

A GEOGRAFIA E O CINEMA EM A HARD DAY'S NIGHT: POSSIBILITANDO NOVOS ESPAÇOS

JucimaraPagnoziVoltareli

Graduanda em Geografia da FCT/UNESP de Presidente Prudente (SP)
Pesquisadora de Iniciação científica com bolsa pelo CNPq
jucimarapagnozi@hotmail.com

Introdução

Este artigo, fruto do trabalho de iniciação científica “Linguagens Geográficas: outros sentidos espaciais em A Hard Day’s Night” (bolsa CNPq, 2015), é resultado de encontros vários, tanto ocorridos na vida cotidiana da pesquisadora, como os vivenciados no interior da academia, notadamente com as leituras e atividades desenvolvidas no interior do Grupo de Pesquisa Linguagens Geográficas (GPLG), assim como na Rede Imagens, Geografias e Educação, da qual o referido grupo faz parte. Mas aqui não cabe abordar esses encontros vários, vamos nos ater a um encontro em específico, o nosso com os Beatles.

Esse encontro atravessa o corpo da pesquisadora, indo além do local e momento em que ouviu os quatro rapazes pela primeira vez, pois esse é o desdobrar dos sentidos dos Beatles para os referenciais espaciais de todos aqueles que se envolveram diretamente ou não com a indústria cultural a partir dos anos 60 do século passado. Os Beatles é a força criativa da arte em sua relação, nada harmoniosa, com o fato de ser um produto mercadológico industrialmente elaborado, divulgado e consumido. É impressionante como um grupo de música de pop/rock conseguiu o efeito de continuar atual em meio à dinâmica espacial de uma sociedade que tende a substituir rapidamente seus referenciais culturais, na insistente busca pela novidade, por algo que se torna entendido como velho e ultrapassado.

A eterna juventude, na concepção de tempo como uma evolução linear e sequencial de momentos, acaba sendo uma necessidade que impregna o imaginário social, mas que, diante da impossibilidade de se efetivar, é transformada em luta contra as marcas temporais que rasuram os corpos. Essa negação do tempo delimita uma geografia restrita a eterna descoberta da novidade, sempre a buscar algo que aparente ser “novo”, cada vez mais circunscrita a ilusão do frescor juvenil (“novas” ideias, “novos” modismos, “novos” ritmos musicais, “novos” ídolos e celebridades, “novas” teorias científicas, “novos” métodos de pesquisa, “novas” crenças etc.).

Vivemos assim um mundo cuja ordem espacial é majoritariamente caracterizada pela cisão e distanciamento da complexidade temporal, fazendo com que sua geografia se pautasse num tempo ilusório e de que algo que se coloca como o “novo”, é apenas o retorno do mesmo. O espaço é assim o palco em que a evolução do tempo apresenta o retornar do mesmo travestido de novidade. Ou seja, o tempo é restrito ao retornar das coisas, mas com cara “nova”, pois não se busca a diferença, mas sim a novidade. Tal novidade não é necessariamente algo que força a diferenciação dos fenômenos se diferenciarem, mas tão somente a expressão de juventude em outras formas.

Por não haver diferenciação, acaba-se uniformizando os processos a determinados padrões passíveis de controle, pois o encontro com o “novo” tem que atender a determinados processos e mecanismos convencionalizados como únicos possíveis. A cada novidade, temos os mesmos elementos instigados de apreciação e incorporação aos referenciais já estabelecidos de verdade, beleza, bom gosto, normalidade etc. O “novo” assim tolhe a força diferenciadora de se criar pensamentos e

processos que forcem o mundo a se recriar, a fugir dos padrões e normas de controle (seja de mercado, sejam de valores e ideias).

Os Beatles, então, foram o exemplo desse procedimento e, ao mesmo tempo, uma rasura. Eles se encontram dentro do processo de produção de bens culturais para atender o grande mercado de jovens consumidores, os quais buscam referenciais identitários em ídolos juvenis, que devem expressar seus valores por meio de músicas e ritmos “novos”, com “novas” formas de se vestir, se comportar, falar e moldar seus corpos. Nesse sentido, eles foram uma grande novidade nos anos 60, delimitando toda uma postura que a indústria fonográfica então passou a reproduzir e articular com as mídias (notadamente a televisiva, radiofônica e impressa).

Contudo, os Beatles foram algo mais do que uma novidade, pois eles expressam a potência da arte no plano de composição de uma sociedade mercadológica, e também do pensar outros sentidos espaciais no interior de uma geografia que se restringe aos elementos priorizados pelas forças do grande capital e pelo gerenciamento territorial do Estado-Nação. Nesse aspecto, a obra artística dos quatro músicos foi e é a atualização de forças diferenciadoras capazes de provocar novos¹ afetos e pensamentos em meio ao redemoinho do consumismo dos bens culturais como produtos mercadológicos em si.

E claro que esse não é o único motivo, nem talvez o principal, mas aqui apostamos que esse aspecto esquizoide da obra dos Beatles é um dos elementos determinantes da duração deles no imaginário social. Eles continuam a inspirar e influenciar jovens que nem sequer eram nascidos em 1960. Isso faz que destaquemos um aspecto interessante da força artística dos Beatles, comum a toda grande obra de arte, qual seja, a atualização de uma obra não ocorre meramente por causa da genialidade de seus criadores, nem pelo fato da obra ser considerada por especialistas como superior às outras por seus referenciais estéticos.

