

Beatles i *boomers*: el fenomen fan musical com a recurs per al benestar

Candy Leonard

INVESTIGADORA INDEPENDENT

Candy@CandyLeonard.com

ORCID: 0000-0001-9135-3378

Rebut: 09/02/2022

Acceptat: 17/04/2022

RESUM

En aquest article s'entrellacen tres àrees d'investigació diferents i es mostra com l'estreta interacció amb la música i el fenomen fan musical dels *baby boomers* són recursos que poden aprofitar els fans, les famílies i els professionals sanitaris per a prolongar l'esperança de vida, mitigar la soledat i millorar la qualitat de vida d'aquesta primera generació de fans majors i de les futures. En primer lloc, es pren com a punt de partida un estudi qualitatiu en profunditat sobre la *beatlemania*, per a exposar, seguidament, que la presència constant dels Beatles en la cultura i en la vida dels *boomers* al llarg de sis anys crítics de desenvolupament va tenir un impacte profund i durador, i que aquesta experiència és un recurs per a la resiliència i el benestar al llarg de tota una vida. A continuació, s'analitza la investigació en neuromusicologia i musicoteràpia, per a mostrar, seguidament, les nombroses formes en què la música funciona com a tecnologia de la salut per a les persones majors. Finalment, analitzant aquestes qüestions a la llum de la deterioració actual i prevista de la funció cognitiva i altres indicadors de benestar en aquesta generació, el present article proposa que els *boomers* estan especialment preparats i posicionats per a beneficiar-se de l'ús terapèutic de la música per a la salut en general i com a suport per a l'etapa gerotranscendent del desenvolupament adult.

Paraules clau: gerotranscendència; *beatlemania*, benestar, musicoteràpia, declivi cognitiu, salut *boomer*

ABSTRACT. *Beatles and Boomers: Music Fandom as a Resource for Well-being*

This piece weaves together three separate areas of research and shows how baby boomers' lifetime of deep engagement with music and music fandom are resources that can be leveraged by fans, families, and healthcare professionals to extend healthspan, mitigate loneliness, and otherwise improve quality of life for this first generation of "old fans" and those that follow. First, drawing on an in-depth qualitative study of Beatles fandom, I will show that the band's constant presence in the culture and in boomers' lives through six critical years of development had a profound and enduring impact, and that this experience has been a lifelong resource for resiliency and well-being. Then, looking at research in neuromusicology and music therapy, I will show the many ways music functions as a health technology for older adults. Finally, looking at these issues in light of current and predicted decline in cognitive functioning and other indicators of well-being in this generation, this article proposes that boomers are uniquely primed and positioned to benefit from the therapeutic use of music for overall health and as support for the gerotranscendent stage of adult development.

Keywords: gerotranscendence, Beatles fandom, well-being, music therapy, cognitive decline, boomer health

SUMARI

Introducció
Beatles i *boomers*: una relació singular
Les pràctiques dels fans dels Beatles
Un recurs per al benestar
Referències bibliogràfiques
Nota biogràfica

Autora per a correspondència / Corresponding author: Candy Leonard. candy@candyleonard.com

Citació suggerida / Suggested citation: Leonard, C. (2024). Beatles i boomers: el fenomen fan musical com a recurs per al benestar. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 138(1), 63-84. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats-138-1.4>

INTRODUCCIÓ

Una confluència única de factors tecnològics, demogràfics i altres factors culturals, una *tempesta perfecta*, va fer possible la sacsejada que es va produir quan els Beatles van emergir en l'escenari mundial en 1964 i instantàniament es van fer omnipresents. Els mitjans de comunicació de tot el món van debatre l'impacte de la *beatlemania* en els joves, van emetre crítiques sobre la seua música i van indagar en la seua vida personal. Mentrestant, gràcies a un talent extraordinari i al màrqueting modern, els Beatles van fascinar tota una generació. Van obrir les oïdes dels joves a la música i la van convertir en una necessitat com no ho havia sigut per a les generacions anteriors (Leonard, 2015).

Els Beatles van ser una presència constant i alegre en la vida de milions de *baby boomers* predominantment blancs i van oferir un atractiu i complicat flux

ininterromput de música, imatges i idees durant sis anys crítics en el desenvolupament de la infància, l'adolescència i la joventut. L'experiència envoltant d'escoltar i veure evolucionar els Beatles en temps real va tenir un impacte profund i durador en desenes de milions de fans de primera generació, que ara ronden els seixanta i setanta anys.

Altres artistes d'aquella època també compten amb una base de fans fidels que es van fent majors; em venen al cap Bob Dylan, The Rolling Stones, David Bowie i els que s'esmenten en la cita que segueix a aquest paràgraf. No obstant això, l'autoritat cultural i l'omnipresència dels Beatles en els anys seixanta van influir tant en l'esperit de l'etapa de formació dels *boomers* que el grup de Liverpool continua tenint un impacte positiu per a les persones majors en una franja d'uns divuit anys, independentment del que escoltessen llavors. Com recordava una fan nascuda en 1946:

Jo tenia una molt bona amiga que fumava porros, li encantaven els Grateful Dead, portava vestits orientals i no sabia res de política. A mi m'interessava la política i la contracultura i no consumia drogues, però a les dues ens agradaven els Beatles (Leonard, 2016, p. 153).

Aquest altre fan, home dotze anys més jove, ho expressava així:

Ja no tothom escoltava el mateix, hi havia més opcions: Cream, Hendrix, Simon & Garfunkel, The Doors, The Monkees. Però els Beatles eren un denominador comú, independentment del que escoltesses (Leonard, 2016, p. 153).

Juntament amb els Beatles i altres músiques importants, la generació de postguerra als Estats Units va créixer amb grans expectatives, malgrat els simulacres en plena Guerra Freda d'*acatxa't i cobreix-te*, Vietnam, els magnicidis i l'agitació social. Un president jove i popular va prometre a aquesta primera generació televisiva que l'home trepitjaria la lluna abans del final de la dècada, i la ciència ho va complir. L'opressiva conformitat dels anys de postguerra estava donant pas a una ètica de més llibertat personal.

