



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**PROPAGANDA E MARKETING**

**COMO OS BEATLES REVOLUCIONARAM O MERCADO**  
**MUSICAL**

**Diogo de Campos Folchetti**

**Brasília 2006**



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROPAGANDA E MARKETING**

**COMO OS BEATLES REVOLUCIONARAM O MERCADO  
MUSICAL**

**Diogo de Campos Folchetti**

Monografia apresentada como requisito parcial, para a conclusão de  
curso de Comunicação Social – Propaganda e Marketing

Orientador: André Ramos

**Brasília 2006**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**PROPAGANDA E MARKETING**

**Diogo de Campos Folchetti**

**COMO OS BEATLES REVOLUCIONARAM O MERCADO**  
**MUSICAL**

Monografia apresentada como requisito parcial, para a conclusão do  
curso de Propaganda e Marketing

**APROVADA POR**

Prof. André Ramos  
Orientador  
Assinatura:

Professor  
Assinatura:

Professor  
Assinatura:

**Brasília 2006**

## Dedicatória

Dedico essa obra ao Doutor João Baptista Pedroso de Campos. Médico, Avô, Amigo. Você não morreu, você só deixou de ser visto.

Diogo de Campos Folchetti

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente ao meu Pai, Marcelo Folchetti, por ter trabalhado muito para poder pagar meus estudos. A minha mãe, por todo amor que meu deu, e aos meus tios, por me ajudarem na conclusão desse trabalho.

## RESUMO

Os *Beatles* foram para muitos, e principalmente para o autor dessa obra a maior banda de todos os tempos. Hoje, se passado quase quatro décadas do fim do conjunto, milhares de fãs por todo o mundo ainda imortalizam *John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr*, o quarteto de Liverpool que mudou o mundo com sua música. A carreira meteórica de apenas oito anos foi marcado com muito sucesso, doze álbuns oficiais, quase 300 músicas gravadas e inúmeras coletâneas lançadas até hoje. Estudar e compreender como foi alcançando tamanho sucesso, é importante para se preservar vivo a carreira da banda, e também para que se possa ter melhor compreensão de como se aplicar noções de marketing e planejamento no cotidiano de uma banda.

Palavras-Chave: *Beatles, Música, John Lennon, Paul McCartney, George Harrison, Ringo Starr*

## LISTA DE FIGURAS

Imagem 1 – Jonh Lennon .....	20
Imagem 2 - <i>Paul McCartney</i> .....	22
Imagem 3 – Capa do disco <i>Sgt Peppers Lonely Hearts Club Band</i> .....	24
Imagem 4 – Capa do disco <i>Abbey Road</i> .....	25
Imagem 5 – <i>Capa do disco “Paul is Live”</i> .....	26
Imagem 6 – <i>George Harrison</i> .....	26
Imagem 8 – <i>Brian Epstein</i> .....	29
Imagem 9 – <i>George Martin</i> .....	32
Imagem 10 – Capa do álbum <i>“Please Please Me”</i> .....	34
Imagem 11 – Capa do álbum <i>“With The Beatles”</i> .....	34
Imagem 13 – Capa do álbum <i>“Beatles for Sale”</i> .....	35
Imagem 14 – Capa do álbum <i>“Help!”</i> .....	36
Imagem 15 – Capa do álbum <i>“Ruber Soul”</i> .....	36
Imagem 16 – Capa do álbum <i>“Revolver”</i> .....	36
Imagem 17 – Capa do álbum <i>“The Magic Mystery Tour”</i> .....	37
Imagem 18 – Capa do Álbum <i>“The Beatles”</i> .....	38
Imagem 19 – Capa do álbum <i>“Let It Be”</i> .....	38

## ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Tema.....	10
1.1.1 Delimitação do tema:.....	10
1.2 Justificativa.....	10
1.3 Objetivo geral.....	11
1.3.1 Objetivos específicos.....	11
2. EMBASAMENTO TEÓRICO.....	12
2.1 Criatividade.....	12
2.2 Marketing.....	13
2.3 Marketing Cultural.....	14
2.4 Marketing Pessoal.....	16
3. METODOLOGIA.....	17
4. ANÁLISE: O CASO BEATLES.....	18
4.1 História.....	18
4.2 Os Beatles.....	20
4.2.1 Jonh Lennon.....	20
4.2.2 – Paul McCartney.....	22
4.2.3 George Harrison:.....	26
4.2.4 Ringo Starr.....	28
4.2.5 Brian Epstein – O criador da imagem Beatles.....	29
4.2.6 <i>George Martin</i> – O homem por trás dos Beatles.....	32
4.3 Discografia.....	34
5. RESULTADOS.....	38
5.1 Posicionamento estratégico.....	38
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41



## 1. INTRODUÇÃO

O embrião temático desse trabalho tem início em 15 de junho de 1956, quando *Ivan Vaughan* apresenta seu companheiro de banda – *John Lennon* – a seu amigo que assistira um ensaio – *Paul McCartney*. Nascia então a parceria *Lennon/McCartney*, que renderia fama e uma legião de fãs mundiais.

A história do autor dessa monografia com os Beatles começou em meados de 1997. Apesar de sugerir certo atraso, era década de 90 quando um jovem de 14 anos que não tinha a mínima idéia sobre cultura, história ou arte dos anos 60 se encantara com a música *The Fool on the Hill*, que ouvira pela primeira vez numa aula de inglês da 7ª série.

A partir daquele episódio sua vida mudou: como uma música podia ser ao mesmo tempo tão simples e tão perfeita? Quando o natal seguinte se aproximou não teve dúvidas, pediu ao seu pai o álbum *A Hard Day's Night* – seu primeiro álbum dos Beatles. Uma mistura de rock, amor e problemas do cotidiano. A batida soava agradável aos ouvidos, e as vozes se encontravam em coro formando falsetes extraordinários. Estava, definitivamente, apaixonado pela primeira fase dos Beatles. Mas o que viria a concretizar sua imersão na “Beatlemania” seria um presente recebido do pai, seu segundo álbum – a coletânea de 1967 a 1970 –, que no Brasil ficou conhecida como Álbum Azul. Quando escutou pela primeira vez os violinos, os metais, todos os efeitos psicodélicos e as letras fazendo sutis apologias, simplesmente não acreditou. Aquilo não poderia ser Beatles, não a banda da qual gostava. Mas a surpresa inicial só contribuíra para que ele gostasse ainda mais do conjunto, convertendo-o, de maneira incondicional, a fã de Beatles.

