

Beatles y *boomers*: el fenómeno fan musical como recurso para el bienestar

Candy Leonard

INVESTIGADORA INDEPENDIENTE

Candy@CandyLeonard.com

ORCID: 0000-0001-9135-3378

Recibido: 09/02/2022

Aceptado: 17/04/2022

RESUMEN

En este artículo se entrelazan tres áreas de investigación distintas y se muestra cómo la estrecha interacción con la música y el fenómeno fan musical de los *baby boomers* son recursos que pueden aprovechar los fans, las familias y los profesionales sanitarios para prolongar la esperanza de vida, mitigar la soledad y mejorar la calidad de vida de esta primera generación de «fans mayores» y de las venideras.

En primer lugar, se toma como punto de partida un estudio cualitativo en profundidad sobre la *beatlemania* para exponer, seguidamente, que la presencia constante de los Beatles en la cultura y en la vida de los *boomers* a lo largo de seis años críticos de desarrollo tuvo un impacto profundo y duradero, y que esta experiencia es un recurso para la resiliencia y el bienestar a lo largo de toda una vida. A continuación, se analiza la investigación en neuromusicología y musicoterapia para mostrar, seguidamente, las numerosas formas en que la música funciona como tecnología de la salud para las personas mayores. Por último, analizando estas cuestiones a la luz del deterioro actual y previsto de la función cognitiva y otros indicadores de bienestar en esta generación, el presente artículo propone que los *boomers* están especialmente preparados y posicionados para beneficiarse del uso terapéutico de la música para la salud en general y como apoyo para la etapa gerotranscendente del desarrollo adulto.

Palabras clave: gerotranscendencia; *beatlemania*, bienestar, musicoterapia, declive cognitivo, salud *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

SUMARIO

Introducción
 Beatles y *boomers*: una relación singular
 Las prácticas de los fans de los Beatles
 Un recurso para el bienestar
 Referencias bibliográficas
 Nota biográfica

Autora para correspondencia / Corresponding author: Candy Leonard. candy@candyleonard.com

Sugerencia de cita / Suggested citation: Leonard, C. (2024). Beatles y boomers: el fenómeno fan musical como recurso para el bienestar. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 138(1), 63-84. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats-138-1.4>

INTRODUCCIÓN

Una confluencia única de factores tecnológicos, demográficos y otros factores culturales, una “tormenta perfecta”, hizo posible la sacudida que se produjo cuando los Beatles emergieron en el escenario mundial en 1964 e instantáneamente se hicieron omnipresentes. Los medios de comunicación de todo el mundo debatieron el impacto de la *beatlemania* en los jóvenes, emitieron críticas sobre su música e indagaron en su vida personal. Mientras tanto, gracias a un talento extraordinario y al *marketing* moderno, los Beatles encandilaron a toda una generación. Abrieron los oídos de los jóvenes a la música y la convirtieron en una necesidad como no lo había sido para las generaciones anteriores (Leonard, 2015).

Los Beatles fueron una presencia constante y alegre en la vida de millones de *baby boomers* predominantemente blancos y ofrecieron un atractivo y complicado flujo ininterrumpido de música, imágenes e ideas durante seis años críticos en el desarrollo de la infancia, la adolescencia y la juventud. La experiencia

envolvente de escuchar y ver evolucionar a los Beatles en tiempo real tuvo un impacto profundo y duradero en decenas de millones de fans de primera generación, que ahora rondan sus sesenta y setenta años.

Otros artistas de aquella época también cuentan con una base de fans fieles que se van haciendo mayores; me vienen a la cabeza Bob Dylan, The Rolling Stones, David Bowie y los que se mencionan en la cita que sigue a este párrafo. Sin embargo, la autoridad cultural y la omnipresencia de los Beatles en los años sesenta influyeron tanto en el espíritu de la etapa de formación de los *boomers* que el grupo de Liverpool sigue teniendo un impacto positivo para las personas mayores en una franja de unos dieciocho años, independientemente de lo que escucharan entonces. Como recordaba una fan nacida en 1946:

Yo tenía una muy buena amiga que fumaba porros, le encantaban los Grateful Dead, llevaba vestidos orientales y no sabía nada de política. A mí me interesaba la política y la contracultura y

no consumía drogas, pero a las dos nos gustaban los Beatles (Leonard, 2016, p. 153).

Este otro fan, varón doce años más joven, lo expresaba así:

Ya no todo el mundo escuchaba lo mismo, había más opciones: Cream, Hendrix, Simon & Garfunkel, The Doors, The Monkees. Pero los Beatles eran un denominador común, independientemente de lo que escucharas (Leonard, 2016, p. 153).

Junto con los Beatles y otras músicas importantes, la generación de posguerra en Estados Unidos creció con grandes expectativas, pese a los simulacros en plena Guerra Fría de «agáchate y cúbrete», Vietnam, los magnicidios y la agitación social. Un presidente joven y popular prometió a esta primera generación televisiva que el hombre pisaría la luna antes del final de la década, y la ciencia lo cumplió. La opresiva conformidad de los años de posguerra estaba dando paso a una ética de mayor libertad personal.

