

Música e identidades juveniles. La llegada del *Liverpool Sound* a la Mallorca de los años sesenta

(Music and youth identities. The arrival of the
Mallorca Liverpool Sound of the sixties)

Vicens Vidal, Francesc

CESAG. Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez. Univ.
des Illes Balears. Costa de Saragossa, 16. 07016 Palma de
Mallorca
fvicens@cesag.org

Recep.: 15.11.2012

BIBLID [ISSN: 1137-4470, eISSN: 2174-551X (2013), 20; 343-361] Acep.: 25.06.2013

Este artículo es un estudio de caso de cómo el fenómeno global de las industrias culturales de la música pop tuvo su expresión durante la segunda mitad de los años sesenta en la isla de Mallorca. En dicho contexto, la influencia de la música beat anglosajona dio lugar a manifestaciones sociales y sonoras que posibilitaron nuevas maneras de ser adolescente.

Palabras Clave: Identidad juvenil. Beat. Años 60. Conjuntos de versiones. Mallorca.

Artikulu honetan pop musikaren kultura-industrietako fenomeno orokorra hirurogeiko hamarkadaren bigarren erdian Mallorcako irlan nola hedatu zen aztertzen da. Testuinguru horretan, beat musika anglosaxoiaren eraginaren ondotik, adierazpen sozial eta musikal berriak hedatu ziren, nerabe izateko modu berriak zilegitu zituztenak.

Giltza-Hitzak: Gazte-identitatea. Beat. 60ko hamarkada. Bertsio-sorta. Mallorca.

Cet article est une étude de cas sur la façon dont le phénomène mondial des industries culturelles de la musique pop s'est exprimé dans la seconde moitié des années soixante sur l'île de Majorque. Dans ce contexte, l'influence de la musique beat anglo-saxonne a déclenché des manifestations sociales et sonores qui ont permis de nouvelles manières d'être adolescent.

Mots-Clés : Identité juvénile. Beat. Années soixante. Groupes des versions musicales. Majorque.

1. INTRODUCCIÓN: PANORAMA MUSICAL DE LA MALLORCA DE LOS AÑOS 60¹

De todos los estilos que configuraron los repertorios musicales de la década de los sesenta hubo uno que destacó por encima del resto: el *beat*. Este término, calcado del inglés, sirvió de manera genérica para definir las cualidades modernas de los conjuntos de moda que tenían sus referentes puestos en los modelos musicales anglosajones y americanos.

Beat significa pulsación y hace referencia a una cualidad estética propia de la música *pop* surgida en el Reino Unido a principios de los años sesenta para referirse a grupos como Los Beatles, Los Kinks o Los Animals. El sonido de las guitarras eléctricas y la especial sincronización del bajo eléctrico y la batería caracterizaron el timbre de esta música. La parte vocal recuerda el *Doo-wop* con acompañamientos vocales que articulan sílabas rítmicas desprovistas de significado. El término se utilizó para referirse a la música popular anglosajona de los sesenta y por extensión al estilo que adopta esta estética.

En España, locutores interesados por la música moderna que llegaba de fuera empezaron a poner los discos que caían en sus manos. Miguel Soler, locutor de la Cadena Ser en Radio Mallorca durante la primera mitad de los sesenta, comprendió que para hacer un programa de actualidad y moderno debía estar al día de la música que movía el mercado internacional².

Entonces, la recepción de la cultura popular global en España se realizaba con dos o tres meses de retraso respecto el resto del mundo occidental. La aparición progresiva de esta música dentro de espacios radiofónicos propició que los conjuntos, que entonces ofrecían un repertorio que oscilaba entre la canción melódica y el folclore regional, comenzaran a integrar versiones del mundo *pop* anglosajón en sus actuaciones.

En este contexto la recepción de la música moderna en Mallorca debe entenderse como la alternativa real a la copla, prácticamente el único género con audiencia antes de la década de los sesenta. La coexistencia de diferentes estilos musicales permitió que muchos grupos de música moderna también asimilaran este repertorio de substrato. Igualmente, salas de fiestas hasta entonces dedicadas exclusivamente a los espectáculos flamencos asumieron la nueva música, alternando la programación habitual con galas juveniles.

1. Este artículo forma parte de una investigación más amplia que tiene como objeto las diversas influencias del turismo en la cultura popular de la Mallorca de los años sesenta. Para llevar a cabo esta investigación me he basado, principalmente, en dos fuentes: el testimonio oral de los protagonistas de la época y el catálogo discográfico de conjuntos mallorquines comprendido entre los años 1964 y 1969. Los testimonios de la época han sido entrevistados en diálogos activos y sistemáticos realizados a una decena de personas entre músicos, empresarios, productores y periodistas que tuvieron un papel activo en el panorama musical isleño durante la segunda mitad de los años 60. Mientras que un buen número de registros discográficos están editados (Font – Vico – Pardo, 2006: 19 y ss).