Es van aprovar lleis històriques sobre el dret al vot i el programa de benestar social de Lyndon B. Johnson va traure milions de persones de la pobresa. La universitat era assequible per als qui hi volguessen anar. Uns estils artístics emergents oferien visions més àmplies de l'experiència humana. Els *baby boomers* estaven imbuïts de l'optimisme de la Gran Societat de Johnson mentre gaudien d'un renaixement de la música pop, devorant i acariciant lletres que anunciaven una nova era de desenvolupament humà.

Occident va entrar en una nova era, però no va ser l'Era d'Aquari que molts esperaven (com celebrava la cançó «Age of Aquarius»). La reacció a les tendències liberalitzadores dels anys seixanta va donar pas al neoliberalisme i a un dràstic canvi cultural que es va allunyar dels valors intrínsecs per acostar-se als extrínsecs. Després de quaranta anys de desregulació, un individualisme orientat al mercat, una

desigualtat d'ingressos en alça i unes ajudes socials infrafinançades, moltes d'aquelles grans expectatives no s'han complert, encara que l'esperança no s'abandona necessàriament.

La bona notícia és que aquesta generació de persones majors està millor formada, fuma menys, és més propensa a fer exercici i té una esperança de vida més llarga que les generacions anteriors. Molts estan «envellint bé», un concepte una mica problemàtic (Calasanti, 2016) que, bàsicament, significa sense discapacitats o malalties, amb altes capacitats cognitives i físiques, i amb interaccions significatives amb els altres (Rowe i Kahn, 1987). La mala notícia és que un estudi recent mostra nivells reduïts de la funció cognitiva en els *boomers* en comparació amb generacions anteriors (Zheng, 2021).

A aquesta reducció de la funció cognitiva contribueixen una menor riquesa per unitat familiar, una probabilitat inferior d'haver contret matrimoni, nivells més alts de soledat, depressió i problemes psiquiàtrics, i més factors de risc cardiovascular, com l'obesitat, la inactivitat física, la hipertensió, els ictus, la diabetis o les cardiopaties. A més, es preveu que la deterioració cognitiva serà més freqüent a mesura que aquesta població envellisca. La creixent taxa de suïcidis també és motiu de preocupació (Krans, 2016).

Els governs i altres institucions de tot el món no estan preparats perquè tanta gent visca molt més temps en estats de precarietat econòmica i mala salut. Els esforços per a abordar les necessitats d'aquesta població es caracteritzen massa sovint per enfocaments privatitzadors i compartimentats, solucions tecnològiques, edatisme i un èmfasi en l'eficiència per a maximitzar els beneficis.

En 1971, David Bowie va aconsellar als joves fans de la música que «anessen amb compte» perquè «molt prompte» anaven a «fer-se majors». I ací estem. No obstant això, els aspectes del fenomen fan musical que milloren la vida —gaudir de formidables experiències auditives, compartir una passió amb

altres persones, jugar amb les lletres de les cançons, examinar artefactes— adquireixen encara més potència i valor amb l'edat. El fenomen dels fans es converteix en una altra mena de recurs que satisfà necessitats més diverses.

Després de reconèixer que la identitat i la visió del món dels *baby boomers* estaven únicament i extremadament influenciades per la música de la seua joventut, des que Harrington i Bielby (2010) introduïren per primera vegada les idees de la gerontologia en els estudis sobre el fenomen fan i animaren a altres a fer el mateix, han sorgit cada vegada més estudis sobre la cultura fan.

Actualment, està experimentant una ràpida expansió la literatura sobre l'envelliment dels fans, gran part de la qual se centra en com el significat, la recreació i l'experiència de la identitat fan canvien amb l'edat (vegeu, per exemple, Vroomen, 2004; Bennett, 2013; Kotarba, 2013; Harrington i Bielby, 2017). Aquestes obres són importants per a la nostra comprensió de la interacció entre els mitjans, les pràctiques dels fans i la identitat adulta en l'edat madura. No obstant això, davant dels 10.000 *boomers* que compleixen seixanta-cinc anys cada dia (America Counts, 2019), la seua interacció contínua amb la música de la seua joventut és un recurs valuós amb àmplies implicacions socials.

Prenent com a punt de partida l'obra *Beatleness: How the Beatles and Their Fans Remade the World* (Leonard, 2016), mostraré com, en el cas dels *boomers*, la seua experiència de créixer amb els Beatles està emmagatzemada profundament en la seua consciència com un recurs per a la resiliència i el benestar al llarg de tota una vida, i que la constant i estreta interacció amb la música i el fenomen fan musical d'aquesta generació al llarg de la seua vida són recursos que poden aprofitar els fans mateixos, les seues famílies i els professionals sanitaris per a prolongar l'esperança de vida, mitigar la soledat, maximitzar la participació i millorar la qualitat de vida d'aquesta primera generació de *fans majors* i de les futures.

BEATLES I *BOOMERS*: UNA RELACIÓ SINGULAR

Els Beatles van arribar a tenir un paper en la vida dels fans que no encaixa en cap categoria existent. La seua escala, duració i intensitat la distingeixen d'altres relacions parasocials. Molts deien que els Beatles no eren simplement com de la família, sinó que eren tan importants per a ells com la família mateixa. Un fan nascut en 1950 ho explicava així: «Eren més que un grup de música, eren com els membres de la teua família. Els senties molt pròxims i sabies moltes coses sobre ells. Eren part de la família. M'identificava amb els Beatles profundament i tenia fe en ells». Un altre fan cinc anys més jove admetia: «Van tenir en mi un impacte tan gran o potser fins i tot més gran que alguns dels membres més pròxims de la meua família» (Leonard, 2016, p. 255).

Altres afirmaven que els Beatles eren com «pares de lloguer», que omplien buits emocionals i els proporcionaven el consol que els seus vertaders pares no podien donar-los. Una fan nascuda en 1949 explicava: «Els meus pares eren alcohòlics i es vivia molt d'estrés a casa. Els Beatles eren una vàlvula d'escapament, em feien feliç» (p. 263).

