na arte. No começo dos anos 70, álbuns já vinham com "livretos" contendo letras, notas, recortes e discografias, enquanto a arte da capa decorava muitos quartos na forma de pôster.



Figura 11: Os Beatles apresentam as artes do encarte inovador em coletiva de imprensa.

Fonte: <http://beatlesblogger.com/2011/07/30/the-beatles-with-records/>

Porém, como se não bastasse, Paul McCartney pensou em interação e pediu por uma edição limitada que trouxesse objetos que fizessem os fãs se sentirem parte da "banda do Sargento Pimenta". Logo chegaram as lojas edições que traziam, além da capa inovadora, uma lâmina especial em papel-cartão com bigodes, distintivos e fotos para recortar e usar.



Figura 12: Brindes no encarte.

Fonte: <http://mustachiocherry.wordpress.com/tag/mustache/>

PARÓDIAS

"Se a imitação - ainda que em forma de sátira - for de fato o elogio mais sincero, Pepper é a capa de disco mais elogiada do planeta. O design de Blake, cuja origem é a pop art e sua natureza auto-referencial, era um convite à sátira. Quando a primeira paródia surgiu, por cortesia do Mothers of Invention, McCartney até se prontificou para ajudar a evitar quaisquer problemas relativos a direitos autorais (Frank Zappa, líder da banda, já sabia como McCartney fora influenciado por seu *Freak Out*"). (HEYLIN, 2007, p. 205)

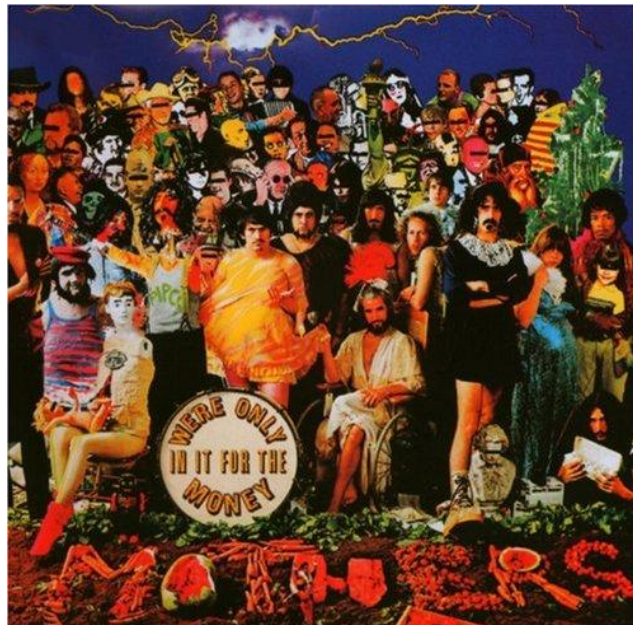


Figura 13: Capa de *We're Only In It For The Money*, do The Mothers Of Invention, de 1968.

Fonte: <http://midnightpunk.wordpress.com/>

Passado 1967, até os dias de hoje artistas dos mais variados meios usam a capa de *Pepper* como inspiração para seus trabalhos, como forma de homenagear os Beatles ou até para referenciar uma época inteira.

A seguir, algumas paródias e homenagens feitas no Brasil e no mundo:



Figura 14: Capa do álbum *Nação Nordestina*, de 2000, do cantor brasileiro Zé Ramalho.