A questão da duração e recriação de sentido de obra se dá por uma série de elementos, complexos e múltiplos, que afetam em acordo com as condições espaciais, aqueles que entram em contato com ela, que são sensibilizados pela mesma e retiram dela novos sentidos, possibilidades e pensamentos, mesmo que seus criadores não a tivessem assim concebido (FERRAZ, 2013).

Independente do que os Beatles queriam quando criou sua obra, independente dos especialistas que as classificaram dentro de determinado padrão estético; e apesar deles não serem mais contemporâneos aos novos padrões estéticos, tecnológicos e mercadológicos, tanto da música majoritariamente produzida no mundo de hoje, quanto da indústria cultural como um todo, eles perduram e se atualizam por meio de elementos que aqueles que entram em contato com as suas músicas e filmes acabam por criar a partir daquilo que os afetam.

É claro que a força econômica do signo Beatles é inquestionável, daí os constantes relançamentos de suas obras para atender os novos padrões tecnológicos de divulgação e consumo musical e imagético (“novas” equalizações sonoras, “novos” padrões de digitalização de imagens, “novas” formas de acesso por meio da rede de computadores etc.). Mas o perdurar de suas obras não se restringe apenas a essa modernização tecnológica e de adequação aos novos padrões de distribuição e consumo, ela se esclarece muito por ser uma força instigadora para a criação de novos pensamentos e afetos, de elaboração e recriação estética do sons e imagens enquanto

¹ Aqui novo está sem aspas, pois não se limita a ser novidade de um mesmo padrão de produção de desejos e símbolos culturais, mas sim de criação de algo diferente, de algo efetivamente novo. Mais detalhes sobre essas especificidades conceituais entre novidade, novo e diferença, ver Deleuze (1988) e Gould (2009).

elementos imbricados nos mecanismos de criação da indústria fonográfica e videográfica atual.

Nesse aspecto, o filme *A Hard Day's Night* (Richard Lester. Reino Unido, P&B, 86 min, 1964) é revelador dessa situação antagônica e, ao mesmo tempo, complementar vivenciada pelos Beatles. Concomitante ao aspecto deles serem uma mercadoria da indústria que os explora e os envolve, de maneira a torna-los meras coisas de um mercado voraz de novidades e modismos, daí a imagem recorrente no filme da constante correria e fuga dos quatro rapazes de seus fãs e empresários, eles também são a expressão de uma potência criativa, de uma força instauradora de críticas a essa indústria e a esse padrão de enquadramento dos bens culturais voltados para o mercado juvenil.

Com esse filme, consolida-se no mercado global de então o que se caracterizou na época como “beatlemania”, permitindo a divulgação em larga escala dos referenciais imagéticos com que se tentavam fixar a mercadoria Beatles; mas também, temos a elaboração de um referencial estético de como trabalhar a linguagem imagética para atender aos parâmetros tanto de mercado quanto de obra de arte, ou seja, tanto por atender as necessidades de produção de desejos por determinados símbolos potencializadores de consumo cultural, como por instigar a novos parâmetros estéticos de como elaborar imagens na relação com a obra musical.

A genialidade de Lester foi perceber que a música daqueles rapazes exigia referenciais diferentes de elaboração imagética, mais em acordo com os “novos” padrões de consumo e comportamento de seus consumidores, graças aos “novos” padrões técnicos e tecnológicos de gravação e distribuição sonora. Mas foram os Beatles que propiciaram isso a ele, e foram os Beatles que nesse filme são os protagonistas e, ao mesmo tempo, as vítimas dessa inovação musical e comportamental, que ali estava apenas embrionária.

O que os Beatles vieram a ser é a atualização de muitos elementos que nesse filme estavam apenas esboçados. Nossa intenção aqui é tão somente fazer essas aproximações para identificar, a partir de *A Hard Day's Night*, elementos que hoje se colocam na ordem espacial do mundo a partir da indústria cultural voltada ao consumo de bens para jovens. Tendo isso como referencial, vamos abordar esse sentido dual dos Beatles que identificamos no referido filme, para assim melhor entendermos que uma geografia pautada na repetição do mesmo, enquanto busca de novidade, tende a ser um conhecimento que se coloca como negação a criação de diferenças efetivamente novas.

Encontros e perspectivas para a vida

Nossa pesquisa, assim como este artigo, se coloca no campo epistemológico de tentar contribuir para com o pensamento geográfico a partir de uma obra fílmica. Eis o desafio que almejamos trilhar. Tal postura é decorrência de como a autora, mas não só ela, foi afetada pela musicalidade dos Beatles, assim como pelos encontros estabelecidos com a obra dos mesmos até o momento em que a mesma se tornou objeto de nosso estudo científico. Portanto, o que temos aqui é um texto como resultado de vários pensamentos que ocorreram com as músicas e filmes dos Beatles, de como eles instigaram para o que hoje entendemos ser a criação de outras geografias.