2. Las aportaciones asociadas a Miguel Soler se deducen de las entrevistas realizadas los días 21 y 27 de abril de 2012.

Podemos hablar de la recepción de la música *beat* en Mallorca en cuanto que la música que triunfaba entre los jóvenes del mundo anglosajón y norteamericano, desde finales de la Segunda Guerra Mundial, empezó a interesar a los jóvenes isleños. La tradición del turismo británico, desde la década anterior, permitió una comunicación fluida con Inglaterra, vía Londres, considerada entonces la capital europea de la cultura popular. Este hecho facilitó la presencia masiva de visitantes extranjeros, sobre todo del norte de Europa, Inglaterra y Escandinavia, que vivían, se comportaban y se relacionaban a los ojos de los mallorquines según pautas de conducta progresista, moderna y liberal.

Por lo referente a las comunicaciones exteriores, Mallorca se situaba en un plano privilegiado en relación con el resto del Estado español. Esta apertura permitió identificar un modelo social extranjero que servía de alternativa social y cultural a la del sistema franquista. Algunos autóctonos comenzaron a imitar los códigos de socialización que observaban de los visitantes extranjeros.

Como resultado se dio un sistema de fricciones y de intercambios que se manifestó en múltiples ámbitos de la sociedad isleña: desde el crecimiento del sector turístico y la creación de una industria cultural propia hasta la adopción de una estética global o el enlace social y conyugal entre mallorquines y extranjeras.

Dentro del ámbito de la cultura popular es preciso notar cómo, rápidamente, la vida musical isleña devino un espacio repleto de referencias *beat*. Una de las cosas más llamativas de la prensa de la segunda mitad de los años sesenta es la recurrencia del término *beat* entre las noticias musicales de entonces. A partir del año 1964 y en adelante, *beat* aparece para designar los conjuntos musicales juveniles llegados con la afluencia de la cultura anglosajona. El término está presente en festivales (*Festival Beat 66*), grupos musicales (*The Beatnick's*) y en publicaciones del mundo musical especializado (*Fans, Fonorama* o *Discóbolo*).

Los conjuntos musicales isleños pusieron el punto de mira en los grupos que mejor representaban las cualidades *beat*. Su influencia no solamente se hizo evidente en la imitación de las canciones sino también en la asimilación de la indumentaria, los instrumentos musicales, la gestualidad y la expresividad. Grupos como Los 5 del Este, Grupo 15, Los Bohemios, Los Talayots o Los Beta Quartet nacieron como fruto de la asimilación de determinados grupos extranjeros. Vestían con americana y pajarita, dejaban crecer sus flequillos e impresionaban con sonidos amplificados de guitarras eléctricas. Se iniciaba un *rock & roll* masculino de factura isleña al mismo tiempo que entre los jóvenes se asimilaba un rol *beat*.

La iconografía de portada de los vinilos que se grabaron entonces es un ejemplo más de la asimilación de dicha estética. Un ejemplo de ello son las imágenes que realizó Jonny J. Louis, nombre artístico del fotógrafo palmesano Joan Josep Lluís, quien realizó toda una serie de fotografías a los conjuntos autóctonos que denotan gran sensibilidad por la nueva pauta.

El resultado denota un concepto de la composición muy coherente con los cánones *pop* de la época. La tendencia de adoptar una imagen moderna y cosmopolita se hizo extensible a la mayoría de bandas que grabaron discos y que tenían representante.

A medida que avanzaba la década las portadas fueron adquiriendo una pose más informal que consolidaba una imagen de camaradería y complicidad entre los músicos. Dicha imagen coincidía con la puesta en escena de los grandes grupos de la escena global que, como Los Beatles o Los Kinks, se mostraban amigables y cercanos. De esta manera, las bandas locales progresivamente se asemejaban a quienes imitaban.

El éxito de esta fórmula generaba gran rentabilidad en el mercado económico de Mallorca. Las relaciones entre productores, músicos y audiencias se consolidaban a favor de un sistema que prometía prosperidad para los negocios de la industria cultural. Tiendas especializadas abrían sus puertas para atender las demandas de este mercado, proveyendo de la mejor tecnología a los que se iniciaban en el mundo de la música popular.

Los fabricantes de marcas multinacionales –Marshall, Gibson, Fender, Hammond, Farsifal– estaban a disposición de las bandas locales. Dichos instrumentos definían los timbres de las grandes estrellas y posibilitaba sonar igual que en los discos de sus grupos favoritos.