Se aprobaron leyes históricas sobre el derecho al voto y el programa de bienestar social de Lyndon B. Johnson sacó a millones de personas de la pobreza. La universidad era asequible para quienes que quisieran ir. Unos emergentes estilos artísticos ofrecían visiones más amplias de la experiencia humana. Los *baby boomers* estaban imbuidos del optimismo de la Gran Sociedad de Johnson mientras se regocijaban en un renacimiento de la música pop, devorando y acariciando letras que anunciaban una nueva era de desarrollo humano.

Occidente entró en una nueva era, pero no fue la Era de Acuario que muchos esperaban (como celebraba la canción «Age of Aquarius»). La reacción a las tendencias liberalizadoras de los años sesenta dio paso al neoliberalismo y a un drástico cambio cultural que se alejó de los valores intrínsecos para acercarse a los extrínsecos. Tras cuarenta años de desregulación, un individualismo orientado al mercado, una desigualdad de ingresos en alza y unas ayudas sociales infrafinanciadas, muchas de esas grandes expectativas no se han cumplido, aunque la esperanza no se abandona necesariamente.

La buena noticia es que esta generación de personas mayores está mejor formada, fuma menos, es más propensa a hacer ejercicio y tiene una esperanza de vida más larga que las generaciones anteriores. Muchos están «envejeciendo bien», un concepto algo problemático (Calasanti, 2016) que, básicamente, significa sin discapacidades o enfermedades, con altas capacidades cognitivas y físicas, y con interacciones significativas con los demás (Rowe y Kahn, 1987). La mala noticia es que un estudio reciente muestra niveles reducidos de la función cognitiva en los *boomers* en comparación con generaciones anteriores (Zheng, 2021).

A esta reducción de la función cognitiva contribuyen una menor riqueza por unidad familiar, una menor probabilidad de haber contraído matrimonio, mayores niveles de soledad, depresión y problemas psiquiátricos, y más factores de riesgo cardiovascular, como obesidad, inactividad física, hipertensión, ictus, diabetes o cardiopatías. Además, se prevé que el deterioro cognitivo será más frecuente a medida que esta población envejezca. La creciente tasa de suicidios también es motivo de preocupación (Krans, 2016).

Los gobiernos y otras instituciones de todo el mundo no están preparados para que tanta gente viva mucho más tiempo en estados de precariedad económica y mala salud. Los esfuerzos para abordar las necesidades de esta población se caracterizan demasiado a menudo por enfoques privatizadores y compartimentados, soluciones tecnológicas, edadismo y un énfasis en la eficiencia para maximizar los beneficios.

En 1971, David Bowie aconsejó a los jóvenes fans de la música que «tuvieran cuidado» porque «muy pronto» iban a «hacerse mayores». Y aquí estamos. Sin embargo, los aspectos del fenómeno fan musical que mejoran la vida —disfrutar de formidables experiencias auditivas, compartir una pasión con otras personas, jugar con las letras de las canciones, examinar artefactos— adquieren todavía más potencia y valor con la edad. El fenómeno de los fans se convierte en otro tipo de recurso que satisface necesidades más diversas.

Tras reconocer que la identidad y la visión del mundo de los *baby boomers* estaban única y extremadamente influenciadas por la música de su juventud, desde que Harrington y Bielby (2010) introdujeran por primera vez las ideas de la gerontología en los estudios sobre el fenómeno fan y animaran a otros a hacer lo mismo, han surgido cada vez más estudios sobre la cultura fan.

Actualmente está experimentando una rápida expansión la literatura sobre el envejecimiento de los fans, gran parte de la cual se centra en cómo el significado, la recreación y la experiencia de la identidad fan cambian con la edad (véanse, por ejemplo, Vroomen, 2004; Bennett, 2013; Kotarba, 2013; Harrington y Bielby, 2017). Estas obras son importantes para nuestra comprensión de la interacción entre los medios, las prácticas de los fans y la identidad adulta en la edad madura. No obstante, ante los 10.000 *boomers* que cumplen sesenta y cinco años cada día (America Counts, 2019), su interacción continua con la música de su juventud es un recurso valioso con amplias implicaciones sociales.

Tomando como punto de partida la obra *Beatlness: How the Beatles and Their Fans Remade the World* (Leonard 2016), mostraré cómo, en el caso de los *boomers*, su experiencia de crecer con los Beatles está almacenada profundamente en su conciencia como un recurso para la resiliencia y el bienestar a lo largo de toda una vida, y que la constante y estrecha interacción con la música y el fenómeno fan musical de esta generación a lo largo de su vida son recursos que pueden aprovechar los propios fans, sus familias y los profesionales sanitarios para prolongar la esperanza de vida, mitigar la soledad, maximizar la participación y mejorar la calidad de vida de esta primera generación de «fans mayores» y de las venideras.