A busca por informações sobre a carreira da banda possibilitou, ainda que tardiamente, a identificação e o entendimento a respeito dos acontecimentos e das drásticas mudanças que marcaram sua trajetória musical. O sucesso da banda, que extrapolava sua inegável qualidade musical, apoiava-se em outros elementos, em atitudes, estilos, comportamentos.

O objeto de estudo dessa monografia de conclusão do curso de graduação em Propaganda e Marketing converte-se no levantamento de informações, análise e tratamento dessas, de forma que possam indicar uma

possível associação das atitudes, das inovações e da gestão adotadas pela banda com conceitos relacionados à área de Marketing, procurando identificar ações estratégicas que possam, eventualmente, ser incorporadas e exploradas nos dias de hoje.

## **1.1 Tema**

A revolução musical dos Beatles

### 1.1.1 Delimitação do tema:

Estratégias de marketing no ramo musical: o caso Beatles

## **1.2 Justificativa**

O tema foi escolhido em função de os Beatles serem, na opinião de milhares de pessoas – entre público e crítica –, uma das maiores bandas de todos os tempos, além, é claro, do grande interesse pessoal do autor pela banda. É pretendido pelo autor analisar o caso da banda a partir de um prisma de um profissional de marketing, assim pesquisando justificativas teóricas para tamanho sucesso. Pesquisar e estudar pode colaborar para um entendimento do sucesso obtido pela banda, com a possibilidade de estabelecimento de estratégias válidas para outros casos.

### 1.3 Objetivo geral

Identificar estratégias de marketing que serviram para consolidação da curta e meteórica carreira dos Beatles e que possam servir de referência para casos atuais.

#### 1.3.1 Objetivos específicos

- Fazer levantamento bibliográfico para a construção de um referencial teórico;
- Fazer levantamento bibliográfico e documental sobre a história da banda;
- Apresentar os conceitos teóricos relacionados às áreas profissionais, nas quais o *case* está inserido;
- Apresentar histórico da banda com ênfase para as estratégias;
- Identificar e explicitar possíveis estratégias adotadas pela banda;
- Apresentar considerações finais.

## 2. EMBASAMENTO TEÓRICO

Para melhor compreensão do tema e para a constituição de uma base teórica que deverá apoiar a análise das informações relacionadas aos Beatles, fez-se necessário o levantamento de informações, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, associadas a conceitos pertinentes aos assuntos tratados na monografia, conforme apresentado a seguir.

### 2.1 Criatividade

“Criatividade significa o ato de dar existência a algo novo, único e original” (Dualibi e Simonsen, 2000 p.14).

Apesar de ser um tema muito amplo e profundo, foi necessário fazer um aprofundamento no estudo sobre criatividade, já que essa, de forma auto-explicativa, é associada ao processo criativo de cada pessoa. A arte de criar é muito apreciada pela sociedade, chegando a ser considerada para muitos não só como um dom, mas também como uma forma de expressão.

“É importante para o entendimento do conceito de criatividade, que se faça uma análise mais ampla, e não simplesmente presa a especificidades. Segundo Duailibi e Simonsen” (2000, p. 16):

A palavra criatividade tem sido razoavelmente confundida com a técnica de criar anúncios. Mas não é só isso. Criatividade é uma técnica de resolver problemas. Essa técnica pode ser aplicada a todas as atividades humanas, e não apenas à atividade específica de criar boa comunicação. Pode ser aplicada à medicina, à sociologia, ao marketing, às finanças, à educação, à produção de alfinetes ou a de motoniveladoras, à administração pública, à contabilidade, a jornalismo – a tudo.

A maioria dos casos de sucesso no mundo tem envolvido em seu meio a criatividade. Ter o dom de criar, de inventar e de inovar é uma qualidade muito invejada e extremamente importante para a obtenção de resultados positivos para aquilo que se almeja alcançar.

Compreendida em si mesma, a criatividade é a capacidade de formar mentalmente idéias, imagens e coisas não presentes, isso é, dar idéia a algo novo único, novo e original. Pode-se concluir desse estudo que a criatividade é a solução para uma angústia gerada por um problema (Dualibi e Simonsen, 2000) e que com o uso dessa é possível se destacar inovando, afinal, a inovação sempre tende a chamar a atenção.

## 2.2 Marketing

“Considerando o marketing como o conjunto de atividades que se destinam a otimizar o lucro de uma empresa, assegurando a sua sobrevivência e expansão” (Dualibi e Simonsen, 2000, p. 14), pode-se classificar a obtenção de lucro como o maior objetivo desse estudo, considerado assim como a arte de se obter lucro.

De acordo com Kotler, (1998, p. 27):

Marketing é um processo social e gerencial pelo qual o indivíduo e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.

O marketing começa com dois aspectos diferentes, as necessidades e os desejos humanos. O primeiro trata do estado de privação de alguma satisfação básica, como, por exemplo, alimento e roupas. Já o segundo, refere-se a carências por satisfações específicas para atender necessidades. A satisfação dessas necessidades é conhecida como demanda, que de acordo com Kotler (1998, p. 28):

Demanda são desejos por produtos específicos, respaldados pela habilidade e disposição de comprá-los. Desejos se tornam demandas quando apoiados por poder de compra. Muitas pessoas desejam um Mercedes; apenas algumas estão habilitadas e dispostas a comprá-lo. Por conseguinte, as empresas devem mensurar não apenas quantas pessoas desejam seu produto, mas, o mais importante, quantas realmente estão dispostas e habilitadas a comprá-lo.

O conceito de marketing é sustentado por 4 “pilares”:

- Mercado alvo;
- Necessidades dos Consumidores;
- Marketing Integrado;
- Rentabilidade.

A partir desses 4 fundamentos pode-se chegar a uma interpretação do conceito de marketing estabelecido por Kotler (1998 p. 37):

O conceito de marketing assume que a chave para atingir as metas organizacionais consiste em ser mais eficaz do que os concorrentes para integrar as atividades de marketing, satisfazendo, assim, as necessidades e desejos dos mercados-alvos.

Como o marketing está relacionado diretamente ao mercado, e esse consiste em compradores que divergem entre si em muitos aspectos, o marketing também pode ser segmentado de várias maneiras. “A segmentação de mercado representa um esforço para o aumento de precisão de alvo (...)” (Kotler, 1998, p. 225), portanto, é de extrema importância criar segmentos dentro desse estudo, para assim melhor se aprofundar em áreas específicas, obtendo uma maior satisfação.

Pode-se concluir que marketing é a ponte entre o produto/serviço e o consumidor, e que com a capacidade de se manipular essa área de forma precisa, sucinta e principalmente segmentada, é possível se obter sucesso em qualquer tema que se pretenda desenvolver, pois apesar de muitas vezes o termo marketing ser utilizado de forma depreciativa, como vilão pernicioso para a sociedade e mola propulsora de um consumismo, esse termo está distante do que o marketing prega (Reis, 2003).