Molts consideraven que els Beatles «tenien coses més interessants i útils que dir» que qualsevol altra persona en la seua vida. Un fan nascut també en 1949 deia: «Aprenia més d'ells que del meu pare, que sempre em deia imbècil. Eren xics majors que jo que entenien coses que jo intentava entendre» (p. 263). Una fan nascuda en 1958, la mare de la qual era «una dona amb carrera professional en una època en la qual cap mare treballava», deia que ella i els seus germans es van criar sols i «van passar molt de temps sols escoltant els Beatles» (p. 263).

Els fans estaven agraïts per l'esperança que els Beatles els brindaven en temps difícils i «es consolaven sabent que existien els Beatles» (p. 255). Un fan nascut en 1950 afirmava: «Quan era jove i tenia el desig de fer-me mal a mi mateix, m'alegraven i em feien feliç. Volia estar viu per a poder escoltar-los. Si no hagués sigut per ells, la meua vida hauria sigut

horrible» (p. 264). Un fan nascut en 1949 declarava: «Em van ajudar a mantenir el seny durant una època turbulenta en la qual la meua família va patir diverses morts i malalties. Vaig interioritzar qualitats que admirava en ells i vaig traure molta força de la meua identificació amb ells» (p. 256).

Els Beatles van brindar a aquells joves poc convencionals o amb un panorama complicat una manera de ser «acceptats en un grup per primera vegada» i molts «els continuen estant agraïts» també per això (p. 262). Els Beatles eren l'amic que t'accepta i «mai et jutja» (p. 263). Tal com recordava una fan nascuda en 1954: «Van ser la meua salvació fins que vaig poder trobar gent de veritat que em fes sentir com ells em feien sentir». En preguntar-li com la van fer sentir, va respondre: «Compresa; em van ajudar a acceptar-me tal com era» (p. 263). Els Beatles feien que els fans se sentissen validats i secundats com a individus. Com recordava una altra fan nascuda en 1952:

En tot el que vaig fer, en totes les fases per les quals vaig passar, els vaig seguir i realment vaig aprendre d'ells. En la meua joventut, els considerava els meus amics. Em feien sentir especial. A pesar que no els coneixia personalment, era com si fossen ací (p. 263).

Per a un fan nascut en 1957, el missatge dels Beatles era: «Cal arriscar-se i anar més enllà». Una fan de la mateixa edat interpretava: «Defén les teues conviccions» (p. 261). Molts fans sentien els Beatles dir: “sigues tu mateix”, “confia en tu mateix”, “segueix els teus somnis”, “no deixes que el món t'arrossegue” i “no tingues por de ser diferent” (p. 262).

Fans de totes les edats pensaven que tenien «l'edat perfecta per a prendre-hi part». Un fan nascut en 1951 explicava:

Sempre he pensat que no vaig poder tenir més sort que nàixer en l'estiu de 1951. Estar tan captivat per ells era una experiència adolescent, pròpia de la nostra generació. Els Beatles van ser i continuen sent el més gran i el millor que m'ha passat en la vida (p. 258).

Els primers records dels *boomers* de mitjans i finals de la seua generació estan impregnats dels Beatles. Una fan nascuda en 1955 afirmava: «Van millorar la meua infància. Em van donar una cosa a la qual aspirar. M'entretenien, però també engrandien la meua xicoteta bombolla, la feien més cosmopolita i atractiva. Van fer que ens sentíssem d'allò més bé, més grans i majors del que érem, com que podíem formar part d'aquest món».

Una fan nascuda en 1961, una de les entrevistades més joves, deia: «Els tinc una forta afecció perquè, en el moment en què eren omnipresents, jo m'estava convertint en un ésser humà conscient». Però l'impacte en l'altre extrem de la franja d'edat també va ser significatiu. Un fan nascut en 1947 comentava: «Em van fer qüestionar l'èxit sense satisfacció».

La gratitud i l'alegria s'esmenten sovint. Els fans «no poden sobreestimar» o «expressar» tota l'alegria que els van donar els Beatles. És un sentiment del qual «mai voldran desprendre's» (p. 264). Una fan nascuda en 1957 expressava que estava «programada per a l'alegria amb els Beatles». L'emoció predominant també és l'alegria per a aquesta fan nascuda en 1951: «Em van donar molta alegria quan era jove i me la continuen donant» (p. 264). Un fan nascut en 1956 recorda els Beatles provocant noves emocions: «Sempre vaig sentir al cor que eren molt especials i significatius per a mi. Van despertar una cosa nova en mi: inspiració, entusiasme, alegria, felicitat» (p. 264).

Els fans citen moments que, per a ells, capturen el que una fan nascuda en 1961 deia «la lluentor de l'alegria» en la seua música: l'esquellada en «A Hard Day's Night», les palmes en «Eight Days A Week», l'efecte Larsen en «I Feel Fine», el baix distorsionat en «Think For Yourself», el «one, two, three, four, one, two» en «Taxman», el despertador en «A Day In The Life», l'harmonia de «Because» o, tornant al principi, Lennon i McCartney cantant a l'uníson la tornada de «She Loves You», un disc descrit per una fan com a «alegria pura en un tros de plàstic» (p. 264-265).

És bastant habitual que els fans repetisquen «vaig créixer amb ells», ja que els Beatles eren omnipresents durant els anys seixanta. Un fan nascut en 1956 recordava: «Formaven part del teixit de la teua vida, el teló de fons». Un altre fan nascut en 1948 ho descrivia així: «Et rentaves les dents, anaves al bany, anaves a classe, escoltaves els Beatles» (p. 139).

La frase «vaig créixer amb ells» no només reflecteix la presència constant de la banda, sinó també com van estimular el desenvolupament intel·lectual, emocional, social, estètic i espiritual dels fans. Com explica una fan nascuda en 1956, «vaig créixer amb ells i gràcies a ells. Treien una cosa nova i jo ja estava llesta per a rebre-la» (p. 256). Una altra fan nascuda en 1961 manifestava: «Com a fan dels Beatles, la teua ment està oberta a qualsevol possibilitat, amb més força i més rapidesa» (p. 257). A través de les seues cançons i de la seua pròpia cerca d'una gran repercussió, van animar els fans a qüestionar i a investigar. Diversos fans exposaven: «Ens van fer pensar en les coses d'una altra manera» (p. 257).