No GPLG acreditamos que o autor influencia na pesquisa, como não poderia deixar de ser, mas esse influenciar perpassa os processos de subjetivação e intencionalidades, numa relação com os objetivos e limites impostos pelo meio acadêmico de pesquisa. Diante disso, o pesquisador deve fazer opções e escolhas a

partir do ponto que mais o instiga, gerando em alguns casos dúvidas (pessoais e também nos que leem sua pesquisa), mas tendo clareza que se é pesquisando que vai estabelecendo os referenciais de sentido para além do próprio autor.

No nosso caso, a escolha dos Beatles como objeto de pesquisa uniu “o útil ao agradável” fazendo a pesquisadora repensar o fenômeno que foi os Beatles empiricamente, analisando agora, diante de certos referenciais teóricos e analíticos, de maneira a não restringir tal objeto apenas a uma escolha hedônica, por um lado, ou uma escolha meramente racionalista e objetivista, por outro, mas que essa opção agenciasse visões de mundo, descobrindo outros sentidos políticos, estéticos e epistemológicos, tanto para a geografia, quanto para os referenciais culturais e existenciais. Diante desses interesses, os Beatles a cada dia se tornava um objeto em sentido múltiplo a ser estudado, repensado através da investigação e do interesse do pesquisador.

Diante da diversidade de produtos culturais que derivaram da produção dos quatro ingleses, optamos por eleger uma obra que articulasse som e imagem, a qual poderia ser um marco na elaboração do imaginário que até hoje perdura sobre os mesmos e, ao mesmo tempo, pudesse ser um acontecimento para os parâmetros estéticos que, daquele período, se desdobraram tanto da indústria fonográfica quanto da indústria imagética (cinema, vídeo e televisão).

Assim, no ano de 2014, data comemorativa de seus 50 anos, a escolha recaiu sobre o filme *A Hard Day's Night*; que acabou por desembocar na pesquisa “Linguagens Geográficas: outros sentidos espaciais em *A Hard Day's Night*” em 2015, a qual aqui é o elemento articulador do pesquisado, por parte da autora, com os desejos comuns que movem na apreciação dos Beatles e do pensar geografias voltadas para as condições complexas e múltiplas da vida.

Abordar uma obra como *A Hard Day's Night* a partir de uma perspectiva científica é um desafio enorme. Então, temos que estabelecer objetivos plausíveis, mas articulados com os referenciais teóricos e metodológicos que embasam as atividades e reflexões ocorridas no interior do GPLG. Para tal, tem de se ter clareza que nossa preocupação fundamental é com a questão da linguagem, ou melhor, do encontro de linguagens: a artística (sonora e imagética) de um lado e a científica (geográfica) de outro.

Partindo desse pressuposto, nosso objetivo principal é exercitar possibilidades de encontro entre a linguagem científica da geografia e a linguagem artística do cinema musical, para tentar criar outros sentidos geográficos de pensar o espaço. Como decorrência disso, tentamos experimentar leituras e análises que se afirmem como geografias menores, linguagens científicas a derivarem do discurso maior da geografia institucionalizada (OLIVEIRA JR, 2005).

Não vamos tentar trilhar os caminhos já consolidados dos estudos geográficos, mas estabelecer uma posição política em que os estudos já estabelecidos, no contexto da linguagem científica maior (a que se coloca como oficial, institucionalizada, reproduzida nos cânones científicos e educacionais), sejam rasurados, permitindo assim experimentar outras possibilidades e imagens espaciais a partir daquilo que as linguagens artísticas nos provocam e instigam.

Uma posição assim assumida, cobra analisar as potencialidades estéticas da obra cinematográfica, elaborada como uma mercadoria a divulgar um produto popular de consumo; tal análise visa abordar essa obra como bloco de sensações (DELEUZE, GUATTARI, 1992) capaz de atualizar e ampliar os referenciais articuladores da linguagem geográfica, principalmente em suas perspectivas de criação de um pensamento geofilosófico, de maneira a estabelecer um encontro entre os elementos

articuladores da linguagem cinematográfica a partir dos referenciais geográficos que dali derivam, fogem e nos atravessam.

Coloca-se assim o desafio de discutir os possíveis sentidos outros dos conceitos articuladores da linguagem geográfica a partir do filme *A Hard Day's Night*, de maneira a melhor entender como o uso de imagens e sons reverbera no imaginário social, não necessariamente focando a época e a geração que teve contato primeiro com esta obra, mas de como esse bloco de sensações se atualiza nos referenciais com os quais a indústria cultural atualmente empreende os elementos estéticos para delimitar uma forma territorial de distribuição e consumo de produtos culturais (WU, 2006), tanto de músicas como de filmes. Assim, o filme dos Beatles aqui eleito deve ser entendido como uma obra de arte, um conjunto de elementos agenciados pelo plano estético (DELEUZE, GUATTARI, 1992), articulando sons e imagens com uma força a nos afetar e que nos força a pensar para além do que a lógica discursiva e racionalista da linguagem científica usualmente aborda.

Alguns frames para experimentar leituras possíveis

Como um jovem hoje se localiza no mundo a partir do encontro com a complexidade sonora e imagética que o afeta? A resposta a essa questão trilha um espectro muito amplo de elementos e fenômenos. Diante de tal complexidade, vamos aqui fazer um corte e tentar focar alguns fatores que podemos desdobrar a partir de *A Hard Day's Night*, ou seja, o filme que consolidou a imagem dos Beatles para o mundo, ao mesmo tempo em que delimitou um padrão de relacionar sons e imagens no processo de divulgação de músicos e músicas (DIX, 2010).