BEATLES Y BOOMERS: UNA RELACIÓN SINGULAR

Los Beatles llegaron a tener un papel en la vida de los fans que no encaja en ninguna categoría existente. Su escala, duración e intensidad la distinguen de otras relaciones parasociales. Muchos decían que los Beatles

no eran simplemente «como» de la familia, sino que eran tan importantes para ellos como la propia familia. Un fan nacido en 1950 lo explicaba así: «Eran más que un grupo de música, eran como los miembros de tu familia. Los sentías muy cercanos y sabías muchas cosas sobre ellos. Eran parte de la familia. Me identificaba con los Beatles profundamente y tenía fe en ellos». Otro fan cinco años más joven admitía: «Tuvieron en mí un impacto tan grande o tal vez incluso más grande que algunos de los miembros más cercanos de mi familia» (Leonard, 2016, p. 255).

Otros tantos afirmaban que los Beatles eran como «padres de alquiler», que llenaban vacíos emocionales y les proporcionaban el consuelo que sus verdaderos padres no podían darles. Una fan nacida en 1949 explicaba: «Mis padres eran alcohólicos y se vivía mucho estrés en casa. Los Beatles eran una válvula de escape, me hacían feliz» (p. 263).

Muchos consideraban que los Beatles «tenían cosas más interesantes y útiles que decir» que cualquier otra persona en su vida. Un fan nacido también en 1949 decía: «Aprendía más de ellos que de mi padre, que siempre me llamaba imbécil. Eran chicos mayores que yo que entendían cosas que yo intentaba entender» (p. 263). Una fan nacida en 1958 cuya madre era «una mujer con carrera profesional en una época en la que ninguna madre trabajaba» decía que ella y sus hermanos se criaron solos y «pasaron mucho tiempo solos escuchando a los Beatles» (p. 263).

Los fans estaban agradecidos por la esperanza que los Beatles les brindaban en tiempos difíciles y «se consolaban sabiendo que existían los Beatles» (p. 255). Un fan nacido en 1950 afirmaba: «Cuando era joven y tenía el deseo de hacerme daño a mí mismo, me alegraban y me hacían feliz. Quería estar vivo para poder escucharlos. Si no hubiera sido por ellos, mi vida habría sido horrible» (p. 264). Un fan nacido en 1949 declaraba: «Me ayudaron a mantener la cordura durante una época turbulenta en la que mi familia sufrió varias muertes y enfermedades. Interioricé cualidades que admiraba en ellos y saqué mucha fuerza de mi identificación con ellos» (p. 256).

Los Beatles brindaron a aquellos jóvenes poco convencionales o con un panorama complicado una forma de ser «aceptados en un grupo por primera vez» y muchos «les siguen estando agradecidos» también por eso (p. 262). Los Beatles eran el amigo que te acepta y «nunca te juzga» (p. 263). Tal como recordaba una fan nacida en 1954: «Fueron mi salvación hasta que pude encontrar gente de verdad que me hiciera sentir como ellos me hacían sentir». Al preguntarle cómo la hicieron sentir, respondió: «Comprendida; me ayudaron a aceptarme tal como era» (p. 263). Los Beatles hacían que los fans se sintieran validados y apoyados como individuos. Como recordaba otra fan nacida en 1952:

En todo lo que hice, todas las fases por las que pasé, los seguí y realmente aprendí de ellos. En mi juventud los consideraba mis amigos. Me hacían sentir especial. A pesar de que no los conocía personalmente, era como si estuvieran ahí (p. 263).

Para un fan nacido en 1957 el mensaje de los Beatles era: «Hay que arriesgarse e ir más allá». Una fan de la misma edad interpretaba: «Defiende tus convicciones» (p. 261). Muchos fans oían a los Beatles decir: “sé tú mismo”, “confía en ti mismo”, “sigue tus sueños”, “no dejes que el mundo te arrastre” y “no tengas miedo a ser diferente” (p. 262).

Fans de todas las edades pensaban que tenían «la edad perfecta para tomar parte». Un fan nacido en 1951 explicaba:

Siempre he pensado que no pude tener más suerte que nacer en el verano de 1951. Estar tan cautivado por ellos era una experiencia adolescente, propia de nuestra generación. Los Beatles fueron y siguen siendo lo más grande y lo mejor que me ha pasado en la vida (p. 258).

Los primeros recuerdos de los *boomers* de mediados y finales de su generación están impregnados de los Beatles. Una fan nacida en 1955 afirmaba: «Mejoraron mi infancia. Me dieron algo a lo que aspirar. Me entretenían, pero también agrandaban mi pequeña burbuja, la hacían más cosmopolita y atractiva.

Hicieron que nos sintiéramos guays, más grandes y mayores de lo que éramos, como que podíamos formar parte de este mundo».

Una fan nacida en 1961, una de las entrevistadas más jóvenes, decía: «Les tengo un fuerte apego porque en el momento en que eran omnipresentes yo me estaba convirtiendo en un ser humano consciente». Pero el impacto en el otro extremo de la franja de edad también fue significativo. Un fan nacido en 1947 comentaba: «Me hicieron cuestionar el logro sin satisfacción».