### **2.3 Marketing Cultural**

Um dos segmentos que o marketing pode se direcionar é o cultural, que no caso, busca comunicação, planejamento e obtenção de lucro

em qualquer área relacionada à música, cinema, teatro, poesia e qualquer outra forma de cultura.

Para a melhor compreensão do tema marketing cultural, é preciso analisar o que a constituição brasileira diz sobre cultura (art. 216):

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

- I. as formas de expressão;
- II. os modos de criar, fazer e viver;
- III. as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV. as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- V. os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

“Portanto, o marketing cultural pode ser aplicado em qualquer área denominada como cultura, e é de extrema importância entender sua aplicação no caso musical, como será estudado seu conceito e sua total compreensão”. Reis (2003, p. 4) tem a seguinte percepção sobre o assunto:

(...) nesse conceito se enquadra o marketing, usando a cultura como base e instrumento para transmitir determinada mensagem (e, a longo, desenvolver um relacionamento) a um público específico, sem que a cultura seja a atividade-fim da empresa.

Existem ainda objetivos dentro do marketing cultural, que também servem como uma forma de verificação para averiguar se o objetivo do tema foi concluído. Seriam esses objetivos (Reis, 2003):

- Estabelecer uma comunicação direta com o público-alvo;
- Atrair, manter e treinar funcionários;
- Estabelecer relações duradouras com a comunidade;
- Reforçar ou aprimorar a imagem corporativa da marca;

- Manter ou incrementar o conhecimento da marca ou da empresa;
- Potencializar o composto da comunicação da marca.

Verificando o sucesso em algum ou mais de um dos tópicos citados acima, se tem um exemplo claro de uma aplicação de marketing cultural.

## 2.4 Marketing Pessoal

Como o próprio nome já diz, marketing pessoal é aquele segmento que busca se aprofundar na valorização da imagem de um indivíduo e que é transmitida, por ele mesmo, para os outros. Ter um bom domínio nessa área significa não apenas passar uma boa imagem, mas também saber se auto-moldar para cada tipo de situação. De acordo com Santos<sup>1</sup>:

Marketing pessoal é divulgar sua imagem diante das oportunidades para que outros possam integrá-lo em seus planos. Mas, não é só isso. Esse seria o mesmo erro de definir marketing como propaganda. Um dos melhores conceitos que já li sobre o tema é que 'diferente do que comumente se imagina, marketing pessoal não é divulgar uma melhor imagem de nós mesmos, mas sim nos tornarmos pessoas melhores. Reconhecemos nossas deficiências e investimos fortemente em nossas qualidades'. Infelizmente não tenho como dar os créditos da frase por desconhecer seu autor, mas ela traz a real idéia que queremos trabalhar. Se ficarmos apenas no aparecer e/ou vender uma imagem, podemos incorrer no que no chamamos de propaganda enganosa. Ou seja, estamos vendendo nosso conteúdo ou apenas nossa embalagem? Distribuir cartões, montar redes de relacionamentos, participar de eventos diversos é só uma parte do processo. E longe de ser a principal. Ela é secundária. Antes de lançar um produto as empresas precisam desenvolvê-lo e testá-lo e aí sim, lançá-lo. Isto para resumir bastante todo o processo de desenvolvimento.

Uma das maiores finalidades do marketing pessoal é a manutenção de uma imagem sociável e duradoura através de planejamento e estratégia. Ainda de acordo com Santos, o marketing pessoal é uma ferramenta de valorização do ser humano.

---

<sup>1</sup> <http://www.acesa.com/negocios/arquivo/carreira/2003/10/24-Eduardo/>, acesso em 17/10/2006, às 15h30



### 3. METODOLOGIA

Em um trabalho de cunho científico são necessários alguns métodos e procedimentos que permitam a clara formulação de raciocínio. Segundo Grawitz, “a característica distintiva do método é a de ajudar a compreender, no sentido mais amplo, não os resultados da investigação científica, mas o próprio processo de investigação” (GRAWITZ, 1975 apud LAKATOS, 1991, p.40). Ainda em relação à essa definição de método, Nerci afirma que: “método é o conjunto coerente de procedimentos racionais ou prático-rationais que orienta o pensamento para serem alcançados conhecimentos válidos” (NERCI, 1978 apud LAKATOS, 1991, p.40).

Além do entendimento de método, é preciso também analisar os mecanismos de pesquisa que foram adotados no trabalho, em busca de uma maior segurança no processo de investigação.

Utilizam-se os mecanismos de pesquisa de investigação documental e pesquisa bibliográfica. A investigação documental é realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou também com pessoas, no caso de registros, regulamentos, circulares, ofícios, comunicações informais, entre outros. Este tipo de pesquisa é muito semelhante à bibliográfica. A diferença principal é que o estudo dos documentos publicados sobre os assuntos a serem detalhados, mas não são conclusivos, ou seja, não têm uma análise acerca de seu conteúdo. No caso deste trabalho, a importância da pesquisa documental é a possibilidade de reflexão e conclusão livres de uma opinião formal já consagrada. (GIL,2002,p.44-45) Foram pesquisados documentos, entrevistas, matérias jornalísticas sobre a banda e, sobretudo, a sua discografia.

Foram utilizados também procedimentos de coleta por meio de pesquisa bibliográfica, que é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais entre outros. Seria o material acessível ao público em geral. Pode ser de fonte primária ou secundária, caso seja editado, com cortes ou alterações de uma fonte primária. Neste trabalho foram feitas pesquisas em livros de fonte primárias.

## 4. ANÁLISE: O CASO BEATLES

### 4.1 História

#### O Início

A história dos *Beatles* começa em 1956, em *Liverpool* na Inglaterra. Em junho deste ano *John Lennon* cantava e tocava guitarra na banda "*Quarrymen*". Paul foi apresentado a John por intermédio de um amigo, *Ivan Vaughan* e convidado a entrar na banda. Depois de alguns meses, *Paul* apresentou seu grande amigo *George Harrison* a *John*, e ele também foi convidado a se juntar ao conjunto, que ainda contava com *Pete Best* na bateria e *Stu Sutcliffe*, um grande amigo de *Lennon*, que foi convencido pelo próprio a comprar um contra-baixo e entrar para a banda.

O então sexteto chegou a se apresentar em show de calouros com o nome de *The Nurk Twins* e *John and the Moondogs*, até viajar para Hamburgo, na Alemanha, onde agora com o nome de *Silver Beatles* a banda fez uma pequena excursão. *Stu Sutcliffe* deixou a banda para ficar em Hamburgo com a namorada, e passou a se dedicar a pintura, já que era um músico limitado, e *Paul McCartney* assumiu o contra-baixo. Poucos meses depois, *Stu* faleceu de hemorragia cerebral.