Mas nossa preocupação não é analisar a importância dos Beatles, nem de interpretar os elementos simbólicos do filme na época, mas de como podemos retirar sentidos espaciais, ali pontuados a partir do produto Beatles, que reverberam em nossa leitura atual do mundo. Vamos então começar as análises de alguns frames do filme possíveis de viabilizar, assim acreditamos, uma melhor compreensão do nosso estudo.

IMAGEM I

Beatles correndo, sempre fugindo.



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

Esse é o primeiro frame do filme; e o que ocorre nele é John, George e Ringo correndo de fãs histéricas. Correr como fuga de algo é ponto central da forma espacial apresentada no filme. Essa é a primeira cena do filme, que tenta reproduzir o que ocorria no dia-a-dia da vida dos Beatles, aliás o filme todo tenta reproduzir o sentido de documentário da realidade cotidiana. A câmara móvel, os enquadramentos, a filmagem em Preto e Branco (o que pode nos passar a ideia de realidade mais crua que o colorido da vida), a maneira como foi montado e editado, enfim, todos esses aspectos da linguagem cinematográfico empregados não visam apenas representar as condições da vida dos seus protagonistas, mas passar a sensação de estar dentro do filme, mesmo que por apenas um dia, ou seja, de afetar a quem assiste na perspectiva de se sentir como presente nas filmagens, e experimentar o quanto é difícil ser um “Beatle”.

Os cenários que o filme registra são os próprios ambientes que os Beatles eram acostumados percorrer nos anos de Beatlemania: trem – hotel – coletiva de imprensa – backstage – apresentação – automóvel – avião – hotel – coletiva... Entre um local e outro, temos algumas fugas dos rapazes para demonstrar a insatisfação por esse dia-a-dia, mesmo que tal insatisfação fique em segundo plano, para não afetar a ideia primária do filme: vender os Beatles ao público jovem.

A ideia de fazer o filme foi criada a partir do pressuposto que os Beatles ainda não estavam registrados em película, sendo que um filme sobre eles iria contribuir bastante para a divulgação, em escala global, da imagem dos mesmos. Os baixos custos de produção, principalmente se fosse em preto e branco, atraiu os produtores a investirem no projeto, pois o retorno estava garantido já que o fator a atrair o público era os Beatles e suas músicas e não necessariamente a qualidade imagética da obra cinematográfica.

Hoje temos um padrão de marketing para divulgar os produtos musicais por meio da elaboração de imagens que atenda necessidades e desejos nas novas gerações de consumidores (WU, 2006), vídeos e agora, redes sociais, porém em 1964, o único meio era o cinema, e foi desse artifício que utilizaram, buscando é claro, modelos de como estabelecer os elementos identitários dos ídolos juvenis com seus fãs. E esses modelos devem seus parâmetros constituidores na forma experimental com que se trabalhou e divulgou a mercadoria Beatles (MUGGIATI, 1997; DISTER, 1982).

Os Beatles correm. Correm daquilo que eles estão construindo, ou seja, de se constituírem num produto a ser consumido em escala global. Serem famosos e desejados pelo maior número possível de consumidores. Nesse sentido, o frame inicial é a expressão desse paradoxo. Pois se eles estão fugindo do preço desta fama (perda de privacidade, de necessidade de tempo para pensar e criar, de ter uma vida normal etc.), é justamente esse registro da correria que atrai o público que os querem consumir (DIX, 2010). O filme é exatamente o registro imagético dessa tentativa de fugir da prisão que os imobiliza, enquanto mera mercadoria, à custa da construção de serem famosos e ricos. Aquilo que eles buscam, que eles almejam enquanto efetivação da capacidade de serem livres e autônomos (total mobilidade), é o que provoca a própria imobilidade numa imagem que os fixa e os aprisiona (terem de ser sempre esses Beatles).

A mobilidade, enquanto correria constante dos quatro rapazes, presente no filme é justamente a imobilidade daqueles jovens que os perseguem. Esses grupos juvenis, assim como os Beatles, estão presos no mesmo padrão de fuga e busca, ou seja, se encontram numa geografia que os limita a um mundo que não conseguem entender (não sabem ler os referenciais de orientação), mas que anseiam por escapar e, paradoxalmente, estão a construir enquanto espacialidade limitante, os fixando em uma

função de serem meros consumidores de símbolos travestidos numa mercadoria sonora, numa imagem de novidade e juventude eterna, fonte de ilusão e impotência (GITLIN, 2003). É como se o ato de correr de algo fosse à necessidade de nunca saírem do mesmo local e situação em que se encontram.

Tal entendimento fica mais claro e elaborado no frame seguinte.

IMAGEM II

Beatles perdido: matéria prima da indústria cultural.