La gratitud y la alegría se mencionan a menudo. Los fans «no pueden sobrestimar» o «expresar» toda la alegría que les dieron los Beatles. Es un sentimiento del que «nunca querrán desprenderse» (p. 264). Una fan nacida en 1957 expresaba que estaba «programada para la alegría con los Beatles». La emoción predominante también es la alegría para esta fan nacida en 1951: «Me dieron mucha alegría cuando era joven y me la siguen dando» (p. 264). Un fan nacido en 1956 recuerda a los Beatles provocando nuevas emociones: «Siempre sentí en mi corazón que eran muy especiales y significativos para mí. Despertaron algo nuevo en mí: inspiración, entusiasmo, alegría, felicidad» (p. 264).

Los fans citan momentos que, para ellos, capturan lo que una fan nacida en 1961 llamaba «el brillo de la alegría» en su música: el cencerro de «A Hard Day's Night», las palmas de «Eight Days A Week», el efecto Larsen de «I Feel Fine», el bajo distorsionado de «Think For Yourself», el «one, two, three, four, one, two» de «Taxman», el despertador de «A Day In The Life», la armonía de «Because» o, volviendo al principio, Lennon y McCartney cantando al unísono el estribillo de «She Loves You», un disco descrito por una fan como «alegría pura en un trozo de plástico» (p. 264-265).

Es bastante habitual que los fans repitan «crecí con ellos», ya que los Beatles eran omnipresentes durante los años sesenta. Un fan nacido en 1956 recordaba: «Formaban parte del tejido de tu vida, el telón de fondo». Otro fan nacido en 1948 lo describía así: «Te lavabas los dientes, ibas al baño, ibas a clase, escuchabas a los Beatles» (p. 139).

La frase «crecí con ellos» no solo refleja la presencia constante de la banda, sino también cómo estimularon el desarrollo intelectual, emocional, social, estético y espiritual de los fans. Como explica una fan nacida en 1956, «crecí con ellos y gracias a ellos. Sacaban algo nuevo y yo ya estaba lista para recibirlo» (p. 256). Otra fan nacida en 1961 manifestaba: “Como fan de los Beatles, tu mente está abierta a cualquier posibilidad, con más fuerza y mayor rapidez” (p. 257). A través de sus canciones y de su propia búsqueda de una gran repercusión, animaron a los fans a cuestionar y a investigar. Varios fans exponían: «Nos hicieron pensar en las cosas de otra manera» (p. 257).

Lo que producían los Beatles funcionaba como un programa alternativo, un programa en espiral por el que deambular repetidamente, obteniendo algo nuevo cada vez y disfrutando al mismo tiempo de lo conocido. Hoy en día, rondando los sesenta y setenta años, sus fans siguen la misma línea.

Los Beatles mantuvieron a los fans en la zona de desarrollo próximo (Vygotsky, 1978), donde el material situado más allá de su alcance se comprende con la ayuda de las personas mayores. Desde el principio, los fans esperaban que los Beatles les proporcionaran experiencias alegres y envolventes, y al superar repetidamente esas expectativas, los Beatles generaron placer.

Se estableció un reservorio de confianza que garantizaba la interacción de los fans a medida que lo que producía el grupo requería más trabajo. Incluso aquellos que decían estar horrorizados con «Strawberry Fields Forever», quedaban, a pesar de todo, intrigados y seguían escuchando (Leonard, 2017). Los Beatles desafiaron a esta generación de una manera totalmente singular.

El viaje de los Beatles a la India para estudiar meditación en 1968 captó la atención de los fans y la prensa mundial. Muchos fans jóvenes recuerdan pensar que «formaba parte de su mística». Otros pensaban que «necesitaban que alguien les orientara» o que «simplemente ya no querían que se les moles-

tara» (Leonard, 2016, p. 158). Algunos pensaban que los Beatles “tenían la suerte de tener el dinero para viajar a lugares como la India y buscar la verdad, sin importarles lo que pensarán los demás” (p. 158). Un fan que en aquel momento tenía diecisiete años afirmaba que los Beatles «hicieron que todo el mundo pensara en aspirar a la iluminación espiritual» (p. 159).

Recordando el viaje de los Beatles a la India en su cincuenta aniversario, el autor de *American Veda* (2010), Philip Goldberg, explicaba:

Era como si el planeta Tierra se inclinara sobre su eje en febrero de 1968, permitiendo que la antigua sabiduría de la India fluyera más fácil y rápido hacia Occidente. La infusión repercutiría en la atención sanitaria, la psicología, la neurociencia y, sobre todo, en la forma de entender y dialogar con nuestra espiritualidad (Goldberg, 2018).

La espiritualidad sigue formando parte del significado de los Beatles para fans de todas las edades (Leonard, 2021). Sin embargo, los temas espirituales en su música y el fenómeno en sí pueden tener especial relevancia para los fans de mayor edad como recurso para avanzar hacia la gerotranscendencia, una etapa de desarrollo adulto que se analizará más adelante.