La asimilación de la estética del sonido de los sesenta fue posible también gracias al aprovisionamiento de estos recursos por parte de las tiendas de música. El sonido Hammond para teclados, Fender para bajos y guitarras o Ludwig para baterías eran la apuesta tímbrica de los grupos isleños para encarnar una identidad musical bien definida. Las sonoridades representaban los valores con que se identificaban y poseerlos era un signo diferencial de modernidad, prestigio y distinción. Otros negocios estuvieron dedicados al espectáculo vistiendo y diseñando infinidad de conjuntos emergentes. La mayoría de grupos isleños de la década de los sesenta deben parte de su indumentaria a la sastrería de Maties Covas. La fuente de inspiración de los cortes que confeccionaba la firma procedía de productores y representantes que tenían una idea preconcebida de aquello que querían mostrar. Otros, simplemente seguían los patrones de la accesible iconografía que invadía los ámbitos de ocio juvenil.

La retórica popular de las bandas mallorquinas de entonces se hizo muy visible en el repertorio que seleccionaban tanto para sus actuaciones en directo como para sus grabaciones discográficas. Las versiones, *covers*, se convirtieron en la pauta que identificaba el conjunto y que recreaba la estética de los grupos de quien querían asemejarse.

Formaciones como Los Beatles, Los Rolling Stones o Los Beach Boys representaban el elenco del mercado internacional y sus canciones eran ampliamente conocidas. Representaban la pauta y el paradigma de la modernidad juvenil a escala global. El creciente interés por los grupos procedentes de fuera se dio gracias a la influencia de los medios de comunicación. Estos, abiertos a la cultura de masa, eran el canal que articulaba la información. A través de

la radio, el cine, la televisión y la prensa periódica los referentes extranjeros se iban creando un sitio, cada vez mayor, dentro del panorama de la sociedad. Mientras tanto, fans y músicos se fascinaban con las nuevas propuestas. Los productores promocionaban conjuntos y los periodistas captaban audiencias.

En Mallorca, Radio Popular y la Cadena SER –a través de Radio Mallorca– jugaron un papel decisivo en este proceso de asimilación de referentes externos. Los programas, decisivos en la radiodifusión de la nueva música, permitieron que en dos minutos y medio de emisión el artista expresase deseos, obsesiones e ideales de amor que hacían volar la imaginación del oyente. Este aspecto, juntamente con el incremento del consumo de la producción, supuso un avivamiento de la vitalidad regional. Los chicos se peinaban con brillantina, formaban conjuntos, y organizaban reuniones; mientras, las chicas, sumisas y aplicadas, cantaban las canciones y suspiraban por sus cantantes preferidos, quedando su rol relegado al papel del admiradoras y fuente de inspiración.

Torneo en Microsurco, el programa de radio que producía Miguel Soler para Radio Mallorca, fue uno de esos espacios radiofónicos que daba a conocer los grupos modernos de la escena internacional, estatal y local. El programa se convirtió en una importante plataforma de difusión de música popular en la que los grupos mallorquines compartían espacio radiofónico con otros de la escena internacional. En dicho programa se emitía el repertorio juvenil de entonces que se caracterizaba por una consecución aleatoria de elementos de procedencia global (Los Beatles, Los Rolling Stones, Los Animals) e isleña (Los Beta Quartet, Los 5 del Este, Grupo 15, Los Javaloyas). Esta tensión –global versus local– posibilitó una experiencia musical única. El hecho de compaginar elementos de diversa procedencia contribuyó a crear un repertorio de audiencia que se caracterizó por la obviedad de los límites entre la música que se hacía en la isla y la que procedía de fuera.

Para los radioespectadores la delimitación entre músicas de procedencia foránea y música mallorquina no era tan evidente por el hecho de que ambas músicas se difundían por el mismo canal, sin distinciones, contribuyendo a formar el bagaje colectivo de la audiencia autóctona.

Los programas de la Mallorca de entonces se nutrían principalmente de tres fuentes:

- a) Los discos que las grandes compañías como EMI, Phillips o La Voz de su Amo enviaban a los productores de más audiencia.
- b) Las suscripciones a publicaciones musicales especializadas como *Variety* (EUA) y *Top Ten* (Inglaterra).
- c) La música que emitían los realizadores de las emisoras de radio más importantes del país.

Por ejemplo, Raúl Matas en Madrid o Ribas Castro en Barcelona estaban al día de las novedades musicales extranjeras que triunfaban alrededor

del mundo occidental. Estas personas conocían de primera mano cuáles eran los temas internacionales que triunfaban en Inglaterra, Estados Unidos y América Latina, y los proponían a los grupos. Gracias a los contactos que mantenían los representantes con los productores y presentadores de las principales cadenas estatales, podían estar informados de los éxitos internacionales³.