El que produïen els Beatles funcionava com un programa alternatiu, un programa en espiral pel qual deambular repetidament, en què obtenies una cosa nova cada vegada i gaudies al mateix temps del que ja coneixies. Avui dia, rondant els seixanta i setanta anys, els seus fans segueixen la mateixa línia.

Els Beatles van mantenir els fans en la zona de desenvolupament pròxim (Vygotsky, 1978), en què el material situat més enllà del seu abast es comprén amb l'ajuda de les persones majors. Des del principi, els fans esperaven que els Beatles els proporcionessen experiències alegres i envolupants, i, en superar repetidament aquelles expectatives, els Beatles van generar plaer.

Es va establir un reservori de confiança que garantia la interacció dels fans a mesura que el que produïa el grup requeria més treball. Fins i tot aquells que deien estar horroritzats amb «Strawberry Fields Forever», quedaven, malgrat tot, intriguats i conti-

nuaven escoltant (Leonard, 2017). Els Beatles van desafiar aquesta generació d'una manera totalment singular.

El viatge dels Beatles a l'Índia per a estudiar meditació en 1968 va captar l'atenció dels fans i la premsa mundial. Molts fans joves recorden pensar que «formava part de la seua mística». Uns altres pensaven que «necessitaven que algú els orientés» o que «simplement ja no volien que se'ls molestés» (Leonard, 2016, p. 158). Alguns pensaven que els Beatles «tenien la sort de tenir els diners per a viatjar a llocs com l'Índia i buscar la veritat, sense importar-los el que pensessin els altres» (p. 158). Un fan que en aquell moment tenia dèset anys afirmava que els Beatles «van fer que tothom pensés a aspirar a la il·luminació espiritual» (p. 159).

Recordant el viatge dels Beatles a l'Índia en el seu cinquanta aniversari, l'autor d'*American Veda* (2010), Philip Goldberg, explicava:

Era com si el planeta Terra s'inclinés sobre el seu eix el febrer de 1968, per a permetre que l'antiga saviesa de l'Índia fluís més fàcilment i ràpidament cap a Occident. La infusió repercutiria en l'atenció sanitària, la psicologia, la neurociència i, sobretot, en la manera d'entendre i dialogar amb la nostra espiritualitat (Goldberg, 2018).

L'espiritualitat continua formant part del significat dels Beatles per a fans de totes les edats (Leonard, 2021). No obstant això, els temes espirituals en la seua música i el fenomen en si poden tenir especial rellevància per als fans de major edat com a recurs per a avançar cap a la gerotranscendència, una etapa de desenvolupament adult que s'analitzarà més endavant.

Els fans van reaccionar amb força davant de la notícia de la ruptura dels Beatles l'abril de 1970. Una fan que tenia quinze anys en aquell moment recorda clarament el dia: «Aquell dia era la festa del quaranta aniversari de la meua mare i jo estava devastada, com si hagués mort algú. Em vaig asseure a la meua habitació i em vaig posar a plorar.

Se'm va trencar el cor» (Leonard, 2016, p. 246). Una altra fan, també amb quinze anys en aquell moment, explicava: «Va ser com si els teus pares es divorciessin; mai estaves sola a casa i sempre et senties segura, llavors un dia trenquen i et quedes devastada». Molts deien que era «com perdre un membre de la família» (p. 246).

Un fan que en aquells dies tenia quinze anys recordava: «És com si diguessen “comencen els setanta, estàs sol”» (p. 253). Un altre fan de divuit anys en aquell moment ho expressava així:

Se'm va trencar el cor quan es van separar. Em graduava en l'institut i me n'anava a la universitat. Començava un nou capítol de la meua vida i allò a què podia aferrar-me havia desaparegut. Vaig haver de créixer, però vaig continuar portant-los dins de mi. Són part de mi i continuaran sent-ho sempre (p. 253).

LES PRÀCTIQUES DELS FANS DELS BEATLES

El que el publicista dels Beatles Derek Taylor va denominar «el romanç més gran del segle xx» (1996, p. 3) continua en el segle XXI.

Fans de tot el món debaten sobre els Beatles les 24 hores del dia en les xarxes socials, on una publicació interessant pot suscitar centenars de comentaris en qüestió de minuts. Aquestes converses són estimulants per als fans de totes les edats, però, per als fans de tota la vida, repassar la història viscuda i les experiències alegres que encara guarden una energia positiva funciona com una espècie de teràpia de reminiscència, que s'ha demostrat que alleuja els símptomes depressius i millora el benestar (Routledge et al., 2016).

Encara que la connexió és virtual, redueix la soledat, perquè es comparteix una cosa personalment significativa (Hari, 2018). A més, les experiències nostàlgiques augmenten la confiança i la motivació i interrompen els patrons de pensament que perpetuen la soledat (Abeyta et al., 2020). Sovint considerada com una resposta reaccionària al descontentament

en el present, la reflexió nostàlgica és una manera d'accedir a records significatius del passat per a abordar el futur amb un fi major (FioRito i Routledge, 2020).

Encara que la majoria dels fans que parlen dels Beatles en les xarxes socials mai s'han conegut entre si, o tal vegada es veuen només ocasionalment en esdeveniments sobre els Beatles, l'amor compartit pels Beatles és la base d'una amistat genuïna, fins i tot entre persones que podrien tenir poc més en comú. Quan algú emmalalteix o comparteix la pèrdua del seu pare o la seua mare o bé d'una mascota que s'estimava molt, uns altres publiquen les seues respostes sinceres i apareixen cartells per a agrair el suport a la “família Beatle”. Aquest fan, que només tenia set anys quan va irrompre la *beatlemania*, ho expressava així:

Els Beatles m'han alegrat la vida. Els meus fills escolten els Beatles, la meua casa està plena de records i música dels Beatles. Em van ensenyar sobre l'amor i la bondat i com la música pot arribar al cor. Internet m'ha connectat amb altres fans i amb un món de noves amistats (Leonard, 2016, p. 271).