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

Cena protagonizada por George Harrison e que explicita o sentido mercadológico de como a indústria cultural age. Por um engano George vai parar no escritório de uma agencia de moda adolescente. Ali é trabalhada a criação da imagem do adolescente ideal, na qual os agentes modelam a imagem do adolescente que todos querem eternamente ser. Vários dos estereótipos são mostrados na cena como “bebida de adolescente”, “palavra de adolescente”, etc. Eis que um dos agentes entrega algumas camisas para George, que as detesta. Então, o possível produtor concorda com a reação dos Beatles, mas diz que no futuro George ira implorar por uma dessas camisas. O que está em pauta não é a qualidade (a durabilidade e macies do tecido) ou a função do objeto (cobrir e proteger o corpo), mas o que essas camisetas incorporam de simbologia social, de capital cultural que nelas são identificados por diferentes grupos da sociedade (WU, 2006).

Na cena, as camisetas irão se tornar objetos de consumo, não por serem bonitas ou confortáveis, e sim por venderem uma imagem de atitude, por fazerem referência a uma ideia e/ou postura passível de identificação ou culto por determinado grupo. Dessa forma, ao invés dos consumidores efetivarem um comportamento, de incorporarem em si mesmos, por exemplo, a crítica às injustiças sociais, de agirem e materializarem a resistência a essas injustiças preferem comprar um produto que representa essa ideia/ação (ORTIZ, 1994; LIMA, 2000).

Logicamente que tal “fetichização da mercadoria” (LIMA, 2000), para usar um termo caro ao marxismo, não foi inventado a partir dos Beatles, mas temos nesse filme a expressão da atualização desse poder da indústria cultural por meio de um produto

sonoro e imagético. Sendo que a reação negativa de George a aquele produto é a reação dos Beatles ao que estava acontecendo com eles mesmos, mas é essa reação que permite a espetacularização da imagem, fazendo com que se transforme em um signo a ser identificado por muitos jovens (DIX, 2010). Essa identificação é que permite que a grande maioria dos jovens passe a consumi-los, identificava neles os referenciais simbólicos de crítica a esta mercadorização da cultura na sociedade moderna (AITKEN, ZONN, 1994).

Os Beatles, portanto, representam no filme a tentativa deles fugirem dessa situação de mercadorização enquanto simbologia de algo (da fixação da imagem de Beatles), no entanto, quanto mais fogem deles mesmos mais se tornavam naquilo que buscavam escapar; nesse aspecto, os jovens identificavam neles esse referencial imagético de rebeldia e alegria inconsequente, de viver livre de qualquer amarras, fazendo com que eles se tornassem cada vez mais prisioneiros dessa imagem de juventude insatisfeita, contestatória e hedônica.

IMAGEM III

Beatles claustrofóbicos: tão grandes em um lugar tão pequeno.



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

Essa repetição se passa durante os 17 primeiros minutos de filme, é o cenário que mais permanece no filme, apesar das cenas no trem só são feitas para a apresentação dos personagens e suas características que entrega ao telespectador o que virá pelos próximos minutos.

A sensação de claustrofobia no filme é observável, mas não nos leva de primeira a essa sensação, ela é observada depois de outras vezes assistidas. E apesar de depois saírem no trem, a sensação continua permanente dentro de um carro, e nos corredores da emissora onde irão se apresentar, e outros pequenos espaços; no entanto que várias das cenas onde se passa nos corredores da emissora, o “trombar em outras pessoas”, “pedir licença para passar” são elementos do roteiro.

Isso nos faz pensar que essas sensações de aperto, pressão e falta de saída são o que os Beatles sentiam em sua pele, e vendo o filme nos passa a sensação de também querer fugir daquilo que os forçam a ser “os Beatles”. O paradoxo é o elemento central

dessa cena. Eles estavam atingindo um tamanho gigantesco em termos de consumo mercadológico. Nunca um produto cultural tinha atingido tal extensão territorial de penetração no mercado mundial. Os Beatles eram reconhecidos e consumidos em quase todos os locais do planeta, contudo, eles estavam cerceados a um lugar minúsculo, intensivo em seus parâmetros de vida. Eles estavam presos e condicionados a reproduzirem a eles mesmos. Esse mundo extremamente pequeno é que permitiu as forças intensivas de sua criação artística? As linhas de fuga que individualmente cada um foi criando no interior desse território diminuto é que potencializaram o fim do conjunto? Questões como estas não serão abordadas aqui, mas instigam-nos para outras abordagens geográficas desafiantes.

Vamos para um último frame a ser aqui abordado.

IMAGEM IV

Beatles fugindo: de quem e indo para onde?



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

Essa é uma sequência na qual os Beatles fogem do backstage do programa aonde iriam se apresentar. Nessa cena há uma contraposição em relação a muitas das cenas anteriores, nas quais os takes são gravados em locais pequenos e apertados, já nessa é em um campo aberto, com muitas tomadas em panorâmica ou em plano aberto, com a câmera distante e até mesmo filmado de um avião (ou helicóptero), permitindo um enquadramento maior do conjunto do local em que os rapazes se encontram.

Talvez essa opção por fazer uma tomada de longe se justifique pelo fato de que, para gravar essa cena, estava um duble de John Lennon, pois no dia da gravação estava em um lançamento de seu livro, contudo, o que interessa dessa opção por enquadramentos amplos e em aberto, é que dá a sensação ao espectador da liberdade espacial, onde os Beatles correm e brincam sem direção nesse território sem limites e de horizonte aparentemente sem fim. Catarse de uma fuga efetivada na liberdade ilusória dos enquadramentos cinematográficos?