Los fans reaccionaron con fuerza ante la noticia de la ruptura de los Beatles en abril de 1970. Una fan que tenía quince años en aquel momento recuerda claramente el día: «Aquel día era la fiesta del cuarenta cumpleaños de mi madre y yo estaba devastada, como si hubiera muerto alguien. Me senté en mi habitación y me puse a llorar. Se me rompió el corazón” (Leonard, 2016, p. 246). Otra fan, también con quince años en aquel momento, explicaba: «Fue como si tus padres se divorcieran; nunca estabas sola en casa y siempre te sentías segura, entonces un día rompen y te quedas devastada». Muchos decían que era «como perder a un miembro de la familia» (p. 246).

Un fan que en aquel entonces tenía quince años recordaba: «Es como si dijeran “empiezan los setenta, estás solo”» (p. 253). Otro fan de dieciocho años en aquel momento lo expresaba así:

Se me rompió el corazón cuando se separaron. Me graduaba en el instituto y me iba a la universidad. Empezaba un nuevo capítulo de mi vida y aquello a lo que podía aferrarme había desaparecido. Tuve que crecer pero seguí llevándolos dentro de mí. Son parte de mí y seguirán siéndolo siempre (p. 253).

LAS PRÁCTICAS DE LOS FANS DE LOS BEATLES

Lo que el publicista de los Beatles Derek Taylor denominó «el mayor romance del siglo xx» (1996, p. 3) continúa en el siglo xxi.

Fans de todo el mundo debaten sobre los Beatles las 24 horas del día en las redes sociales, donde una publicación interesante puede suscitar cientos de comentarios en cuestión de minutos. Estas conversaciones son estimulantes para los fans de todas las edades, pero para los fans de toda la vida, repasar la historia vivida y las experiencias alegres que aún guardan una energía positiva funciona como una especie de terapia de reminiscencia, que se ha demostrado que alivia los síntomas depresivos y mejora el bienestar (Routledge et al., 2016).

Aunque la conexión es virtual, reduce la soledad porque se comparte algo personalmente significativo (Hari, 2018). Además, las experiencias nostálgicas aumentan la confianza y la motivación e interrumpen los patrones de pensamiento que perpetúan la soledad (Abeyta et al., 2020). A menudo considerada como una respuesta reaccionaria al descontento en el presente, la reflexión nostálgica es una forma de acceder a recuerdos significativos del pasado para abordar el futuro con un fin mayor (FioRito y Routledge, 2020).

Aunque la mayoría de los fans que hablan de los Beatles en las redes sociales nunca se han conocido entre sí, o tal vez se ven solo ocasionalmente en eventos sobre los Beatles, el amor compartido por los Beatles es la base de una amistad genuina, incluso entre personas que podrían tener poco más en común. Cuando alguien se enferma o comparte la pérdida de

su padre o su madre o bien de una mascota a la que quería mucho, otros publican sus respuestas sinceras y aparecen carteles para agradecer el apoyo a la “familia Beatle”. Este fan, que solo tenía siete años cuando irrumpió la *beatlemania*, lo expresaba así:

Los Beatles me han alegrado la vida. Mis hijos escuchan a los Beatles, mi casa está llena de recuerdos y música de los Beatles. Me enseñaron sobre el amor y la bondad y cómo la música puede llegar al corazón. Internet me ha conectado con otros fans y con un mundo de nuevas amistades (Leonard, 2016, p. 271)

Los fans comparten fotos de sus habitaciones dedicadas a los Beatles, espacios de refugio contra el estrés de la vida, donde están rodeados de imágenes y objetos con un significado profundamente personal y a la vez compartido. Aunque no todos los fans pueden permitirse el lujo de tener una habitación dedicada a los Beatles, muchos exhiben imágenes de los Beatles en sus casas por las mismas razones que se exhiben las fotos de la familia: para suscitar sentimientos de amor, gratitud y continuidad del yo. El simple hecho de mirarlas de pasada puede ofrecer un momento reconfortante.

Para los fans de la primera generación, los Beatles han sido lo más consistente, duradero e infalible de sus vidas, aparte de su propio sentido del yo continuo, y ambos están entrelazados. Las amistades, los cónyuges y los trabajos van y vienen, los hijos crecen y se van de casa, pero la «cara dos» de *Abbey Road* sigue generando tanto placer —si no más, gracias a la remasterización— como el que generaba hace medio siglo.

El turismo relacionado con los Beatles genera 82 millones de libras (casi 96 millones de euros) anuales para la ciudad de Liverpool y se espera que la economía relacionada con los Beatles siga creciendo durante mucho tiempo en el futuro (Liverpool Echo, 2016). Situar-se en la marquesina ubicada en medio de la rotonda de Penny Lane es reafirmante y satisfactorio porque hace realidad lo que la canción dedicada a esa calle conjuró en la imaginación innumerables veces.