Els fans comparteixen fotos de les seues habitacions dedicades als Beatles, espais de refugi contra l'estrès de la vida, on estan envoltats d'imatges i objectes amb un significat profundament personal i, alhora, compartit. Encara que no tots els fans poden permetre's el luxe de tenir una habitació dedicada als Beatles, molts exhibeixen imatges dels Beatles a les seues cases per les mateixes raons que s'exhibeixen les fotos de la família: per a suscitar sentiments d'amor, gratitud i continuïtat del jo. El simple fet de mirar-les de passada pot oferir un moment reconfortant.

Per als fans de la primera generació, els Beatles han sigut el més consistent, durador i infal·libre de les seues vides, a part del seu propi sentit del jo continu, i tots dos estan entrellaçats. Les amistats, els cònjuges i els treballs van i venen, els fills creixen i se'n van de casa, però la «cara dos» d'*Abbey Road* continua generant tant de plaer —si no més, gràcies a la remasterització— com el que generava fa mig segle.

El turisme relacionat amb els Beatles genera 82 milions de lliures (quasi 96 milions d'euros) anuals per a la ciutat de Liverpool i s'espera que l'economia relacionada amb els Beatles continue creixent durant molt de temps en el futur (Liverpool Echo, 2016). Situar-se en la marquesina situada enmig de la rotonda de Penny Lane és refermant i satisfactori, perquè fa realitat el que la cançó dedicada a aquest carrer va conjurar en la imaginació innumbrables vegades.

Els fans senten una combinació de privilegi i humilitat en veure les cases de la infància dels Beatles. El fet que aquestes cases, algunes de les quals bastant corrents, siguen llocs històrics reconeguts (amb la seua distintiva placa blava) reafirma la creença dels fans en la importància històrica dels Beatles i la seua pròpia sensació de formar part de la història. Aquests sentiments són empoderadors i poden mitigar l'edatisme, que considera inadequat que els adults puguen continuar sent fans.

Molts fans esperen amb impaciència la música remasteritzada i l'adquireixen només està disponible, malgrat haver-la comprada en molts formats anteriors al llarg dels anys. Maquetes i gravacions descartades revelen els processos creatius dels Beatles i permeten entreveure els misteris del seu treball. Les converses disteses resulten de gran interès, perquè permeten als fans fer-se una idea de qui són com a persones de carn i os.

Part de l'atractiu de *Get Back*, de Peter Jackson (2021), que documenta l'activitat diària del grup en les setmanes prèvies a la seua última actuació en directe en el terrat d'Apple Corps el 30 de gener de 1969, és que inclou maquetes, gravacions descartades i converses disteses. La música i les imatges dels membres dels Beatles resulten instintivament conegudes i, no obstant això, continuen resultant noves.

Des de 1974, Mark Lapidus reuneix els fans durant tres dies de *beatlemania* en el Fest for Beatle Fans, que se celebra cada any a Nova York i Chicago. Aquest festival atrau fans de totes les edats, de tots els Estats Units i més enllà, per a gaudir de música dels Beatles en directe, taules redones, presentacions d'autors, pel·lícules, llocs de venda, exposicions d'art, concursos de preguntes i

respostes, i, el més important, per a estar amb altres fans. Els assistents afirmen que són «tres dels millors dies de l'any» i que «no poden demanar millors vacances» que aquestes (Leonard, p. 272).

Assistir a aquestes trobades és un acte d'autocura. Les pràctiques dels fans —compartir una cosa que consideren significativa, escoltar la seua música favorita, cantar en grup i fer música, interactuar amb les lletres, evocar records, moure's al ritme de la música— són beneficioses per a la salut. Els munts de fans que fan cua des de la matinada per a entrar en un concert pot fer que perden hores de son, però estan prevenint la deterioració cognitiva per a un envelliment saludable (Román-Caballero et al., 2018).

UN RECURS PER AL BENESTAR

Documentals com *Alive Inside* (Rossato-Bennett, 2014) i les obres de Daniel Levitan (2019) i Oliver Sacks (2007) han sensibilitzat el públic sobre el poder de la música. No obstant això, la complicitat dels *boomers* amb els Beatles i altres músiques al llarg de tota una vida és un recurs infrautilitzat per a abordar la deterioració cognitiva i altres problemes de salut.

Les activitats musicals d'oci i la musicoteràpia poden ser molt beneficioses per al funcionament cognitiu, motor, emocional i social de les persones que viuen un envelliment normal, però també de les que pateixen malalties neurològiques com vessaments cerebrals o demència (Särkämö, 2018). El simple fet d'escoltar la seua música favorita millora la plasticitat cerebral i pot tenir efectes duradors (Fischer et al., 2021).

Per a molts fans de la música que ara ronden els seixanta i setanta anys, la pràctica d'escoltar música es va anar esvaint a poc a poc al llarg dels anys a causa del treball i les responsabilitats familiars. Avui dia, l'edatisme interioritzat pot inhibir els *boomers* d'expressar entusiasme per la música de la seua joventut per no semblar apropiat per a la seua edat. Una fan nascuda en 1953 que va passar «llargs períodes de temps desvinculada dels Beatles» (Leonard, 2016, p. 270) es va adonar que en la seua vida faltava una font important d'alegria.

Un estudi de 2016 conclouïa que els *millennials* escolten un 75 % més de música que els *boomers* (Resnickoff, 2016). Més recentment, un estudi elaborat en 2019 per Deloitte revelava que només el 20 % dels *boomers* se subscriuen a algun servei de música en *streaming*, a més de ser els que menys valor donen a aquesta mena de servei d'entre tots els grups d'edat (Ciampa, 2019). No se n'ofereixen els motius, però és una qüestió interessant com a objecte d'investigació. Tal vegada, els *boomers* perceben un agent no desitjat que interfereix en la seua relació íntima amb la música. En l'experiència de música en *streaming* no hi ha caràcteres enginyoses ni notes que les acompanyen, la qual cosa potser genera menys atracció per a alguns. L'estrés tecnològic també podria ser-ne un factor (Nimrod, 2018).