A alegria e dinamismo da música e coreografia ali interpretados pelos Beatles são justamente a ilusão que faz dessa fuga esquecer, ou eclipsar, que aquele espaço está circunscrito ao que a lente das câmaras enquadra, o que fica ainda mais marcado após a

edição e montagem posterior, limitando o território cenográfico a aquilo que e o como se deve ver. Temos aí a configuração de uma farsa, de um falso mundo. Mas é justamente das potências desse falso que algo de mais contundente pode ser efetivado enquanto vida fora das telas (FERRAZ, 1012).

Os Beatles tentam fugir das responsabilidades a eles impostas pela indústria cultural (divulgar a eles mesmos em programas de auditórios e de entrevistas), acabam caindo num campo em aberto e amplo. Buscam novos referenciais para se localizarem e se orientarem em meio a tudo aquilo que os envolvem e os deixam limitados a repetição constante de atenderem a imagem fixada que se construiu deles. Fugir dessa territorialidade que limita os corpos a determinadas reproduções de comportamentos, ideias, gestos, desejos e necessidades é ter que criar novos sentidos espaciais, ter que se desterritorializar do já constituído em busca de outros territórios possíveis (DELEUZE, GUATTARI, 1992), para tal, tem que criar outros pensamentos e imagens espaciais. Nesta cena, de forma ainda balbuciante, eles estão a tentar rascunhar, seu bailado caótico e sua cantoria visam pontuar um diagrama possível para o tempo e espaço a ser por eles constituído (FERRAZ, 2010), novas formas de pensar, sentir e viver.

Cruzar as fronteiras é sempre um risco. A desterritorialização é o perigo de perda total de referenciais que permitem a vida acontecer, mas é um risco que força a se pensar novos parâmetros espaciais, outros processos de reterritorialização da vida, ou seja, de constituir uma outra geografia, voltada para a afirmação do viver em sua multiplicidade e diferenciação constante (FERRAZ, 2013). Não existe uma resposta de como fazer isso, mas os Beatles estão ali a tentar, experimentando, dançando e cantando uma geografia outra possível. Conseguirão isso? Só o tempo e a capacidade deles lerem os referenciais geográficos em devir é que lhes propiciarão as condições de assim pensarem e criarem suas vidas. O risco de se perderem e caírem no turbilhão espacial da vida que os incomoda é grande. Será que a única saída para a construção de uma espacialidade outra será com a morte do conjunto? Só o tempo dirá.

O que os Beatles nesta cena estão experimentando é o que dela estamos tornando possível ser pensada. Como os jovens de hoje podem, a partir de tudo que aconteceu com os Beatles, criarem outros pensamentos perante essa insatisfação da vida? Esse questionamento é um direito que as novas gerações têm a fazerem para elas próprias, perante a geografia majoritariamente exercitada na atualidade, uma geografia que reduz a vida aos parâmetros lógicos dos desejos e necessidades do grande capital, da mercadorização e espetacularização da vida (FERNANDES, 2012).

Vivemos, a cada pôr do sol, a noite de um dia difícil, o qual se repete e se repete, sempre aparentando ser algo “novo”, pura novidade de modismos, mas que está presa aos mesmos determinantes espaciais do mercado globalitário, em cada local em que este se manifesta, em cada momento em que este se atualiza. Buscar a construção de uma geografia outra, que permita a repetição, não do mesmo que nos aprisiona, mas da diferença que nos viabiliza a criação do efetivamente novo, do múltiplo, da abertura do espaço para outros tempos e vivências. Hoje, essa necessidade é a atualização desse bailado sonoro, da imagem presente nesse filme sobre e com os Beatles que nos afeta e instiga.

Conclusões: algumas ideias

Um aspecto importante em *A Hard Day's Night*, neste artigo, vários vezes destacado, é o papel inovador do filme para a indústria cultural, notadamente a fonográfica. As opções estéticas tomadas por Lester para abordagem das sequências musicais foram de extrema importância para o desenvolvimento da indústria musical em

imagens. Como o filme é voltado para adolescentes, a opção foi criar cenas rápidas e dinâmicas, um perfil muito diferente de outros filmes da época, assim como para relatar pequenas histórias ou situações em imagens que reforçavam e atendiam ao ritmo sonoro das canções, levou a um efeito que delimitou muito do desenvolvimento futuro em que sons e imagens passaram a ser trabalhados conjuntamente para a divulgação de um artista ou de uma obra musical (KONG, 1997; GOULD, 2009).

De maneira geral, muitos especialistas identificam nesse filme de Lester a gênese imagética do vídeo clipe musical, que veio se consolidar na década de 80 (DIX, 2010). Os enquadramentos (geralmente fechados ou em primeiro plano) permitiram a reprodução do filme na mídia televisiva, assim como muitos dos fotogramas e tratamento visual das imagens, permitiu a divulgação em fotos presentes em revistas e cartazes em todo mundo. Estabeleceu-se assim um padrão comum a todas as culturas e países do globo de como ler a ordem simbólica ali registrada, ou seja, os Beatles são assim e isso é os Beatles (DISTER, 1982; HARRISON, 2002).