Los fans sienten una combinación de privilegio y humildad al ver las casas de la infancia de los Beatles. El hecho de que estas casas, algunas de ellas bastante corrientes, sean lugares históricos reconocidos (con su distintiva placa azul) reafirma la creencia de los fans en la importancia histórica de los Beatles y su propia sensación de formar parte de la historia. Estos sentimientos son empoderadores y pueden mitigar el edadismo, que considera inadecuado que los adultos puedan seguir siendo fans.

Muchos fans esperan con impaciencia la música remasterizada y se hacen con ella en cuanto está disponible, a pesar de haberla adquirido en muchos formatos anteriores a lo largo de los años. Maquetas y grabaciones descartadas revelan los procesos creativos de los Beatles y permiten entrever los misterios de su trabajo. Las conversaciones distendidas resultan de gran interés porque permiten a los fans hacerse una idea de quiénes son como personas de carne y hueso.

Parte del atractivo de *Get Back*, de Peter Jackson (2021), que documenta la actividad diaria del grupo en las semanas previas a su última actuación en directo en la azotea de Apple Corps el 30 de enero de 1969, es que incluye maquetas, grabaciones descartadas y conversaciones distendidas. La música y las imágenes de los miembros de los Beatles resultan instintivamente conocidas y, sin embargo, siguen resultando nuevas.

Desde 1974, Mark Lapidus reúne a los fans durante tres días de *beatlemanía* en el Fest for Beatle Fans, que se celebra cada año en Nueva York y Chicago. Este festival atrae a fans de todas las edades, de todo Estados Unidos y más allá, para disfrutar de música de los Beatles en directo, mesas redondas, presentaciones de autores, películas, puestos de venta, exposiciones de arte, concursos de preguntas y respuestas, y, lo más importante, para estar con otros fans. Los asistentes afirman que son «tres de los mejores días del año» y que «no pueden pedir mejores vacaciones» que esas (Leonard, p. 272).

Asistir a estos encuentros es un acto de autocuidado. Las prácticas de los fans —compartir algo que consideran significativo, escuchar su música favorita, cantar

en grupo y hacer música, interactuar con las letras, evocar recuerdos, moverse al ritmo de la música— son beneficiosas para la salud. Los montones de fans que hacen cola desde la madrugada para entrar un concierto puede que pierdan horas de sueño, pero están previniendo el deterioro cognitivo para un envejecimiento saludable (Román-Caballero et al., 2018).

UN RECURSO PARA EL BIENESTAR

Documentales como *Alive Inside* (Rossato-Bennett, 2014) y las obras de Daniel Levitan (2019) y Oliver Sacks (2007) han sensibilizado al público sobre el poder de la música. Sin embargo, la complicidad de los *boomers* con los Beatles y otras músicas a lo largo de toda una vida es un recurso infrautilizado para abordar el deterioro cognitivo y otros problemas de salud.

Las actividades musicales de ocio y la musicoterapia pueden ser muy beneficiosas para el funcionamiento cognitivo, motor, emocional y social de las personas que viven un envejecimiento normal, pero también de las que padecen enfermedades neurológicas como derrames cerebrales o demencia (Särkämö 2018). El simple hecho de escuchar su música favorita mejora la plasticidad cerebral y puede tener efectos duraderos (Fischer et al., 2021).

Para muchos fans de la música que ahora rondan los sesenta y setenta años, la práctica de escuchar música se fue desvaneciendo poco a poco a lo largo de los años debido al trabajo y las responsabilidades familiares. Hoy en día, el edadismo interiorizado puede inhibir a los *boomers* de expresar entusiasmo por la música de su juventud por no parecer apropiado para su edad. Una fan nacida en 1953 que pasó «largos períodos de tiempo desvinculada de los Beatles» (Leonard 2016, p. 270) se dio cuenta de que en su vida faltaba una fuente importante de alegría.

Un estudio de 2016 concluía que los *millennials* escuchan un 75 % más de música que los *boomers* (Resnickoff, 2016). Más recientemente, un estudio realizado en 2019 por Deloitte revelaba que solo el 20 % de los

boomers se suscriben a algún servicio de música en *streaming*, además de ser los que menos valor dan a este tipo de servicio de entre todos los grupos de edad (Ciampa, 2019). No se ofrecen los motivos, pero es una cuestión interesante como objeto de investigación. Tal vez los *boomers* perciban un agente no deseado que interfiere en su relación íntima con la música. En la experiencia de música en *streaming* no hay carátulas ingeniosas ni notas que las acompañen, lo que quizás genera menos atracción para algunos. El estrés tecnológico también podría ser un factor (Nimrod, 2018).

Basándome en mi propia experiencia como voluntaria que trabaja con personas sanas de más de setenta años que viven solas en la comunidad, las personas de esta edad tienen un enorme interés por aprender a escuchar música en *streaming* y crear listas de reproducción. Te dirán con entusiasmo quiénes son sus artistas favoritos. Los servicios de música en *streaming* como Spotify deberían plantearse ofrecer descuentos a la gente mayor, como hacen con los estudiantes.