Por otra parte, podemos destacar los esfuerzos de las pequeñas emisoras para intentar agrandar los fondos discográficos. Estas acciones contribuyeron notablemente a la difusión de los nuevos conjuntos y a dinamizar el panorama musical isleño. El afán coleccionista era imprescindible para dotar la emisora de los discos del momento. El vinilo era el objeto impulsor de las bandas por el hecho de que en el disco se representaban a sí mismas. La producción de vinilos estaba en alza y se debía potenciar su consumo. Entonces, la industria discográfica jugó un papel decisivo ya que posibilitaba experiencias diversas. Por una parte, la creación del vinilo –en las modalidades SG (*single*), EP (*extended-play*) y LP (*long-play*)– generó una dinámica económica que favorecía el enriquecimiento de diferentes agentes del sector: artistas, compañías, distribuidores, productores, salas de fiestas, fotógrafos, negocios de discos, etc. En Palma la creación del sello Fonal revitalizó la producción discográfica de conjuntos más modestos⁴. Paralelamente, las compañías estatales e internacionales se interesaban por las bandas mallorquinas que tenían más éxito. De todas ellas Los Javaloyas, Los Valldemosa, Los Z-66, Los Beta Quartet y Los 5 del Este fueron los que gozaron de más proyección nacional. Estas, tuvieron la oportunidad de grabar con distintas compañías de Madrid y Barcelona, cosa que contribuyó favorablemente a su carrera más allá de Mallorca. Algunas de ellas obtuvieron éxitos notables como el caso de Los Z-66 con “Noches de blanco satén” (versión del tema “Night’s of white satin” de Los Moody Blues). La canción fue grabada por Emi Regal en 1968 y obtuvo buenas posiciones en las listas superventas, superando la cifra de los cinco mil ejemplares vendidos en todo el Estado y manteniéndose por encima de las ocho semanas en el número 1 de las listas superventas.

Belter e Hispavox, a nivel nacional y La Voz de su Amo, Phillips y Emi Odeon, a nivel internacional, eran los sellos de una industria mundial que reproducía los esquemas de producción con los grupos mallorquines. La distribución de los discos corría a cargo de la compañía, hecho que aseguraba una difusión alrededor de los principales focos de consumo. El encaje de la grabación, espontáneo y a menudo imperfecto, era de una sola toma y de

3. Es el caso de “Nuestro juramento”, tema del cantante ecuatoriano Julio Jaramillo, que grabaron Los Javaloyas (La Voz de Su Amo 1964 y 1966) después de que su representante de entonces, Miguel Soler, valorase la manera de difundir el gran éxito que la canción había obtenido en América Latina.

4. Entre 1964 y 1970 Fonal grabó los temas de los grupos Bernardo Bernardini, Los Casanovas, Els Calafat, Luxor Combo, Los Oliver’s, Los Macovals, Los Millonarios, Los Massot, Los Romantics, Los Talayots, Los Vulcanic’s, Grupo GT o Los Panderos. Algunos de ellos, como Los Massot, hicieron toda su carrera discográfica con el sello mallorquín fundado por Miguel Aller.

todas las pistas a la vez. Por este motivo, la música grabada era verdaderamente el testimonio real de cómo sonaban en directo.

En Palma, a la vez que el vinilo se convertía en una industria multinacional solvente, las tiendas de discos abrían sus puertas al negocio discográfico⁵. El negocio crecía firme por el hecho de que el vinilo se estaba convirtiendo en un objeto de consumo cotidiano en diversos ámbitos de la cultura popular. Por una parte se hacía un uso público en salas de fiestas, *night-clubs*, discotecas, emisoras de radio, y por otra parte, se aprovechaba en el ámbito privado en reuniones y audiciones en *pick-ups*. Todo ello incentivaba el afán coleccionista. Si tenemos en consideración que a finales de los años sesenta el *pick-up* formaba parte del mobiliario doméstico de muchas familias de clase media, un indicador relevante de la recepción de la música popular en Mallorca fueron las colecciones de vinilos de uso doméstico.

El vinilo ejerció una función activa en la creación de nuevas identidades juveniles. Los modelos estéticos referenciales de la cultura angloamericana se reflejaban en muchos aspectos en el vinilo como objeto emblemático de la cultura *pop*. Esto era así en cuanto que el disco de vinilo contenía una carátula donde se plasmaba en imágenes aquellos rasgos que irradiaban modernidad: peinados, vestidos, actitudes, composiciones, temas que se versionaban, etc. Al mismo tiempo, los nuevos locales de ocio, la edición de revistas especializadas en música y cine, iban configurando esta nueva identidad juvenil. También la proyección de películas musicales, la reproducción de música desde los hogares y los medios de comunicación cerraban un círculo en el centro del cual el adolescente no tenía más remedio que ejercitar una mirada múltiple y selectiva en función de sus intereses.

En los medios de comunicación cabe destacar la prensa especializada que abría una vía de consumo adolescente sin precedentes. Dichas publicaciones, caracterizadas por ediciones muy económicas, con impresiones de mala calidad, acercaban al fan a un mundo reservado a los artistas, las estrellas mediáticas y la inaccesible alta sociedad. Estas publicaciones informaban de las excentricidades y particularidades de los ídolos, incrementaban la mitomanía por los famosos y ofrecían pautas de comportamiento fan adolescente. Este tipo de producto, permitió establecer un vínculo de identificación emocional entre el individuo y el artista.