A indústria cultural conseguiu, pela primeira vez, um processo eficiente de divulgação de um bem cultural em escala global. Podia se viver sob um regime ditatorial na América Latina, ser um caçador tribal no interior da África, ser um plantador de arroz em uma planície inundável na Ásia, um fazendeiro no meio do deserto australiano, um migrante no subúrbio de Berlim, um estudante numa cidade da ex-URSS etc., gostando ou não, consumindo ou repudiando, a maioria da população do mundo sabia identificar os elementos signícos (sonoros e visuais) do que era os Beatles (MUGGIATI, 1997).

Deixemos claro que não é só este filme, muito menos só os Beatles e sua música, mas que a obra desse conjunto (aqui temos suas músicas, discos, filmes, livros, fotografias e materiais de divulgação) demarcou no imaginário social a força da indústria cultural em estabelecer um padrão global de referência imagética e sonora, de identificação signíca de um produto, independente da cultura e condições políticas e econômicas do país ou grupo social. Nesse aspecto, identificamos o caráter de maturidade da indústria cultural em seus processos de controle e divulgação de produtos, num modelo racionalista e de divulgação e imposição de suas mercadorias num mundo que assim se torna mais uniforme e padronizado.

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena. Automóveis, bombas e filmes mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a própria injustiça a que servia [...]. Os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração. Mas cada um destes é um modelo do gigantesco mecanismo econômico que desde o início mantém tudo sob pressão tanto no trabalho quanto no lazer que lhe é semelhante. De cada filme sonoro, de cada transmissão radiofônica, pode-se deduzir aquilo que não se poderia atribuir como efeito de cada um em particular, mas só de todos em conjunto na sociedade (HORKHEIMER, ADORNO, in: LIMA, 2002, p. 170-176).

Essas palavras de Horkheimer e Adorno quanto o processo de uniformização e racionalização levada à frente pela indústria cultural (conceito delineado no texto *Dialética do Esclarecimento*, escrito por ambos em 1945) acaba sendo efetivada, com grande eficiência graças aos novos padrões técnicos e tecnológicos, a partir da década de 60, com os mecanismos adotados por essa indústria para divulgar o símbolo Beatles. Para tal, a relação com as estruturas e padrões comunicativos das grandes mídias que

então se consolidavam forma de fundamental importância, notadamente quando focou na questão de novos mercados consumidores, ou seja, de jovens e/ou numa ideia de juventude em constante prazer e alegria.

Mas a maravilha da comunicação era que os portadores de informações não transmitiam simplesmente fatos ou ideologia. Provocavam uma experiência humana – uma sensação de ligação com o mundo [...]. Assim, as mídias factuais não eram apenas informativas; elas divertiam [...]. A sede imagens, músicas, reverberações do mundo das questões públicas poderia ser satisfeita tão depressa quanto a entrega do correio e o aquecimento dos tubos de imagem. Mas a disponibilidade não saciou a sede de imagens e sons. Pelo contrário: quanto mais tecnologia, quanto mais imagens e sons pode transmitir, maior a sede (GITLIN, 2003).

Temos aí um elemento que ilumina e é iluminado pelo fenômeno Beatles, entendido aqui como um produto exemplar da indústria cultural, a qual os trabalhou como entretenimento a partir do vínculo com as mídias e a exploração adequada das novas tecnologias de informação e comunicação.

Contudo, por ser um elemento cultural, as tentativas racionalistas de controle da demanda e padronização do consumo se tornaram impossíveis, principalmente por não se ter como controlar os complexos processos e mecanismos de como as obras artísticas afetam aqueles que se encontram com ela (CARNEY, 1978), notadamente pelo fato dos Beatles afetarem sujeitos oriundos de culturas tão diferentes e em locais os mais variados possíveis.

Nosso entendimento não visa identificar uma compreensão do que os Beatles tornaram audíveis sobre as questões até então não ouvidas e pensadas, ou percebidas em sua época, mas o que de sua sonoridade musical, a partir daquilo que o filme apresenta, pode derivar em outros sentidos audíveis para uma maior compreensão da sociedade atual em sua complexa dinâmica espacial. Ou seja, qual a forma espacial dos fenômenos que a indústria cultural, no caso a que se volta para a produção de objetos sonoros e fílmicos, atualmente expressa a partir da paisagem sonora atualizada pelos Beatles.

Puede suceder que una música nos recuerde un paisaje, como em el célebre caso de Swann em Proust: el Bois de Boulogne y la breve frase de Vinteuil. También puede ocurrir que los sonidos evoquen colores, yasea por asociación o por fenómenos de sinestesia [...]. Pues, em um grado de tensión superior, no se trata de que un sonido remita a um paisaje sino de que lapropia música implica um paisaje estrictamente sonoro que le es interior (DELEUZE, 2007, p.150-151).

O filme *A Hard Day's Night* é esse monumento de sensações que agencia sons e imagens capazes de estabelecer novas percepções e pensamentos espaciais, tanto por expressarem a forma espacial dos fenômenos que constituem a lógica da sociedade do grande mercado da indústria cultural, quanto por atualizarem no interior dessa sociedade a paisagem sonora com que os corpos agenciam seus referenciais de localização e orientação espacial.