El musicólogo Even Ruud considera la música un «inmunógeno cultural», algo que la gente usa en su vida cotidiana para mejorar su salud y bienestar (Ruud, 2013). Pensando en los millones de mayores cuyo bienestar mejoraría si volvieran a conectar con los Beatles o con cualquier música que les guste, se me ocurren varias estrategias.

Los hijos, ya en edad adulta, podrían asegurarse de que sus padres, sobre todo los que viven solos, tengan un acceso sin fricciones a su música favorita. Y aunque pueda parecer menos importante que los números de la seguridad social y las contraseñas, sus hijos deberían saber a qué canciones responderían mejor unos padres que se van haciendo mayores. Esta información es importante para los musicoterapeutas que trabajan con enfermos de Alzheimer o apoplejía, que no pueden comunicarse pero responden a la música almacenada en la memoria.

En los centros de atención primaria, los profesionales podrían dedicar un momento a preguntar a las personas mayores si tienen acceso a la música y animarles a

escucharla con regularidad. Además de los beneficios para la salud que tiene el hecho de que los pacientes se sientan atendidos de forma personal y holística, podría acelerar un cambio cultural, empezando por esta primera «generación del rock», que fomenta sistemáticamente la música para el bienestar y la integre en las prácticas asistenciales cuando corresponda.

Los miembros de la familia también podrían asegurarse de que los seres queridos que tienen ingresados en residencias tengan acceso a la música, aunque deban facilitársela ellos. Los estudios muestran que una actitud basada en «asear y dar de comer» o «estar demasiado ocupado» es un obstáculo para el uso terapéutico generalizado de la música, pese a saberse sus conocidos beneficios tanto para los residentes como para el personal que trabaja con ellos (Garrido et al., 2021, p. 1197). Presentarse ante estas personas mayores con el álbum de recortes de los Beatles que atesoraban en su adolescencia, u otros recuerdos, podría activar su memoria y fomentar la comunicación.

Puesto que el oído es el último sentido que se pierde, nuestra música favorita también puede aliviarnos el proceso de morir. Tal como observa Harrington en su estudio sobre el fenómeno fan y la manera de afrontar la muerte en Estados Unidos, «el potencial de las identidades y prácticas como fan se mantiene hasta el momento de la muerte» (2019, p. 197).

La música también es útil para el tratamiento del dolor y no tiene efectos secundarios. Según la investigación de Tia DeNora sobre la música como medio de conciencia y «tecnología de la salud», las personas que padecen enfermedades crónicas pueden utilizar la música para «infundir valor» y una actitud diferente ante el dolor (2015, p. 112). Tal vez añadiendo musicoterapia a los planes asistenciales se podría mitigar la “epidemia silenciosa de dolor crónico en los mayores” (Domenichiello y Ramsden, 2019) y el problema asociado de la polifarmacia (Yeager et al., 2020).

Las plataformas de aprendizaje social en línea han sido eficaces para conectar a la gente mayor con sus intereses compartidos, mitigando así el impacto nega-

tivo del aislamiento social al que obligó la pandemia (Heape, 2021). Yo misma dirigí un ciclo de 12 semanas titulado «Creciendo con los Beatles» en una de esas plataformas donde los participantes compartían historias mientras escuchábamos música, analizábamos imágenes y nos desplazábamos por la línea temporal de los Beatles y eventos históricos contemporáneos.

Al igual que las placas azules conmemorativas que identifican las casas de los Beatles, estas conversaciones —entre personas que técnicamente no se conocían, pero en realidad sí— son empoderadoras porque aproximan a los *boomers* a eventos de la conciencia colectiva que también son suyos de manera singular; eventos que vivieron y presenciaron. Estas sesiones se sirven de las ricas vetas de recuerdos profundamente almacenados y ofrecen oportunidades para conocer el pasado de uno mismo, añadiendo continuidad y coherencia a la narrativa personal de los participantes.

La edad aporta un aspecto emotivo a la reflexión, a menudo con una mayor espiritualidad y un movimiento hacia la gerotranscendencia (Tornstam, 2011). Con esta etapa de desarrollo se originan mayores sentimientos de conexión con las generaciones pasadas y futuras, menos apego a la identidad egoica y un alejamiento de las preocupaciones materialistas y las relaciones superficiales. La gerotranscendencia también puede traer consigo una «inocencia emancipada», un estado alegre y desenfadado en el que apenas preocupa el juicio de los demás.

La musicoterapeuta Faith Halverson-Ramos utiliza la música de diversas maneras para ayudar a la gerotranscendencia y señala que los temas espirituales de las canciones de los Beatles, como «The Word» y «Within You Without You», pueden calar especialmente en la generación *boomer* (2019).

Nuestros mayores no han dejado de ser fans de su música y eso también sugiere nuevos modelos de vida en comunidad tras la jubilación. El noventa por ciento de los *boomers* quiere «envejecer en casa» a pesar del coste potencialmente alto de hacerlo (Khalfani-Cox, 2017) y muestran poco interés en las comunidades

tipo de mayores de 55 años (Geber, 2021). Las comunidades basadas en la identidad de los fans pueden ser la respuesta, como evidencia el éxito de los complejos vacacionales Margaritaville de Jimmy Buffett (Regan, 2021), aunque muchos *boomers* considerarían esta estética y estilo de vida prohibitivos, poco atractivos o ambas cosas.