Basant-me en la meua pròpia experiència com a voluntària que treballa amb persones sanes de més de setanta anys que viuen soles en la comunitat, les persones d'aquesta edat tenen un interès enorme per aprendre a escoltar música en *streaming* i crear llistes de reproducció. Et diran amb entusiasme qui són els seus artistes favorits. Els serveis de música en *streaming* com Spotify haurien de plantejar-se oferir descomptes a la gent gran, com fan amb els estudiants.

El musicòleg Even Ruud considera la música un «immunogen cultural», una cosa que la gent usa en la seua vida quotidiana per a millorar la seua salut i benestar (Ruud, 2013). Pensant en els milions de majors el benestar dels quals milloraria si tornessen a connectar amb els Beatles o amb qualsevol música que els agrada, se m'ocorren diverses estratègies.

Els fills, ja en edat adulta, podrien assegurar-se que els seus pares, sobretot els que viuen sols, tinguen un accés sense friccions a la seua música favorita. I, encara que pugja semblar menys important que els números de la seguretat social i les contrasenyes, els seus fills haurien de saber a quines cançons respondrien millor uns pares que es van fent majors. Aquesta informació és important per als musicoterapeutes que treballen amb malalts d'alzhèimer o apoplexia, que no poden comunicar-se, però responen a la música emmagatzemada en la memòria.

En els centres d'atenció primària, els professionals podrien dedicar un moment a preguntar a les persones majors si tenen accés a la música i animar-los a escoltar-la amb regularitat. A més dels beneficis per a la salut que té el fet que els pacients se senten atesos de manera personal i holística, podria accelerar un canvi cultural, començant per aquesta primera «generació del rock», que fomenta sistemàticament la música per al benestar i la integre en les pràctiques assistencials quan corresponga.

Els membres de la família també podrien assegurar-se que els éssers estimats que tenen ingressats en residències tinguin accés a la música, encara que hagen de facilitar-li-la ells. Els estudis mostren que una actitud basada a «endreçar i donar menjar» o «estar massa ocupat» és un obstacle per a l'ús terapèutic generalitzat de la música, malgrat saber-se els seus coneguts beneficis tant per als residents com per al personal que treballa amb ells (Garrit et al., 2021, p. 1197). Presentar-se davant d'aquestes persones majors amb l'àlbum de retalls dels Beatles que atresoraven en la seua adolescència, o altres records, podria activar la seua memòria i fomentar la comunicació.

Com que l'oida és l'últim sentit que es perd, la nostra música favorita també pot alleujar-nos el procés de morir. Tal com observa Harrington en el seu estudi sobre el fenomen fan i la manera d'afrontar la mort als Estats Units, «el potencial de les identitats i pràctiques com a fan es manté fins al moment de la mort» (2019, p. 197).

La música també és útil per al tractament del dolor i no té efectes secundaris. Segons la investigació de Tia DeNora sobre la música com a mitjà de consciència i «tecnologia de la salut», les persones que pateixen malalties cròniques poden utilitzar la música per a «infondre valor» i una actitud diferent davant del dolor (2015, p. 112). Tal vegada, afegint musicoteràpia als plans assistencials es podria mitigar l'«epidèmia silenciosa de dolor crònic en els majors» (Domenichiello i Ramsden, 2019) i el problema associat de la polifarmàcia (Yeager et al., 2020).

Les plataformes d'aprenentatge social en línia han sigut eficaces per a connectar la gent gran amb els seus interessos compartits, mitigant així l'impacte negatiu de l'aïllament social al qual va obligar la pandèmia (Heape,

2021). Jo mateixa vaig dirigir un cicle de 12 setmanes titulat «Creixent amb els Beatles» en una d'aquestes plataformes en què els participants compartien històries mentre escoltàvem música, analitzàvem imatges i ens desplaçàvem per la línia temporal dels Beatles i esdeveniments històrics contemporanis.

Igual que les plaques blaves commemoratives que identifiquen les cases dels Beatles, aquestes converses —entre persones que tècnicament no es coneixien, però, en realitat, sí— són empoderadores, perquè aproximen els *boomers* a esdeveniments de la consciència col·lectiva que també són seus de manera singular; esdeveniments que van viure i van presenciar. Aquestes sessions se serveixen de les riques vetes de records profundament emmagatzemats i ofereixen oportunitats per a conèixer el passat d'u mateix, afegint continuïtat i coherència a la narrativa personal dels participants.

L'edat aporta un aspecte emotiu a la reflexió, sovint amb una major espiritualitat i un moviment cap a la gerotranscendència (Tornstam, 2011). Amb aquesta etapa de desenvolupament s'originen majors sentiments de connexió amb les generacions passades i futures, menys inclinació a la identitat egoica i un allunyament de les preocupacions materialistes i les relacions superficials. La gerotranscendència també pot portar amb si una «innocència emancipada», un estat alegre i despreocupat en el qual a penes preocupa el judici dels altres.

La musicoterapeuta Faith Halverson-Ramos utilitza la música de diverses maneres per a ajudar en la gerotranscendència i assenyala que els temes espirituals de les cançons dels Beatles, com «The Word» i «Within You Without You», poden calar especialment en la generació *boomer* (2019).

Els nostres majors no han deixat de ser fans de la seua música, i això també suggereix nous models de vida en comunitat després de la jubilació. El 90 % dels *boomers* vol «envellir a casa», malgrat el cost potencialment alt de fer-ho (Khalfani-Cox, 2017), i mostren poc interès en les comunitats tipus de majors de 55 anys (Geber,

2021). Les comunitats basades en la identitat dels fans poden ser la resposta, com evidencia l'èxit dels complexos vacacionals Margaritaville de Jimmy Buffett (Regan, 2021), encara que molts *boomers* considerarien aquesta estètica i estil de vida prohibitius, poc atractius o totes dues coses.