En estas publicaciones los famosos se mostraban cercanos y accesibles, eran el medio por el cual el fan podía permitirse construir una imagen de sí mismo, una identidad propia. *Discóbolo*, *Disco Express*, *Fans*, *Mundo Joven* o *Fonorama* fueron los títulos especializados que difundieron de manera más exhaustiva el mundo de Los Salvajes, Los Sírex, Lone Star, Los Javaloyas, Los 5 del Este, Los Beatles, Los Rolling Stones y Los Byrds. A pesar de que las publicaciones de más tirada se editaban en la Península, se distribuían

5. Discos Castellà, Radio Borne, Japón en Los Ángeles y Discolandia (propiedad de Ramón Arcusa del Dúo Dinámico y participaciones de Miguel Soler) fueron algunos de los negocios de discos de Palma.

periódicamente en los quioscos de la isla. En Mallorca la prensa especializada tuvo su equivalente en los apartados de sociedad de la prensa escrita que se editaba en la isla. Allí se dedicaban espacios completos al mundo juvenil en general y al de la música en particular⁶.

Naturalmente, estos apartados constituyen una de las fuentes primordiales de la música popular en la Mallorca de los años sesenta. Estas secciones, de frecuencia semanal, daban a conocer a los grupos musicales de nueva creación. El hecho que algunos de estos reporteros fueran representantes de conjuntos musicales permitía que las columnas fueran de gran actualidad⁷.

Mallorca tuvo un papel destacado en el marco estatal en relación a la organización de festivales juveniles. En algunas ocasiones la relevancia internacional de los grupos invitados situó la isla a la altura de los escenarios de Madrid, Barcelona o Londres. Algunos de estos festivales supusieron hitos de la época. Fue el caso del *Festival Beat 66*, celebrado en Palma el verano de 1966, momento en que Mallorca vivía uno de sus capítulos más mediáticos del panorama popular de la década. La actuación de Los Kinks en la plaza de toros de Palma fue el primer macroespectáculo destinado exclusivamente al público juvenil. A pesar de no alcanzar el éxito esperado, la actuación de Los Kinks no se convirtió en un caso aislado ya que por los escenarios mallorquines también pasaron Rory Storm and The Hurricanes, anunciados como los rivales más directos de Los Beatles (1964), Los Animals de Eric Burdon (1966) considerados por la crítica popular, juntamente con Los Kinks, dos de los grupos referenciales de la historia del *beat*.

Para los sectores más conservadores, estos grupos eran de dudosa reputación y a menudo eran objeto de descalificaciones. El debate de opinión que generaban estos espectáculos y el conflicto intergeneracional entre jóvenes y adultos quedaba en evidencia. Esta fue la característica inevitable que marcó el impacto del *rock & roll* en la sociedad del mundo occidental. Dicho conflicto aparece descrito en los manuales de música como uno de los argumentos más consensuados de los orígenes de la música popular. De esta manera, quedaba bien definida la identidad de los jóvenes que absorbían la nueva cultura y convergían con los modelos de realización personal que les servía el entorno.

Dentro de este contexto –y sobre la base de un concepto simbólico de resistencia y rebelión que en España se dio bajo las circunstancias del fran-

6. La revista *Cort*, “El Torneo del Disco” del rotativo *Última Hora* y “Ritmo en 2 x 3” del *Diario de Mallorca* dedicaban espacios semanales a tratar aspectos de la cultura musical popular. Estos apartados estaban firmados por periodistas que se especializaron en el mundo juvenil. En estos espacios encontramos desde reportajes de los Beatles hasta reseñas de las novedades discográficas más relevantes de Los Javaloyas o Grupo 15, noticias de conjuntos españoles emergentes o el estreno de películas yé-yé.

7. Miguel Soler fue uno de los personajes más relevantes y pioneros de la época por su notable implicación en el negocio de la industria cultural *pop*. Destacó por sus diversas facetas en el mundo de la música y especialmente en la organización de eventos de gran magnitud.

quismo– se posibilitaron nuevas prácticas musicales. Estas prácticas fueron acompañadas de una indumentaria específica que sirvió para orientar y reafirmar la identidad del colectivo juvenil.

Consecuentemente, la cultura popular supuso la oposición a los modelos de vida tradicional, incitando al cambio. La liberalización juvenil estuvo muy ligada a la retórica de la música del momento que promovía un mensaje de acuerdo con el goce de la vida. Estas actitudes se manifestaban en espacios lúdicos. Bailar, ir en motocicleta, enamorarse y ser feliz eran las actitudes juveniles que se profesaban. De esta manera el término *beat* se traducía por ciertas ansias de libertad por la vida. Esta mentalidad era considerada del todo irreverente. Por ello Sebastián Tries Mercant, ganador del II Premio Nacional del Concurso Problemática Juvenil consideraba los *beatnik's* dentro la categoría de “grupos de inadaptación negativa o gamberros” y los definía así:

Los absurdos rebeldes de la generación actual. Pretenden sustraerse a toda clase de disciplina con el fin de escapar de la sumisión de la sociedad. Agresivos contra toda norma, defienden una libertad absoluta. Son inconformistas e insatisfechos, por lo cual, la sociedad en que viven les disgusta (Tries, 1967: 12).