Fonte: <http://www.discografiabr.com/baixar/ze-ramalho-nacao-nordestina/>

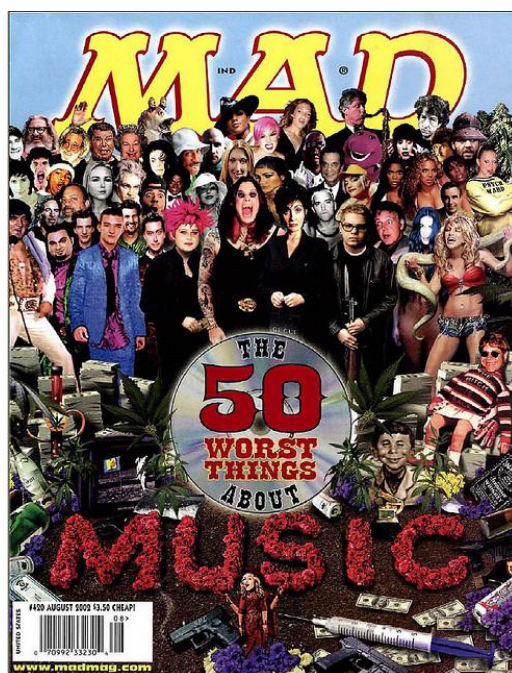


Figura 15: Capa da revista *Mad*, de 2002, na edição *As 50 Piores Coisas da Música*.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/brykmantra/930896492/>



Figura 16: Abertura de um dos episódios da oitava temporada de *Os Simpsons*.

Fonte: http://simpsons.wikia.com/wiki/Sgt._Pepper's_Lonely_Hearts_Club_Band_couch_gag

CAPÍTULO III

OS BEATLES NA ITUNES STORE

Sem dúvida, o legado comercial dos Beatles é tido como herança para a forma de se fazer negócios na indústria da música nos dias de hoje. E isso, assim como o que motivou este trabalho a ser escrito, pode ser visto de uma forma passional, ou como uma oportunidade mercadológica.

A relação entre a gigante de tecnologia americana Apple, seu fundador Steve Jobs e o iTunes, um de seus produtos mais conhecidos, tem elementos que comprovam na prática essa visão. A sensibilidade do empresário ao se inspirar no quarteto de Liverpool durante sua vida e a forma com que seus produtos se aproveitaram da imagem da banda são alguns exemplos claros disso.

"Meu modelo de negócios são os Beatles. Eles eram quatro rapazes talentosos que anulavam as essências negativas entre si, se balanceavam, e a soma era maior do que apenas uma das partes. E é assim que eu vejo nos negócios: grandes feitos nunca são realizados por apenas uma pessoa, há sempre um time. Nós temos isso na Pixar e na Apple também. Os Beatles quando estavam juntos fizeram um trabalho verdadeiramente brilhante e inovador. Quando se separaram, continuaram sendo bons trabalhos, mas nunca foi o mesmo. E eu vejo os negócios assim. Há sempre um time." (JOBS, 2003, cbsnews.com)

Fã declarado, Jobs não só vivia com seu iPod recheado com a discografia dos Fab Four, como também foi peça fundamental na negociação que culminou no lançamento de todo o trabalho dos Beatles na iTunes Store mundial, em Novembro de 2010.



Figura 17: *Em 1964, a banda que mudou tudo veio à América. Agora eles estão no iTunes.*

Fonte: <http://www.apple.com/the-beatles/>

"Nós amamos os Beatles e estamos honrados e emocionados em recebê-los no iTunes. Foi uma longa e sinuosa estrada até chegar aqui. Obrigado aos Beatles e a EMI. Nós estamos realizando um sonho de 10 anos, desde que o iTunes foi lançado." (JOBS, 2010, apple.com)

A EMI, gravadora detentora dos direitos de comercialização das músicas, havia providenciado em 2009 uma remasterização dos 13 álbuns oficiais da banda, preparando assim um box com a discografia completa. O que a empresa de Jobs fez foi obter a exclusividade de lançamento do material em formato digital.

Para anunciar a aguardada chegada dos Beatles na iTunes Store, a Apple tirou seu site do ar e colocou uma contagem regressiva no lugar, além de uma seção especial dedicada a banda. Para a TV, com criação da agência TBWA/Media Arts Lab, preparou cinco comerciais que apresentavam vídeos, músicas e fotos clássicas, cada um baseado em uma fase do quarteto. Simples e emocionantes, os filmes encerravam com a assinatura "A banda que mudou tudo, agora no iTunes".

Tomorrow is just another day. That you'll never forget.

Check back here tomorrow for an exciting announcement from iTunes.



Figura 18: O mistério da Apple.