Basándose en su estudio sobre los fans entrados en años del grupo Grateful Dead, Adams y Harmon (2014) han explorado la posibilidad de una comunidad intencional de jubilados para fans de los Grateful Dead, y concluyen que una comunidad basada únicamente en el gusto musical podría no ser lo suficientemente atractiva, aunque podría servir como filtro inicial para identificar subcomunidades (Adams y Harmon, 2018).

Del mismo modo, podríamos imaginar una comunidad de jubilados fans de los Beatles como filtro inicial para identificar subcomunidades (Leonard, s.f.). En Estados Unidos, las comunidades restringidas por edad se rigen por la regla de proporción 80/20, por lo que las comunidades de jubilados basadas en la cultura fan serían intergeneracionales, con importantes beneficios para todos los implicados (Jacobs, 2021).

Millones de *boomers* crían a sus nietos, crean negocios y trabajan como voluntarios en sus comunidades. Muchos están jubilados y prosperan; otros muchos tienen dificultades. Han dejado atrás las grandes expectativas de su juventud, pero no han abandonado la esperanza. Muchos quieren mantenerse sanos y activos, trabajando junto a los jóvenes para preservar la democracia y un planeta habitable.

No estoy sugiriendo que la música o la *beatlemania* sean las claves para la salud y la felicidad de los mayores de hoy en día, o que puedan mitigar los estragos del neoliberalismo o de un estilo de vida poco saludable (Shen 2019), pero sabemos que la actividad de los fans y el hecho de escuchar su música favorita aportan hoy —igual que hace medio siglo— alegría y un mayor bienestar a la vida de los *boomers*, por lo que quienes los cuidan y se preocupan por ellos deberían fomentarlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abeyta, A. A., Routledge, C. y Kaslon, S. (3 de junio 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., y Harmon, J. (2014). The Long Strange Trip Continues. En C. L. Harrington, D. Bielby, y A. Bardo. (eds.), *Aging, Media, and Culture* (capítulo 9). Londres: Lexington Books.
- Adams, R. G., y Harmon, J. (2018). Intentional Sub-communities and Identity Continuity Among Baby Boomers: Grateful Dead Fans. En R. A. Cnaan y 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?* Filadelfia, 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 de agosto 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*. Nueva York: Routledge.
- Domenichiello, A. F., y 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., y Routledge, C. (3 de junio 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.;
- Garrido, S., Markwell, H., Andreallo, F., y 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=mmin_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 mayo de 2021.
- Goldberg, P. (2010). *American Veda: How Indian Spirituality Changed the West*. Nueva 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*. Nueva York: Bloomsbury USA.
- Harrington, C. L., y Bielby, D. D. (2010). A life course perspective on fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 13(5), 429-450.
- Harrington, C. L., y Bielby, D. D. (2017). Aging, fans, and fandom. En M. A. Click, y 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* [película]. Walt Disney Studios; Apple Corps; Wingnut.
- Jacobs, K. (2021). Don't Mind the Gap in Intergenerational Housing, *The New York Times*, 2 de septiembre 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 febrero 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 diciembre 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>
- Krznaric, R. (2020). *The Good Ancestor: A Radical Prescription for Long-Term Thinking*. Nueva York: Experiment Publishing.
- Leonard, C. (s.f.). candyleonard.com/projectblackbird
- Leonard, C. (2016). *Beatlessness: How the Beatles and Their Fans Remade The World*. Nueva York: Arcade.
- Leonard, C. (26 de enero 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 febrero 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. Wn Ken Womack & Kit 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 febrero 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 julio 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 junio 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, Rafael; Arnedo, Marisa; Triviño, Mónica y Lupiáñez, Juan. (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* [película]. Projector Media.
- Routledge, C., Roylance C., Abeyta A. A. (2016). Nostalgia as an Existential Intervention: Using the Past to Secure Meaning in the Present and the Future. En: Russo-Netzer P., Schulenberg S., Batthyany A. (eds.), *Clinical Perspectives on Meaning*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-41397-6_17
- Rowe, J. W. y Kahn, R. L. (1998). *Successful Aging*. Nueva 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*. Nueva York: Knopf.
- 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).
- 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*. Nueva York: Simon and Schuster.
- Tornstam, L. (2005). *Gero transcendence: 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., 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). Nueva 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*, volumen 76 (8), 1652-1663. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa107>

NOTA BIOGRÁFICA

Candy Leonard

es autora de *Beatleness: How the Beatles and Their Fans Remade the World* (Arcade, 2014; 2016) y ha escrito sobre la *beatlemania*, los *boomers* y la cultura pop para varias publicaciones, incluyendo volúmenes académicos sobre los Beatles. Es investigadora independiente y doctora en Sociología por la Universidad de New Hampshire, a lo que se suma su máster en Desarrollo Humano en Teachers College, Columbia (Nueva York).