Esta confrontación ideológica entre el mundo adulto y el mundo adolescente nos lleva a la cuestión de por qué la juventud como grupo social se identificó con la música *beat* y rechazó otras músicas que representaban el mundo adulto. En este sentido el concepto de subcultura aparece muy ligado al de juventud, ya que su objetivo de diferenciarse del resto de la sociedad fue característico de una edad en proceso de definición. En España, a causa del legado franquista que velaba por el orden público y perseguía cualquier manifestación librepensadora, se dio la versión ingenua e inocente de aquello que fue la generación *beat* americana; desprovista de cualquier trasfondo filosófico fue un colectivo que asumió una incipiente y anecdótica estética James Dean.

La película, *Rebelde sin causa*, se estrenó en Palma el mes de febrero de 1964 con notable éxito de taquilla. Esta película dio lugar a estereotipos locales como la figura del *brusquer*, personaje híbrido fruto de la simbiosis entre el mallorquín barón y el *dean* americano.

El arquetipo de masculinidad *dean* caló de una manera especial entre algunos jóvenes isleños que no tardaron en adoptar la pose. De la simbiosis entre el chico mallorquín de actitud promiscua y muy masculina, poco refinada, y el *dean* americano surgió la figura propia, el ya mencionado *brusquer*. Mitificada y caricaturizada hasta la saciedad, dicha figura era identificada como aquella persona que tenía una *brusca*, cosa que en catalán de Mallorca se traducía en ir a gran velocidad en un coche o en una motocicleta con la finalidad de impresionar. La combinación entre el mallorquín autóctono y lo que el mismo imaginaba del *rebelde sin causa* consumó su máxima expresión en la idea del conjunto musical. Algunos de ellos, de pose insistentemente graciosa, a veces grosera, y obstinada, se convirtieron en la paro-

día del personaje, muchas veces criticado por sus excentricidades y actitud sobreactuada.

Muchos de los adolescentes que formaron un conjunto sustentaron su imagen en dos elementos fundamentales de la canción popular: el ritmo y la expresión. Por una parte, el ritmo inducía al baile, era el plano simbólico de la libertad juvenil y, por otra parte, la música se transmitía con un mensaje que se expresaba con contundencia y cierta rebeldía. En este sentido no era tan importante aquello que se decía sino como se decía. Las imágenes de Elvis moviendo la pelvis se convirtieron en la nueva concepción del gesto⁸.

La expresividad de Elvis yuxtaponía el gesto al lirismo de sus canciones. Por este motivo las letras de esta época no se hicieron famosas por su valor literario sino por su valor gestual. Los gritos, los *yeahs!*, el intenso volumen de los instrumentos amplificadas o la distorsión definieron el código expresivo del lenguaje musical popular. Investigadores de la época como Fernando González se han quedado con una visión rupturista de la música popular en relación a la tradición musical española, resaltando el primitivismo de unas letras obstinadas de trasfondo superficial (González, 1998: 36 y ss.). Pero el hecho más relevante es que muchos grupos se hicieron famosos por llevar hasta el extremo las muestras de expresión que tenían su origen en el *rock & roll* de los años cincuenta.

En Mallorca, a finales de los sesenta conjuntos como Los Pops, Los Talayots, The Four Winds and Dito y Los Z-66 representaron la vertiente más radical de la tendencia. Todo ello tampoco se explicaría sin el impacto que causaron los Beatles. En Mallorca fueron número 1 de las listas de ventas con récords inusuales y sorprendentes para los parámetros habituales de la isla. A nivel internacional fueron los máximos exponentes de este nuevo lenguaje. Durante la década de los sesenta consiguieron causar una revolución de contenidos y de forma entre la juventud en todo el mundo occidental. En el resto de España, no podemos decir que la música de los Beatles enraizara con inmediatez. De hecho su popularidad no eclosionó hasta comienzos de 1964, aunque las primeras noticias sobre el grupo habían empezado a llegar un año antes. Javier de Castro y Javier Tarazona, en su publicación sobre la incidencia de los Beatles en España observan cómo a raíz de la publicación del single "Twist and Shout" (versión de P. Medley y B. Russell incluida en su primer álbum *Please Please Me* (Apple 1963) su música comenzó a invadirlo todo:

No sólo lograron cambiar el orden musical reinante entre nosotros, sino que cuestiones aparentemente más accesorias como su estética o su actitud vital provocaron efectos inesperados sobre los adolescentes de este país. El caso es que, durante los años en que los Beatles se mantuvieron en activo, fueron noticia recurrente en nuestros medios de prensa y todos sus discos editados por la discográfica EMI-Odeón se vendieron muy bien (De Castro - Tarazona, 2007: 8).