Fonte: <http://blog.softtheme.com/tag/industry-news/>

A empresa do Vale do Silício preparou banners e outdoors especiais que eram espalhados em suas lojas físicas e ruas nas principais cidades dos Estados Unidos e da Inglaterra, anunciando a novidade. Foi a primeira e única vez na sua história em que a Apple dedicou um lançamento para um artista específico.



Figura 19: Agora no iTunes.

Fonte: <http://www.mptvimages.com/>

Por fim, uma das ligações mais óbvias a se fazer, unindo repercussão e fanatismo, é a forma como ambas as “instituições”, os Beatles e a Apple, transformaram seus fãs e consumidores em fiéis seguidores dos seus valores, defendendo os interesses e espalhando essas marcas pelo mundo. Os “beatlemaníacos” e os “applemaníacos” gozam da própria conquista quando se relacionam com esses valores, enquanto as marcas ganham em simplesmente alimentar esse processo, criando representantes de sua marca em todo planeta sem precisar gastar um centavo, ao contrário, ainda ganhando para isso.

A ITUNES STORE NO BRASIL

Ironicamente, o conteúdo beatlemaníaco chegou a iTunes Store antes de qualquer material destinado exclusivamente aos brasileiros. Somente em novembro de 2011, um ano após o lançamento da discografia dos Beatles na loja, o Brasil ganhou um espaço dedicado ao conteúdo digital.

Na data, Vinicius Aguiari (2011, exame.abril.com.br), do portal Exame.com, organizou uma lista com os prós e contras pensando na realidade brasileira em relação ao serviço, como vemos a seguir:

Pró - Usabilidade

Levando em consideração a experiência do usuário, é muito mais prazeroso e seguro navegar nas páginas da loja do que procurar um arquivo de torrent no Google para baixá-lo na sequência, correndo o risco de ser infectado por algum vírus.

Contra – Pagamento em dólar

Porém, um ponto em especial ainda compromete essa experiência: o pagamento em dólar. Primeiro, a conversão da moeda transforma os 0,99 dólares cobrados por cada faixa em cerca de 1,80 reais. A isso, soma-se ainda o valor da IOF cobrado em transações internacionais (mais 0,06 centavos de dólar por cada faixa) sobre a transação.

Pró – Acervo de músicas

A iTunes Store chega ao Brasil com o acervo das quatro majors: EMI, Sony, Warner e Universal em seu catálogo. Isso significa que discos de artistas como Riahanna, Red Hot Chilli Peppers, The Beatles, Coldplay, Eminem, Ivete Sangalo, Roberto Carlos, Victor e Leo, entre outros, podem ser comprados na íntegra. Em uma busca, pelos menos 15 álbuns autorais de Chico Buarque podem ser encontrados. Para os artistas internacionais, algumas faixas estão com preço mais em conta do que o cobrados nos Estados Unidos.

Contra – Ausência de artistas nacionais independentes

Por outro lado, nomes independentes da nova MPB, como Criolo, Tulipa Ruiz e Bixiga 70, que andam em alta na web, ainda não tem seus discos disponíveis. Além disso, algumas informações de catálogo também estão incorretas. O primeiro disco da banda Raimundos, por exemplo, lançado em 1994, aparece com data de 1996. Pequenos erros como esses são comuns quando você faz o download ilegal de um arquivo, mas não são aceitos em um ambiente onde um fã procura conteúdo pago.

Contra – Poucos filmes e caros

Se o catálogo de música pode ser considerado amplo, o mesmo não se estende a loja de filmes. O catalogo é pequeno e os preços não são atrativos. O valor para a compra de um filme comum varia entre 6,99 e 14,99 dólares. O aluguel custa entre 2,99 e 3,99 dólares. Para fator de comparação, um mês de assinatura da Netflix sai por 14,99 reais. Ao mesmo tempo, existem poucos títulos nacionais. Sucessos do cinema local contemporâneo, como “Cidade de Deus”, “O invasor”, “A Mulher Invisível”, “O Cheiro do Ralo”, “Central do Brasil” e “Estômago” não constam no catálogo.