Em 1961, *John Lennon* muda o nome da banda para *The Beatles*, e o grupo assina com o novo empresário, *Brian Epstein*. Em 1962 os *Beatles* são contratados pela gravadora EMI, e são colocados nas mãos do produtor *George Martin*, que em consenso com os integrantes tiram *Pete Best* da banda, alegando o mal desempenho do baterista. *Ringo Starr*, um baterista com fama local é convidado para ocupar o cargo. Em 1963 começam os primeiros lugares com o álbum *Please Please Me*, canções como "*Love me Do*" e "*She Loves You*" alcançam a primeira colocação nas paradas britânicas. É gravado o novo álbum, "*With The Beatles*". *John Lennon* e *Paul McCartney* são eleitos os melhores compositores do ano. O sucesso faz serem esgotados todos os discos da banda. O número de shows aumenta e as músicas são tocadas a cada minuto em todas as rádios e programas de tv. Em 1964 os EUA se

rendem aos *Beatles*. O grupo se apresentou no programa de TV de *Ed Sullivan*, começava a *Beatlemania*. A banda ainda grava os discos *Help!* e *Revolver* até 1966.

Criticas e a volta por cima:

Os *Beatles* não estavam satisfeitos com as apresentações ao vivo da banda, pois além de não ouvirem a si próprios, também estavam cansados do assédio e das ameaças de morte. Em consenso, a banda decidiu abandonar os shows em 1966, o que revoltou muitos fãs. Por outro lado, sobrava mais tempo para se gravar álbuns e produzir músicas mais complexas, começava ali a fase psicodélica dos *Beatles*. Nessa mesma época surgem os boatos sobre a morte de *Paul McCartney*.

John Lennon declara que sua banda era mais popular do que Jesus Cristo. Discos dos *Beatles* foram queimados em praça pública, a imprensa bombardeia o grupo de críticas.

Quando muitos achavam que era o fim, os *Beatles* lançam *Sgt. Peppers Lonely Heart's Club Band* que é um sucesso de vendas e é considerado o primeiro álbum alternativo da história, já que contava com orquestra, citara e outros inúmeros instrumentos.

O começo do fim

Em 1967 gravaram o álbum *The Magic Mystery Tour*, o qual foi um fracasso em vendas, no mesmo ano, o empresário da banda Brian Epstein é encontrado morto por uma overdose em sua casa. A banda decide administrar seu próprio negócio. No ano de 68, o disco *The Beatles*, conhecido para muitos como Álbum branco vende bem, porém não foi um *case* bem sucedido para os *Beatles*, já que o álbum é duplo, e contém muitas canções, isso é, poderia ter sido aproveitado em dois álbuns é vendido mais. A falta do empresário começava a ser evidente.

Ainda no mesmo ano, *John* se casa com *Yoko Ono*, que passa a ser o quinto *Beatle*, o que não agrada aos outros integrantes da banda. O disco *Abbey Road* é gravado em 1969 no meio de brigas e protestos; A convivência de um com o outro estava saturada. Em 1970 *Paul* anuncia sua saída dos *Beatles*. Vai a justiça e declara oficialmente o fim dos *Beatles*. Ainda foram aproveitadas algumas gravações, e foi lançado o último álbum oficial da banda, *Let It Be*.

## 4.2 Os Beatles



Imagem 1 – John Lennon

### 4.2.1 John Lennon

*John Winston Lennon* nasceu no dia 9 de outubro de 1940 na Inglaterra. Como quase todo gênio era rebelde, nos estudos tinha péssimas notas, o que mais tarde resultaria em sua saída da escola. Ganhou de sua tia Mimi sua primeira guitarra e formou o *Quarry Man*, sua primeira banda. Mas tarde, *John* perderia sua mãe atropelada e seria criado pela sua própria tia.

*Lennon* sempre teve uma composição mais explosiva e enérgica entre os *Beatles*, sempre colocando traços de sua rebeldia em suas canções, como por exemplo em *Help!*, quando ele clamava por socorro ao se sentir acima do peso e triste, ou seja, *Lennon* era criativo, de acordo com Dualibi e Simonsem (2000, p. 16) “Criatividade é uma técnica de resolver problemas”, e o problema do quarteto de alcançar o sucesso foi resolvido quando *Lennon* compunha canções para a banda.

*John Lennon* foi mudando de personalidade com o passar dos anos, e suas composições passaram a criticar o comportamento das pessoas, foi o “beatle” mais polêmico, e é claro, assumiu o papel de formador de opinião dentro da banda, sendo considerado por muitos como o líder dos *Beatles*. Em 1966 deu a sua declaração mais polêmica de todas ao dizer que os *Beatles* eram mais populares que Jesus Cristo. Centenas de pessoas queimaram álbuns dos *Beatles* em praça pública graças a essa declaração, que forçou Lennon a se retratar, pedindo desculpas publicamente.

*Lennon* morreu assassinado em 1980 por um fã perturbado, entretanto suas lições de vida e suas canções ainda estão vivas, e até hoje fazem milhares de pessoas as cantarem, afinal os *Beatles* foram as primeiras pessoas a mudar o mundo sem fazer guerra. Eles mudaram tudo fazendo música. E o mundo talvez para se desculpar de toda a violência, transformou os quatro rapazes que falavam de amor e paz num dos maiores sucessos de crítica e público do século XX ( Dualibi e Simonsen).

#### *John e Yoko – O Case.*

Em novembro de 1966 John *Lennon* conheceu uma artista Japonesa, chamada *Yoko Ono*, na *Indica Gallery* de Londres. A relação com os dois passa rapidamente da fase de amizade para a de paixão, e no mesmo ano, *Lennon* se divorcia de *Cynthia Powell*, com quem era casado desde 1962 para viver com *Yoko*.

*John Lennon* passou a ser uma pessoa totalmente alternativa, e decidiu mudar o mundo com suas canções. O amor de *John* por *Yoko* e vice-versa o transformou em uma pessoa pura, sem apego material segundo ele, e que lutaria por amor e paz. Suas canções passaram a criticar a falta de humanidade nas pessoas, e passou a ser uma composição mais simples como em *Across The Universe* e *I Want You (so bad)* e em algumas vezes confusas como em *Lucy in The Sky With Diamonds*, música que por sinal foi proibida de ser executada em vários países por acreditarem que fazia alusão a drogas (leia o título da música em sigla: LSD), apesar de *John Lennon* sempre dizer que escreveu a canção inspirada em um desenho de seu filho *Julian Lennon*. De

uma forma particular, *Yoko Ono* fez muito bem para a mente e coração de *John Lennon*.