8. Los cines de Palma programaron algunas de sus películas, como *Girls, Girls, Girls*, estrenada en la sala Augusta día 8 de mayo de 1964, o *El ídolo de Acapulco*, estrenada día 15 de julio del mismo año en el Teatro Líric.

La recepción de Los Beatles en España hizo que la mayoría de grupos ya existentes reorientasen su carrera intentando adaptar su imagen a los nuevos conceptos. Los repertorios de grupos ya consagrados como Los Pekenikes, Lone Star, Los Salvajes, Miky y Los Tonys, Los Dracs o Los Mustang pasaron de interpretar un repertorio caracterizado por los éxitos de Los Shadows, versiones italianas de San Remo o actualizaciones de temas del folclore español a integrar versiones de los Beatles y, por extensión, de otros conjuntos anglosajones. De todos estos Los Mustang, más que cualquier otro grupo, fueron quienes hallaron una fórmula innovadora versionando en castellano los temas del cuarteto de Liverpool. Uno de los méritos de Los Mustang, al margen de su calidad como músicos, fue que publicaron la mayoría de los éxitos de los Beatles con muy poca diferencia de tiempo respecto a la edición de los originales. Por otro lado, el conjunto barcelonés fue conocido entre la juventud mallorquina por las diversas actuaciones realizadas en distintos lugares de la isla durante las fiestas de verano de los sesenta.

La fórmula de versionar los Beatles se convirtió en una tendencia que también siguieron conjuntos mallorquines. Ciertamente es posible hablar de la recepción del fenómeno *beatle* en Mallorca tanto por los niveles cuantitativos como cualitativos de su presencia en distintos ámbitos de la cultura popular. La industria cultural aprovechó su imagen para generar más mercado. Así, hallamos referencias *beatle* en portadas de discos de los conjuntos mallorquines, reseñas de prensa, noticias en portada, estrenos de sus películas, organización de festivales homenaje, festivales *beat* o *top-tens* en listas de ventas.

Por otro lado, vale la pena recalcar que uno de los locales de Palma más vanguardistas de finales de la década de los sesenta fue Sargent Pepper's, nombre prestado de uno de los discos más innovadores de la banda de Liverpool.

Igualmente, la presencia *beatle* también se notó en el campo de lo anecdótico. Concretamente en el uso del término *bítel* que se utilizaba como adjetivo, en el registro coloquial, como sinónimo de *melenudo* para designar de manera despectiva a los jóvenes de la época que llevaban el pelo largo.

El aprovechamiento de los Beatles como principal marca comercial se materializó en un corpus de canciones en español por parte de los conjuntos de Mallorca, hecho que podemos valorar como una de las aportaciones más relevantes de una comunidad en la órbita de la cultura metropolitana española. Así, siguiendo la tendencia de Los Mustang, otros conjuntos como Los Javaloyas, Los Beta, Los Doger's, Los 5 del Este o Grupo 15 representaron magistralmente la tendencia por la cultura *beatle* dando como resultado la creación de un producto propio, fruto del sincretismo isleño y el impacto de la cultura foránea.

2. LA INFLUENCIA BEATLE Y LA RECEPCIÓN DEL LIVERPOOL SOUND

La trascendencia social de Los Beatles se manifestó en diversas facetas de la vida cultural mallorquina. A partir del año 1964 empezamos a hallar referencias en diferentes artículos de prensa local. La prensa escrita no especializada fue la primera fuente que se hizo eco del grupo, desde los artículos más obvios referidos a discos o revistas hasta otros de más raros como cancioneros, postales, juegos de mesa, golosinas, tebeos u objetos de decoración relacionados con el mundo del cine, la moda o la publicidad.

Viajar a Londres era una de las maneras de conseguir material de primera mano. Diversas compañías aéreas tenían línea regular directa desde Palma. Entonces, aunque viajar a Londres no estaba al alcance de todos, los que lo hacían, por trabajo, negocios o placer, aprovechaban su estancia para traer novedades discográficas. Otra vía de acceso fue la conexión a los programas piratas de la BBC que se emitían desde emisoras flotantes y que se podían sintonizar desde diversos emplazamientos de la isla. Los Four Winds and Dito dan el testimonio de cómo a partir de esta práctica accedieron al repertorio de primera actualidad del panorama británico⁹.

El impacto social que causaron los Beatles hizo que rápidamente se convirtieran en noticia. Las publicaciones periódicas insulares sistemáticamente daban a conocer noticias sobre los Beatles. De Castro y Tarazona nos hacen ver cómo la crítica oficial de los conciertos de Madrid y Barcelona presentaba a los Beatles y a todos sus fans como “una corte de gamberros melencidos descerebrados” (De Castro - Tarazona, 2007: 198).