Contra – Poucos títulos em HD

Se o catálogo de filmes no formato padrão já deixa a desejar, a “prateleira” fica ainda mais vazia ainda quando se procura por títulos em HD. A iTunes Store nacional não possui mais de 50 arquivos no formato, sendo grande parte formada por filmes infantis e de segundo escalão. O destaque da seção é o premiado “Tropa de Elite 2”, mas caso o usuário queira assisti-lo, terá de desembolsar 19,99 dólares.

Contra - Não contém livros novos

A Apple ainda não fechou acordos para com editoras nacionais e internacionais para a comercialização de e-books no Brasil. Dessa forma, somente livros gratuitos, de autores como Émile Zola, Honoré de Balzac, Victor Hugo etc.,

que já caíram em domínio público, pode ser encontrados no espaço.

Pró – iTunes Match

O Brasil é o segundo país a receber o serviço que permite enviar para a nuvem toda a biblioteca sonora do usuário para ser ouvida em seus dispositivos. O pacote sai por 24,99 dólares ao ano – mesmo preço oferecido aos usuários americanos.

Neutro - App Store

Nada muda em relação da App Store comparando seu funcionamento no iPod Touch, no iPhone e no iPad. A iTunes Store deve estimular ainda mais a criação de apps nacionais.

Balanço final

Apesar das falhas iniciais, caso a iTunes Store amplie seu acervo, invista em conteúdo nacional e, principalmente, nacionalize os preços mantendo a mesma proporção de 99 centavos, é forte candidata para se tornar um sucesso entre os usuários brasileiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band tem uma das capas mais icônicas da história da música, foi gravado de uma forma vanguardista para sua época, trouxe canções que se tornariam clássicas e ainda contribuiu para a pop art. Tudo isso em uma época onde o mundo ainda funcionava de maneira analógica.

Os Beatles e seus colaboradores, durante o processo de lançamento do álbum, resolveram apostar em algumas tendências musicais e gráficas que rapidamente se tornaram referências para aquele mercado, ganhando algumas paródias, homenagens e principalmente ganhando a admiração, mais uma vez, por simplesmente inovar.

Ainda com o passar dos anos, se por si só *Sgt. Pepper's* não fosse autossuficiente para merecer seus reconhecimentos, ele pode ser visto como paradigma na história de uma banda que foi paradigma na história da arte musical, recebendo até hoje a atenção que conquistou há 50 anos.

A arte publicitária intimada neste trabalho, afinal, se revela através da mescla de todos os elementos visuais, musicais e estratégicos citados. Tanto no impacto do trabalhos de outros artistas, quanto na forma de se divulgar sozinho, tendo como combustível seu próprio conteúdo.

Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band impactou a arte publicitária porque foi o divisor de águas na história de uma banda que cantou para uma geração, e hoje essa geração segue cantando *Sgt. Pepper's* para as próximas. O publicitário em formação autor desse trabalho de pesquisa é a prova viva disso. Isso é arte publicada e propagada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MACDONALD, Bruno. *1001 Discos Para Ouvir Antes De Morrer*, 1ª Ed. Editora Sextante. 2007. 960p.

HEILYN, Clinton. *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band – Um Ano Na Vida Dos Beatles E Amigos*, 1ª Ed. Editora Conrad. 2007. 256p.

COURTNEY, Richard. *A Sabedoria Dos Beatles Nos Negócios*, 1ª Ed. Editora Campus. 2011. 256p.

GARETH, Thomas. *A História Ilustrada dos Beatles*, 1ª Ed. Editora Escala. 2010. 226p.

TERRON, Paulo. *Sgt. Pepper's: O disco que abalou o mundo*, 2007.

Disponível em <<http://www.guiadoestudante.abril.com.br>>

Acesso em 7/4/2012

AGUIARI, Vinicius. *Os prós e contras da iTunes Store brasileira*, 2011.

Disponível em <<http://www.exame.abril.com.br>>

Acesso em 28/10/2012

JOBS, Steve. *Steve Jobs and the Beatles*, 2003.

Disponível em <<http://www.cbsnews.com>>

Acesso em 26/10/2012

JOBS, Steve. *The Beatles now on iTunes*, 2010.

Disponível em <<http://www.apple.com>>

Acesso em 26/10/2012