Basant-se en el seu estudi sobre els fans entrats en anys del grup Grateful Dead, Adams i Harmon (2014), han explorat la possibilitat d'una comunitat intencional de jubilats per a fans dels Grateful Dead, i conclouen que una comunitat basada únicament en el gust musical podria no ser prou atractiva, encara que podria servir com a filtre inicial per a identificar subcomunitats (Adams i Harmon, 2018).

De la mateixa manera, podríem imaginar una comunitat de jubilats fans dels Beatles com a filtre inicial per a identificar subcomunitats (Leonard, s.d.). Als Estats Units, les comunitats restringides per edat es regeixen per la regla de proporció 80/20, per la qual cosa les comunitats de jubilats basades en la cultura fan serien intergeneracionals, amb importants beneficis per a tots els implicats (Jacobs, 2021).

Milions de *boomers* crien els seus nets, creen negocis i treballen com a voluntaris en les seues comunitats. Molts estan jubilats i prosperen; molts altres tenen dificultats. Han deixat arrere les grans expectatives de la seua joventut, però no han abandonat l'esperança. Molts volen mantenir-se sans i actius, treballant al costat dels joves per a preservar la democràcia i un planeta habitable.

No estic suggerint que la música o la *beatlemania* siguem les claus per a la salut i la felicitat dels majors d'avui dia, o que puguen mitigar els estralls del neoliberalisme o d'un estil de vida poc saludable (Shen, 2019), però sabem que l'activitat dels fans i el fet d'escoltar la seua música favorita aporten avui —igual que fa mig segle— alegria i un major benestar a la vida dels *boomers*, per la qual cosa els qui els cuiden i es preocupen per ells haurien de fomentar-ho.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abeyta, A. A., Routledge, C., i Kaslon, S. (3 de juny de 2020). Combating Loneliness with Nostalgia: Nostalgic Feelings Attenuate Negative Thoughts and Motivations Associated With Loneliness. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01219>
- Adams, R. G., i Harmon, J. (2014). The Long Strange Trip Continues. En C. L. Harrington, D. Bielby, i A. Bardo (eds.), *Aging, Media, and Culture* (capítol 9). Londres: Lexington Books.
- Adams, R. G., i Harmon, J. (2018). Intentional Sub-communities and Identity Continuity Among *Baby Boomers: Grateful Dead Fans*. En R. A. Cnaan i C. Milofsky (eds.), *Handbook of Community Movements and Local Organizations in the 21st Century* (p. 337-351), Springer. doi: 10.1007/978-3-319-77416-9_21
- America Counts (2019). By 2030 all baby boomers will be age 65 or older. *US Census Bureau* <https://www.census.gov/library/stories/2019/12/by-2030-all-baby-boomers-will-be-age-65-or-older.html>
- Bennett, A. (2013). *Music, Style, and Aging: Growing Old Disgracefully?* Filadèlfia, PA: Temple University Press.
- Bowie, D. (1971). Changes. *Hunky Dory*. RCA Records
- Calasanti, T. (2016). Combating Ageism: How Successful Is Successful Aging? *Gerontologist*, 56(6), 1093-1101. doi: 10.1093/geront/gnv076.
- Ciampa, D. (7 d'agost de 2019). Boomers haven't shown a 'whole lotta love' for music streaming. *Deloitte Perspectives*. <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/boomers-havent-shown-a-whole-lotta-love-for-music-streaming.html>
- DeNora, T. (2016). *Music Asylums: Wellbeing Through Music in Everyday Life*. Nova York: Routledge.
- Domenichiello, A. F., i Ramsden, C. E. (2019). The silent epidemic of chronic pain in older adults. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 93, 284-290.
- FioRito, T. A., i Routledge, C. (3 de juny de 2020). Is Nostalgia a Past or Future-Oriented Experience? Affective, Behavioral, Social Cognitive, and Neuroscientific Evidence. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01133>
- Fischer, C. E., Churchill, N., Leggieri, M., Vuong, V., Tau, M., Fornazzari, L. R., Thaut, M. H., i Schweizer, T. A. (2021). Long-Known Music Exposure Effects on Brain Imaging and Cognition in Early-Stage Cognitive Decline: A Pilot Study. *Journal of Alzheimer's Disease*, 84(2), (p. 819-833).
- Garrido, S., Markwell, H., Andreallo, F., i Hatcher, D. (2021). Benefits, Challenges and Solutions for Implementing Personalised Music Playlist Programs in Residential Aged Care in Australia. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 14. https://link.gale.com/apps/doc/A673852970/AONE?u=mlln_m_minuteman&sid=bookmark-AONE&xid=255c3a3f
- Geber, S. Z. (2021). Hey Senior Living Pros: Boomers Don't Want Your Old, Tired Communities. *Forbes*, 11 de maig de 2021.
- Goldberg, P. (2010). *American Veda: How Indian Spirituality Changed the West*. Nova York: Harmony Books.
- Goldberg, P. (2018). How the Beatles' Trip to India Changed the face of Spirituality in the West. *Elephant Journal*. <https://www.elephantjournal.com/2018/02/how-the-beatles-trip-to-india-changed-the-face-of-spirituality-in-the-west/>
- Halverson-Ramos, F. (2019). Music and gerotranscendence: A culturally responsive approach to ageing. *Approaches: An Interdisciplinary Journal of Music Therapy, Special Issue 11(1)*, (166-178).
- Hari, J. (2018). *Lost Connections: Uncovering the Real Causes of Depression – and the Unexpected Solutions*. Nova York: Bloomsbury USA.
- Harrington, C. L., i Bielby, D. D. (2010). A life course perspective on fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 13(5), 429-450.
- Harrington, C. L. i Bielby, D. D. (2017). Aging, fans, and fandom. En M. A. Click, i S. Scott (Eds.), *The Routledge Companion to Media Fandom* (p. 406-415). Abingdon: Routledge.
- Harrington, C. L. (2019). Til death do us part? Fandom and the US death system. *Journal of Fandom Studies*, 7(2), 189-206.
- Heape, A. (2021). Loneliness and Social Isolation in Older Adults: The Effects of a Pandemic. *Perspectives: American Speech-Language-Hearing Association*. 6(6), 1729-1736.
- Jackson, P. (director). (2021). *Get Back* [pel·lícula]. Walt Disney Studios; Apple Corps; Wingnut.
- Jacobs, K. (2021). Don't Mind the Gap in Intergenerational Housing, *The New York Times*, 2 de setembre de 2021. <https://www.nytimes.com/2021/09/02/style/housing-elderly-intergenerational-living.html>
- Khalfani-Cox, L. (2017). Can You Afford to Age in Place? *AARP*, 14 de febrer de 2017. <https://www.aarp.org/money/budgeting-saving/info-2017/costs-of-aging-in-place.html>