Entretanto, para a banda, *Yoko* se tornou um *case* não bem sucedido, já que essa passou a freqüentar os ensaio e gravações e opinar sobre as composições e até nos passos em que a banda deveria fazer. *John Lennon* gostava de ter *Yoko* com ele em estúdio, entretanto *Paul*, *George* e *Ringo* não aprovavam a presença da artista, o que ajudou a desgastar a relação entre os 4 músicos.

Muitas pessoas atribuem a *Yoko Ono* a culpa pelo fim dos *Beatles*, porem o amor que *John Lennon* sentia por ela o fez uma pessoa melhor e mais madura. *Yoko Ono* foi um dos maiores *case* na história dos *Beatles*.



Imagem 2 - *Paul McCartney*

#### 4.2.2 – Paul McCartney

*James Paul McCartney* nasceu em junho de 1942, em *Liverpool*. Sua mãe era uma parteira, que faleceu em 1955 devido a um câncer de mama. Apesar da tristeza, foi nessa época que *McCartney* se descobriu como compositor, escrevendo sua primeira canção para sua mãe, “I Lost My Little Girl”.

Em 6 de Julho de 1957, *Ivan Vaughan*, amigo de Paul, o convidou para ir a “*St. Peter’s Church*” onde várias bandas se apresentavam, incluindo a banda de *John Lennon*, “*The Quarry Men*”. *Paul* foi apresentado a *John Lennon*, e tocou guitarra pra ele. No dia seguinte John convidou Paul para entrar na banda. Começava aí a maior parceria musical da história. *Paul McCartney* era o mais romântico dos *Beatles*. Mas tarde, Paul passaria a tocar

baixo e se tornaria o galã da banda, fato que se comprova pelo caráter romântico em suas composições.

Quando *Paul* aceitou entrar para a banda de *Lennon* não sabia da parceria inacreditável que acabara de criar, a famosa patente *Lennon/McCartney* que lhes rendeu à época o título de melhores compositores do mundo.

*Paul McCartney* é considerado um músico extraordinário, pois toca baixo, guitarra, piano, bateria e outros inúmeros instrumentos.

#### A morte de Paul McCartney

EM 1960 *Paul McCartney* sofreu um leve acidente de carro (o qual inclusive inspirou a música “*Drive My Car*”), porém, o boato era de que *Paul* teria morrido de esmagamento craniano, e os *Beatles*, para não acabarem com a banda substituíram *Paul* por um sócio, chamado *Billy Shears*. O boato se fortaleceu com a decisão da banda de não se apresentar mais ao vivo alegando o motivo de não escutarem a si próprios devido a balburdia por parte dos fãs. Para informar as pessoas sobre a morte de *Paul McCartney*, os *Beatles* teriam deixado pistas nos álbuns, nas músicas e nos encartes. Na verdade, essas pistas existiram mesmo, e a morte de *Paul* foi na verdade uma estratégia de marketing para aumentar o número de venda dos álbuns, abaixo temos umas das pistas mais curiosas da falsa morte de *McCartney*.

### Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band



Imagem 3 – Capa do disco *Sgt Peppers Lonely Hearts Club Band*

- A capa do álbum “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club*” *Band* representa o funeral de *Paul McCartney*;
- Repare que existe um arranjo de flores montando um contra-baixo de canhoto, o qual era usado por *Paul*. O baixo também só tem três cordas, simbolizando que agora só eram três *beatles*.
- No encarte, há uma foto dos *Beatles* de frente, com *Paul* olhando virado para trás;
- Na música que dá título ao álbum, existe um trecho que diz: “... so let me introduce to you the one and only *Billy Shears*”, lembrando que *Billy Shears* seria o suposto sócia de *Paul*.
- Na música “*A Day in The Life*” existem dois trechos curiosos, que traduzidos dizem: “ele estourou sua cabeça em um acidente de carro, pois não percebeu que as luzes do semáforo haviam fechado” e “uma multidão parou e assistiu. Eles viram seu rosto antes, mas ninguém tinha certeza se era ele”;
- Na foto da capa, ainda há uma garota segurando um carro de brinquedo, um modelo igual ao que teria atropelado *Paul*.

Abbey Road





Imagem 4 – Capa do disco *Abbey Road*

- Na foto *Paul* está com o passo trocado em relação aos outros, e ainda está descalço (algumas culturas enterram os mortos descalço);
- *Paul* está com os olhos fechados, como um morto;
- *Paul* está segurando o cigarro na mão direita, enquanto o verdadeiro *Paul* deveria estar segurando com a esquerda, já que era canhoto;
- Há um carro funerário estacionado na rua;
- Muitas pessoas adotam a seguinte simbologia para a capa do álbum:

*John Lennon*: O Padre

*Ringo Starr*: O cozeiro

*Paul McCartney*: O morto

*George Harrison*: O agente funerário

- A placa do fusca branco estacionado na rua é 28IF, o que queria dizer que *Paul* teria 28 anos se (IF) estivesse vivo. Além disso, na Inglaterra o automóvel Fusca é chamado de *Beetle*.

*Paul is Live*

Em 1993, *Paul McCartney* lançou o álbum “*Paul is Live*” para acabar de vez com todos os boatos de sua morte. Dessa vez, ele atravessa a *Abbey Road* com um cão na mão esquerda, de sapatos e olhos abertos, sem o carro funerário, e na placa do fusca está escrito 50IS que é a idade que *Paul* estava (IS) quando lançou o disco.

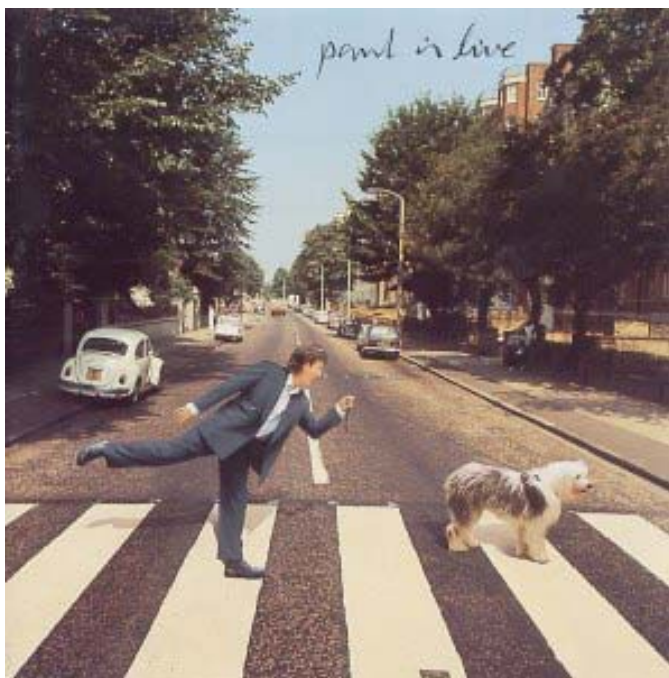


Imagem 5 – Capa do disco “*Paul is Live*”