Os Beatles terminaram, mas o tempo não foi a explicação. Eles continuam, até hoje, repetindo a novidade de seu tempo. As respostas aí não são passíveis de construir o diferente. A questão que elegemos, a partir disso, é que a resposta não está no tempo enquanto repetição de novidades de mercado, mas em como esse tempo

se coloca como multiplicidade espacial (MASSEY, 2008), na geografia enquanto diferenciação a se diferenciar em outros possíveis. Instaurar o efetivamente novo é se abrir para o múltiplo.

O desafio dos Beatles continua para as novas gerações. Estabelecer linhas de fuga, não de um mundo, mas com esse mundo (DELEUZE, 1988). Não de uma espacialidade, mas com essa espacialidade instaurar derivas potencializadoras e outros espaços, sons e imagens. Não é evitar os dias difíceis para ter uma noite de eterna tranquilidade, mas de como atravessar os dias sem objetivar noites felizes, mas de melhor localizá-las no caos da vida diária.

Referencial Bibliográfico

AITKEN, S.; ZONN, L. (Eds.). **Place, power, situation and spectacle: a geography of film**. Lanham: Rowman&Littlefield, 1994.

BERGAN, R. (Org.). **501 filmes que merecem ser vistos**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2011.

CARNEY, G. (ed.). **The sound of people and places – a geography of american music from country to classical and blues to bop: folk and popular music**. Lanham: Rowman&Littlefield, 1978.

COHEN-LEVINAS, D. Deleuze, Músico. **Revista Periferia**. Revista de Programa de Pós-Graduação em Educação, Cultura e Co-municação da FEBF/UERJ. V. II, n. 1, p. 1-12, 2010. Disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/periferia/issue/view/268>. Acesso: 20/04/2014.

DELEUZE, Gilles. **Cinema 1: A imagem-movimento**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

_____. **Diferença e Repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Dos Regímenes de Locos – textos y entrevistas (1975-1995)**. Valencia (ES): Pré-Textos: 2007.

DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Felix. **O Que é Filosofia?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DISTER, A. **The Beatles**. Porto: Centelha, 1982.

DIX, L. E. G. **Os filmes dos “The Beatles” e os movimentos populares da década de 1960**. 2010. 134 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2010.

FERNANDES, A. M. **O lugar e o som: estudo geográfico da “música guarani” – reflexões a partir do ensino**. 2012. 165 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Grande Dourados. Dourados (MS), 2012.

FERRAZ, C.B.; NUNES, F. G. O horizonte não é linear: paisagem e espaço na Perspectiva Audiovisual Linear de Anton Corbijn. **Ateliê Geográfico**. Goiânia (GO), v. 8, n. 1, p.166-180, abr. 2014

FERRAZ, C. B. O. Imagem e geografia: considerações a partir da linguagem cinematográfica. **Espaço & Geografia**, v. 15, n. 2, p. 357-384, 2012.

_____. O capital no cinema: as diferenças entre linguagens e as possibilidades geográficas. In: CAZETTA, V.; OLIVEIRA JUNIOR, W. M. (Org.). **Grafias do espaço**. Campinas: Alínea, 2013. v. 1, p. 109-142.

FERRAZ, S. Deleuze, música, tempo e forças não sonoras. **Artefilosofia**. Ouro Preto, n.9, p. 67-76, out. 2010.

FORD, L. Geographic factors in the origin, evolution and diffusion of rock and roll music. **Journal of Geography**. Washington (DC): National Council for Geographic Education, n. 70, p. 455-64, 1971.

GITLIN, T. **Mídias sem limite**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003.

- GOULD, J. **Can't buy me love**: os Beatles, a Grã-Bretanha e os Estados Unidos. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.
- HARRISON, G. **I, me, mine**. San Francisco: Chronicle Books, 2002.
- HUNTER, D. **A vida dos Beatles**: a única biografia autorizada. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1968.
- KONG, L. Música popular nas análises geográficas. In: CORRÊA, L. C.; LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massas**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- MASSEY, D. **Pelo espaço**: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.
- MUGGIATI, R. **A revolução dos Beatles**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.
- OLIVEIRA JR., Wenceslao M. O que seriam as geografias de cinema? **Revista TXT – leituras transdisciplinares de telas e textos**. Belo Horizonte: Programa de Ensino, Pesquisa e Extensão A tela e o Texto da UFMG, n.2, s/p, 2005. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/atelaotexto/revistatxt2/wenceslao.htm> Acessado em 12/05/2014.
- ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: brasiliense, 1994.
- PANITZ, L. M. Por uma geografia da música: um panorama mundial e vinte anos de pesquisas no Brasil. **Revista Para Onde!?** Porto Alegre: Instituto de Geociências - Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRGS, v. 6, n. 2, p. 1-10, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/paraonde/article/viewFile/36474/23889> Acessado em 15/06/2014.
- TORRES, M.A.; KOSEL, Salette. Paisagens sonoras: possíveis caminhos aos Estudos culturais em geografia. **Revista RA'E GA**. Curitiba: Editora UFPR, n. 20, p. 123-132, 2010.
- WU, S-T. **Privatização da cultura**: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80. São Paulo: Boitempo, 2006.

Referencial videográfico:

- LESTER, Richard. **A Hard Day's Night**. Reino Unido: United Artists, P&B, 86 min, 1964.