- Kotarba, J. A. (2013). *Baby Boomer Rock'n'Roll Fans: The Music Never Ends*. Lanham, MD: Scarecrow Press.
- Krans, B. (5 de desembre de 2006). Baby Boomer Suicide Rate Rising, May Go Higher with Age. *Healthline*. <https://www.healthline.com/health-news/baby-boomer-suicide-rate-rising-031515>
- Krznicar, R. (2020). *The Good Ancestor: A Radical Prescription for Long-Term Thinking*. Nova York: Experiment Publishing.
- Leonard, C. (s.d.). candyleonard.com/projectblackbird
- Leonard, C. (2016). *Beatlessness: How the Beatles and Their Fans Remade the World*. Nova York: Arcade.
- Leonard, C. (26 de gener de 2015). 7 ways the Beatles changed boomer childhood overnight. *Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.com/candy-leonard/beatles-changed-boomer-childhood_b_6494786.html
- Leonard, C. (22 de febrer de 2017). When the Beatles brought psychedelia to prime time. *Huffington Post*. https://www.huffpost.com/entry/when-the-beatles-brought-psychedelia-to-prime-time_b_58adbc3ae4b0598627a55f2c
- Leonard, C. (2021). Beatles Fandom: A De Facto Religion. En K. Womack i K. O'Toole (eds.), *Fandom and The Beatles: The Act You've Known for All These Years* (p. 1-54). Oxford University Press.
- Levitán, D. (2019). *This is Your Brain on Music: Understanding a Human Obsession*. Londres: Penguin.
- Liverpool Echo (8 de febrer de 2016). The Beatles add £82m a year to Liverpool economy. <https://www.bbc.com/news/uk-england-merseyside-35523070>
- Nimrod, G. (2018). Technostress: measuring a new threat to well-being in later life. *Aging & Mental Health*, 22(8), 1080-1087, doi: 10.1080/13607863.2017.1334037
- Regan, T. (12 de juliol de 2021). Demand Surges for Latitude Margaritaville Communities as Brand Seeks Westward Expansion. *Senior Housing News*. <https://seniorhousingnews.com/2021/07/12/demand-surges-for-latitude-margaritaville-communities-as-brand-seeks-westward-expansion/>
- Resnickoff, P. (2 de juny de 2016). Millennials Listen to 75% More Music Than Baby Boomers, Study Finds. Digital Music News. <https://www.digitalmusicnews.com/2016/06/02/millennials-listen-more-music-baby-boomers>
- Román-Caballero, R., Arnedo, M.; Triviño, M., i Lupiáñez, J. (2018). Musical practice as an enhancer of cognitive function in healthy aging - A systematic review and meta-analysis. *PLoS ONE*. 13. e0207957. 10.1371/journal.pone.0207957
- Rossato-Bennett, M. (director). (2014). *Alive Inside* [pel·lícula]. Projector Media.
- Routledge, C., Roylance C., i Abeyta A. A. (2016). Nostalgia as an Existential Intervention: Using the Past to Secure Meaning in the Present and the Future. En: P. Russo-Netzer, S. Schulenberg, y A. Batthyany (eds.), *Clinical Perspectives on Meaning*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-41397-6_17
- Rowe, J. W., i Kahn, R. L. (1998). *Successful Aging*. Nova York: Pantheon.
- Ruud, E. (2013). Can music serve as a “cultural immunogen”? An explorative study. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 8(1), 1-12. doi:10.3402/qhw.v8i0.20597
- Sacks, O. (2007). *Musicophilia: Tales of Music and the Brain*. Nova York: Knopf.
- Shen, A. (2019). Marketing Preventive Health to Baby Boomers: What if Unhealthy Lifestyles are Attributable to the Counterculture? *Journal of Macromarketing*. Vol. 39 (2), 151-165.
- Taylor, D. (1996). *Introduction to Beatles Anthology 1*. Apple Corps Ltd/EMI Records Ltd.
- Thomas, B. (2015). *Second Wind: Navigating the Passage to a Slower, Deeper, and More Connected Life*. Nova York: Simon and Schuster.
- Tornstam, L. (2005). *Gerotranscendence: A Developmental Theory of Positive Aging*. Springer.
- Vroomen, L. (2004). Kate Bush: Teen Pop and Older Female Fans. En A. Bennett y R. A. Peterson (eds.), *Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual* (p. 238-253). Nashville: Vanderbilt University Press.
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Yeager, C. A., Maginga, S. M., y Hyer, L. (2020). The Impact of Polypharmacy on Health and Quality of Life for Older Adults. En L. T. Duncan (ed.), *Advances in Health and Disease, Volume 21* (p. 1-56). Nova York: Nova Science Publishers.
- Zheng, H. (2021). A New Look at Cohort Trend and Underlying Mechanisms in Cognitive Functioning. *The Journals of Gerontology: Series B, volume 76* (8), 1652-1663. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa107>

NOTA BIOGRÀFICA

Candy Leonard

és autora de *Beatleness: How the Beatles and Their Fans Remade the World* (Arcade, 2014; 2016) i ha escrit sobre la *beatlemania*, els *boomers* i la cultura pop per a diverses publicacions, incloent-hi volums acadèmics sobre els Beatles. És investigadora independent i doctora en Sociologia per la Universitat de New Hampshire, a més de màster en Desenvolupament Humà en Teachers College, Colúmbia (Nova York).