Imagem 6 – *George Harrison*

#### 4.2.3 George Harrison:

*George Harrison* nasceu no dia 25 de fevereiro de 1943 na Inglaterra. Apesar de ser mais novo, desde pequeno manteve uma amizade sólida com *Paul McCartney*, que o apresentou para *John Lennon* em 1958, que logo o convidou para entrar na banda *The Quarrymen*. *Harrison* se mostrava mais discreto, e não ostentava a liderança que caracterizava a dupla

*Lennon/McCartney*, pois ele se preocupava mais em aprimorar sua técnica como guitarrista, já que era o principal solista da banda.

Com o passar dos anos, *George Harrison* se tornou um grande guitarrista e vocalista, e sua criatividade como compositor era cada vez mais admirável. Porém, com o monopólio de músicas nos álbuns feito pela dupla *Lennon/McCartney* o guitarrista solo da banda começou a procurar mais espaço do que duas canções por álbum, o que era cedido para George. Esse fato se tornaria mais um dos inúmeros motivos pela razão do fim da banda.

1966 foi um ano especial para *George Harrison*, pois além de ter se casado com sua primeira esposa *Pattie Boyd*, os Beatles viajaram para a Índia onde George ficou impressionado com o misticismo hindu. Ele começou a estudar com grande entusiasmo a música indiana e aprendeu a tocar citara com *Ravi Shankar*. A música "*Within You Without You*" do disco "*Sgt. Pepper's*" prova o seu talento com a citara.

Em 29 de novembro de 2001, *George Harrison* faleceu devido a complicações com um problema de câncer, que já o atacava há anos.

### *Layla*

*George Harrison* fez grandes amizades pelo decorrer da sua vida, e uma das maiores acabaria se tornando um problema de relação extraconjugal. O famoso guitarrista e compositor *Eric Clapton* foi um dos grandes amigos do *Beatle*, visitas à casa um do outro eram freqüentes, além é claro de shows com a presença dos dois. No entanto, *Eric Clapton* e *Pattie Boyd* apaixonaram-se um pelo o outro, e *Clapton* como uma válvula de escape, compôs uma das suas mais belas canções em homenagem a sua nova amada, a balada *Layla*. Em 1974 o casal se separou, e *Pattie* passou a viver com *Eric Clapton*. Os amigos ficaram brigados até o começo dos anos 90, onde se reconciliaram e ainda fizeram alguns shows juntos.



Imagem 7 – Ringo Starr

#### 4.2.4 Ringo Starr

*Richard Starkey Jr.* nasceu no dia 7 de julho de 1940 na Inglaterra. Quando jovem *Ringo* teve sérios problemas de saúde, o que o obrigou a passar parte da sua infância vivendo em um hospital. Para tentar descontraír o pequeno *Richard*, seu padrasto o presenteou com uma bateria, já que o garoto não freqüentava mais a escola.

Em 1962, *Ringo Starr* (nome artístico o qual *Richard* havia adotado) já era um baterista conhecido em Londres, e quando *John*, *George*, *Paul* e *Brian Epstein* (empresário da banda) decidiram que *Pete Best*, na época baterista da banda, não tinha talento suficiente para tocar com eles, e convocaram *Ringo* para a vaga.

No começo, o pequeno público que já era fã dos *Beatles* não gostou da saída de *Pete Best* da banda, e passaram a vaiar *Ringo Starr* nas apresentações da banda no *Cave Club*. O novo baterista teve paciência, e não desistiu do desafio de tocar com os *Beatles*. Logo, os fãs foram gostando do estilo de *Ringo*, que tinha uma pegada leve, além de um carisma extraordinário. Ele não era talentoso, e não cantava bem, mas mesmo assim encaixou-se na banda perfeitamente.

Com o passar dos anos, aprendeu a cantar, inclusive a música “*Yellow Submarine*”, que foi número um nas paradas foi gravada com os vocais de *Ringo*. Também aprendeu a compor, escrevendo no total 2 canções para a banda, são elas: “*Dont Pass me By*” e “*Octopus`’s Garden.*”

*Ringo Starr* até hoje segue carreira solo, seu filho mais velho *Zack Starkey* seguiu os passos do pai, já tocou com bandas consagradas como *The Who*, e atualmente toca na banda britânica *Oasis*.



Imagem 8 – *Brian Epstein*

#### 4.2.5 Brian Epstein – O criador da imagem Beatles

Na década de 60, quase toda banda de rock seguia a linhagem de *Elvis Presely*, jaquetas de couro, laquê no cabelo, um baixo e uma bateria simples. *Brian Epstein*, empresário dos *Beatles* sabia que para um conjunto estourar seria necessário mais do que o comum, era preciso algo inovador, uma idéia genial. Uma simples banda escrevendo canções do amor não poderia ter mais sucesso do que pequenas bandas londrinas que existiam na época, sem contar o fato de que o mercado fonográfico americano não deixava brecha para o europeu. Em 1961, quando o ainda desconhecido grupo inglês fazia (que na época chegou a se chamar *John and The Moondogs* e *The Silverbeatles*) fazia uma excursão pela Alemanha. O primeiro baixista dos Beatles, conhecido como *Stu Stucliffe* (na época *Paul McCartney* era guitarrista) namorava uma garota alemã, *Astrid Kirschner*, que acabaria dando o primeiro passo comercial na carreira da banda, pois foi a própria que inventou o penteado da banda, que ficaria marcado para sempre.

No início dos anos 60, *Brian Epstein*, o dono de uma loja local de discos assistiu a uma apresentação dos Beatles e se ofereceu para ser o empresário da banda, ficando com 25% dos lucros, John e Paul aceitaram a oferta. A parceria com *Brian* deu certo, pois ele era uma pessoa com “visão” e atitude, e tinha conhecimento de fatores que era contra o rock roll, como a igreja, que sempre acusava na época a expressão do rock como manifestação ereges, e que iam contra todos os ensinamentos da bíblia. *Brian* mudou isso, ele sabia que a imagem do rock também era uma ideologia para esconder as drogas, o álcool e a rebeldia, portanto pensou e acertou que poderia mudar a imagem de que era passada, para assim agradar um maior numero de pessoas. Transformou o terno, gravata e as botas como um uniforme da banda, essas

vestes agregadas ao corte de cabelo que eles ganharam na Alemanha passaram a imagem de bons moços, com isso, os Beatles que tinham a maioria das canções falando sobre amor e garotas conquistaram a simpatia com varias gerações. Quando o quarteto começou a ganhar credibilidade, e seus shows saíram do pequeno pub, o *Caver Club*, *Brian* lançou outra estratégia simples, porem que não fez a fama tirar a imagem de “rapazes do bem”, ficou decidido então pelo empresário, que a banda agradeceria ao final de cada apresentação se curvando para agradecer ao publico. Essa com certeza foi uma estratégia cativante, pois os Beatles agradeciam de forma nobre e cortez a presença do publico, com isso, os fãs passaram a se sentir valorizados, afinal, todo o trabalho e euforia que esses tinham de assistir a um show era recompensado, pois os seus ídolos agradeciam o esforço daqueles que os prestigiavam.

*Brian Epstein* se tornou uma espécie de tutor, afinal, a banda tinha em média 20 anos na época, eram garotos que gostavam de tocar, mais que podiam ser facilmente enganados por alguma pessoa mau-intencionada. *Brian* os protegia como um pai, e cuidava de toda a parte de negociação, isso é, era ele que tocava o negocio, *Epstein* teve uma visão (marqueteira) muito antes de qualquer pessoa se falar concretamente no assunto, afinal, graças a ele os Beatles tiveram um diferencial extraordinário, que chamou a atenção da gravadora EMI, que fechou contrato com a banda, isso é, fechou contrato com *Brian*. Graças a ele, diversas bandas e até mesmo pessoas aderiram a moda dos *Beatles*, usando seu penteado e suas roupas. Podemos então atribuir a “Beatlemania”, isso é, todo merchandising da época a visão inovadora de um antigo dono de uma loja de discos.

Em 1967, *Brian Epstein* foi encontrado em sua residência, morto por uma overdose de drogas. A partir daí a banda passou a administrar seu próprio negócio. A morte do empresário é tida para muitos fãs como o começo do fim para a banda, afinal, ele era a espinha dorsal dessa, ele era o homem que com estratégias simples conseguiu ganhar até o mercado americano.

### *Brian e o mercado estado-unidense*

Um dos maiores feitos que as mudanças de *Epstein* causaram foi o sucesso tão grande (ou até maior) nos Estados Unidos. Em um mercado totalmente egocêntrico, autodependente e xernofóbico, os *Beatles* dominaram milhares de pessoas que gritavam o nome de quarteto inglês.

Os álbuns demoravam cerca de dois meses da data de lançamento na Inglaterra para chegar nos EUA, mas quando o primeiro "*Please Please Me*" foi lançado em 1963, o mercado americano abriu as portas para os *Beatles*, lembrando que jamais uma banda inglesa havia conseguido um primeiro lugar nas paradas americanas. O sucesso era tão estrondoso que em 9 de fevereiro de 1964, logo na sua primeira turnê norte-americana, os *Beatles* se apresentaram no "*The Ed Sullivan Show*" e durante os cinco primeiros minutos do programa, não houve nenhuma homicídio ou assalto em todos os Estados Unidos. Coincidência ou não, uma coisa estava confirmada, a Beatlemania chegara aos EUA, e no país mais capitalista do mundo tivemos um número impressionante de produtos assimilados a marca *Beatles*, que ia desde merendeiras a até perucas com o penteado da banda.

Certamente a insistência de *Brian Epstein* para que trocassem os trajes de couro por gravatas e sorrisos (Christgau e Piccarella) foi primordial para que os *Beatles* vencessem, mas ele não foi a única pessoa responsável pela Beatlemania.



Imagem 9 – *George Martin*

#### 4.2.6 *George Martin* – O homem por trás dos Beatles

Quando os Beatles assinaram contrato com a gravadora em 1962 foram jogados nas mãos de um dos melhores produtores musicais da Inglaterra, *George Martin*. Ele, assim como *Brian Epstein* era um homem inovador e com muito conhecimento em música. *George* tocava diversos instrumentos musicais, tendo inclusive, participado da gravação de várias músicas, como por exemplo, os teclados da canção “*In My Life*” do álbum *Ruber Soul*.

*George Martin* sabia que para o quarteto britânico estourar seria preciso mais do que simples canções com guitarra, contra-baixo e bateria, seria preciso algo novo, uma coisa que fizesse o diferencial, afinal, todas as bandas tinham um estilo de *Elvis Presely*. *Martin* logo no primeiro single, introduziu gaitas e maracas na canção “*Love me do*” e aguardou o resultado. O primeiro lugar nas paradas fez *George* acreditar que o caminho estava certo. A partir de então, ele transformou os *Beatles* em verdadeiros músicos, e não apenas roqueiros de jaqueta de couro. Agora os 4 rapazes da Inglaterra sabiam não só tocar instrumentos, mas sim uma verdadeira técnica musical. Um bom exemplo disso, é a música “*You've Got To Hide Your Love Away*” do LP “*Help*” de 1965, que leva flauta doce em sua gravação. *Martin* chegava também a sugerir a velocidade dos andamentos das músicas, como por exemplo, na canção que dá o nome do primeiro álbum da banda, “*Please Please Me*.”

*George Martin* deu a banda a vontade de fazer música, o que mais tarde se tornaria um desafio, isso é, quanto mais complicado fosse de se fazer a música, mais os *Beatles* se interessavam em produzir a canção, temos



como exemplo a canção “*All You Needs Love*” que tem coro, instrumentos de percussão e orquestra na sua gravação.

*George e o mercado alemão:*

Em 1964 os Beatles fizeram algo que nenhuma outra banda tinha feito até então. George teve a idéia de gravar as músicas “*I Want To Hold You Hand*” e “*She Loves You*” em alemão, no caso, as novas canções “*Komm, Gib Mir Deine Hand*” e “*Sie Liebt Dich*”. Mais uma vez o empresário tinha visão, pois é importante lembrar que o mercado alemão na época era muito restrito, porém os *Beatles* conseguiram chegar lá, e daí em diante, o povo alemão se renderam a banda.

*George Martin no Submarino Amarelo:*

George Martin teve a idéia de lançar vídeos promocionais para ajudar na venda de álbuns, mas não apenas vídeos ao vivo, e sim produzidos e editados, era o surgimento do vídeo clipe.

“*Yellow Submarine*” foi composta em 1966 por Paul McCartney enquanto se preparava para dormir e acabou sendo utilizada no álbum “*Revolver*” do mesmo ano, porém em 1968 Martin usou a canção para um projeto totalmente inovador, primeiramente lançando o álbum “*Yellow Submarine – soundtrack*” que se referia a um filme lançado em 1969, sendo totalmente produzindo como desenho animado. O filme se tornou um sucesso imediato aumentando ainda mais a audiência da música. Tamanho era o talento de *George Martin* que ele próprio compôs as músicas orquestrada do filme, que acabaram sendo utilizadas no lado B do disco. *George Martin* era muito mais que um produtor com talento na área de marketing, era também um talentoso compositor.

### 4.3 Discografia



Imagem 10 – Capa do álbum “Please Please Me”

#### ***Please Please Me***

Lançado em 1963, foi o disco que apresentou os *Beatles* ao mundo. Contem canções assinadas pela dupla *Lennon/McCartney* e alguns covers.



Imagem 11 – Capa do álbum “With The Beatles”

#### ***With The Beatles***

Lançado também em 1963 e segue quase a mesma linhagem do primeiro álbum porem é mais enérgico e com uma batida mais *rock`roll*.



Imagem 12 – Capa do álbum “*A Hard Day`s Night*”

### ***A Hard Days Night***

Primeiro álbum dos *Beatles* a se tornar filme. Foi lançado em 1964.



Imagem 13 – Capa do álbum “*Beatles for Sale*”

### ***Beatles For Sale***

Apesar de não emplacar nenhuma canção que foi numero 1 nas paradas, é considerado um grande álbum. Foi lançado em 1964



Imagem 14 – Capa do álbum “*Help!*”

### ***Help!***

O disco originou a mais um filme e estourou a canção que dá nome a obra. Foi lançado em 1965, e começava a apresentar instrumentos alternativos, como flauta e percussão.



Imagem 15 – Capa do álbum “*Ruber Soul*”

### ***Ruber Soul***

Disco também de 1965, é bem leve, e tende mais para o lado acústico.



Imagem 16 – Capa do álbum “*Revolver*”

### ***Revolver:***

Primeiro disco de rock progressivo da historia. É de 1966



### ***Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band***

A volta por cima dos Beatles depois de terem álbuns queimados em praça pública. Foi lançado em 1967, e é o marco inicial da fase psicodélica.

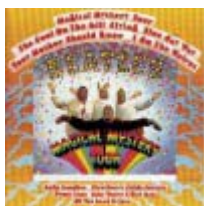


Imagem 17 – Capa do álbum “*The Magic Mystery Tour*”

### ***The Magical Mystery Tour***

Apesar de ser um fracasso de vendas, originou a primeiro álbum que continha encarte com fotos e letras. Também rendeu a mais um filme e é de 1967



Imagem 18 – Capa do Álbum “*The Beatles*”

***The Beatles:***

Conhecido como “White Album” e lançado em 1968, to elogiado pelas críticas, contem muitas canções, o que não foi bom comercialmente, já que poderia ter sido feito na forma de dois álbuns.

***Abbey Road:***

Obra-prima de 1969, o lado b é todo emendado, as músicas tocam em seqüência, quase sem intervalos. Foi gravado no meio de brigas e discussões.



Imagem 19 – Capa do álbum “Let It Be”

***Let It Be***

Disco de 1970, quando lançado a banda já havia terminado. O material fazia parte de um projeto chamado “Get Back”, que seria um tentativa de voltar as raízes.

**5. RESULTADOS****5.1 Posicionamento estratégico**

Os resultados decorrentes da análise, à luz das referências teóricas levantadas, aponta para as reflexões apresentadas a seguir:

a. Trocar jaquetas de couro e atos de rebeldia, por terno, gravata e sorrisos: A banda alcançou diversos públicos, inclusive alcançado a simpatia de pais de jovens.

b. Mudar o penteado: o corte de cabelo virou febre e era usado por muitas fãs e até por outras bandas.

c. Vídeo-clipe: Os percussores do vídeo-clipe foram os Beatles, na verdade, graças a eles surgiram canais de televisão como a “MTV” e “Multishow”.

d. Mensagem Subliminar: Graças a banda surgiu um conceito prático e sem ufanismo de mensagem subliminar, usada é claro, a venda promocional.

e. Encarte em álbuns: Os pioneiros nessa área. Hoje existe uma diversidade imensa de encartes graças aos *Beatles*.

f. Gravar músicas de traz para frente: Várias mensagens e frases são encontradas ao se escutar músicas dos *Beatles* invertendo a velocidade do toca-disco. Depois disso, várias bandas aderiram essa tendência.

g. Utilização de instrumentos diversos: Depois de que *George Martin* acrescentou orquestras, *Paul McCartney* aprendeu a tocar inúmeros instrumentos e *George Harrison* aprendeu cítara os Beatles abandonaram o padrão simples do rock. Mas uma área onde foram pioneiros.

h. Animação: Depois do filme “*Yellow Submarine*” feito todo de animação, diversas bandas adotaram a estratégia para clipes.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, foi possível fazer um estudo de caso *Beatles* podendo analisar e estudar as diversas estratégias adotadas para transformar o quarteto de Liverpool em uma das maiores bandas de todos os tempos.

*John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Starr* foram mais do que músicos excepcionais, foram formadores de opinião, que usaram seu poder de persuasão de forma positiva, para mudar o mundo, criticar o que não concordavam e principalmente promover a paz na tentativa de se melhorar a sociedade.

O posicionamento adotado pelos *Beatles* e pelos outros influenciadores da banda, pode ser aplicado como forma de cultura para demais bandas e conjuntos, não apenas pelo aspecto de se fazer sucesso, mas também na parte que diz respeito a promover a paz.

Os Beatles, para sempre serão lembrados por tudo que fizeram para o mundo.



## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 9ª Edição. São Paulo, Atlas, 1998.

CHRISTGAU e PICCARELLA. **A balada de John e Yoko**. 1ª Edição. São Paulo, Abril, 1983.

DUAILIBI, Roberto e SIMONSEN, Harry Jr. **Criatividade e Marketing**. 1ª Edição. São Paulo, Makron Books Ltda. 2000

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural**. 1ª Edição. São Paulo, Thomson Learning Ltda. 2003

LAKATOS, Eva e MARCONI, Marina, **Fundamentos da Metodologia Científica**, 5ª Edição, São Paulo, Atlas, 2003.

SANTOS, Eduardo, **O Que é Marketing Pessoal?** Disponível em <http://www.acesa.com/negocios/arquivo/carreira/2003/10/24-Eduardo/>, acesso em 17/10/2006, às 15h30.

SITIO NÃO OFICIAL DOS BEATLES. Conteúdo disponível em <http://www.abbey.cjb.net>, acesso em 15/10/2006, às 16h.