Los Beatles eran el tema recurrente de un debate público que transcurría en los medios de comunicación y en el seno de las familias de clase media por el hecho de poner de manifiesto los conflictos que la música popular suscitaba. Mallorca no quedó al margen de dicho debate. A nivel estatal las publicaciones juveniles especializadas –*Fans*, *Fonorama* o *Discóbolo*– dedicaban muchos de sus números al grupo británico. De igual forma, y sin contar infinidad de artículos sobre cuestiones artísticas y personales, los Beatles fueron portada de diversos ejemplares de prensa insular entre los años 1964 y 1970. Dicha información llegaba a través de las agencias internacionales.

En Mallorca la figura de Miguel Soler fue fundamental para seguir la actualidad de los Beatles. Como responsable de la ya mencionada sección “El Torneo del Disco” Soler dio a conocer en tiempo real el ritmo de publicaciones discográficas de los Beatles que se editaban en España. En su sección aparecían sistemáticamente noticias de los Beatles: listas de ventas, estrenos de películas, novedades discográficas, *affairs* sociales, etc. Uno de los hechos más relevantes fue el testimonio del periodista del concierto de los Beatles en la plaza Monumental de Barcelona (Soler, 1965: 11).

9. Las aportaciones asociadas a Los Four Winds and Dito se deducen de la entrevista realizada a su guitarrista, Jaime Vidal “Mito” el día 3 de enero de 2013.

Un hecho singular que se relacionó directamente con el mundo de los Beatles fue la actuación de los Rory Storm and The Hurricanes el verano de 1964¹⁰. Del paso de Rory Storm and The Hurricanes por Mallorca debemos destacar dos aspectos: en primer lugar, el eco mediático de la polémica que ellos mismos fomentaban en relación a los Beatles; y, en segundo lugar, la puesta en escena del conjunto, arquetípica del estándar *beat* angloamericano.

En primer lugar, el aspecto polémico propiciado por Rory, líder del grupo, era debido a la reivindicación de determinados aspectos escénicos que se atribuían y que los Beatles habían dado a conocer. Las declaraciones que ofrecieron a los periodistas a su llegada al aeropuerto de Palma dejaban en evidencia su posicionamiento respecto de los Beatles (Soler, 1964: 8). El acto de reivindicar una indumentaria determinada o, en este caso, una manera de peinarse está directamente relacionado con los valores que aquella imagen representaba para la sociedad. Incorporar el rasgo *bítel* era sinónimo de modernidad, una característica común a los jóvenes liberales. Peinarse a lo *bítel* constituía un acto de afiliación a la identidad que representaban. Naturalmente, tras esta actitud se hallaba una intención provocativa y rupturista que se manifestaba de manera más o menos encubierta. Esta actitud desembocaba en una puesta en escena divertida, disparatada, incluso grotesca, que fue adoptada por muchos de los conjuntos de la época. Dicho rasgo nos sirve para analizar el segundo aspecto destacable de la estancia de Rory Storm and The Hurricanes: el cuadro cómico espontáneo. Los cuadros cómicos, las escenas de jaleo y la pose canalla eran la tónica general de los conjuntos *pop* anglosajones. Acostumbrados a ser el centro de atención y a generar escenas de histerismo colectivo creaban una gran expectativa entre las multitudes. En ocasiones, y de manera espontánea, improvisaban una parodia o un chiste hecho que dinamitaba los protocolos. Tengamos en cuenta que en España, a diferencia del resto de países democráticos, el conflicto intergeneracional que causaba la cultura popular se vio agravado por el sustrato político y social de la dictadura. Los mecanismos de censura que trascendían todos los ámbitos de la vida cotidiana fueron propicios para que el fenómeno de la beatlemania institucionalmente fuera considerado como algo marginal. De hecho, cuando se empezó a intuir que los Beatles, aquellos cuatro "gamberros melenudos" podían ser un factor externo que condicionara a los adolescentes del país, se activó una campaña de descrédito. Según Tarazona y De Castro, esta campaña incluyó a los Beatles en la lista de fantasmas predilectos del franquismo como Gibraltar, el comunismo bolchevique, el laicado o las conspiraciones judeomasónicas (Tarazona - De Castro, 2007: 93).

En este contexto las actitudes de los artistas eran toleradas por el hecho de ser consideradas excéntricas, inofensivas e ingenuas. En general, los músicos caían bien y la actitud tolerante facilitaba una convivencia

10. Como es sabido, Rory Storm es uno de los nombres vinculados a la historia del cuarteto de Liverpool por ser la primera formación de Ringo Star. A finales del verano de 1962 el baterista dejó los Hurricanes para sustituir a Pete Best en los Beatles (Miles, 2002: 49).

pacífica, siempre y cuando se dieran dentro de unos límites aceptados por el Régimen. En este sentido la aparición de Rory Storm and The Hurricanes en Palma no fue una excepción, aunque no generó ninguna de las famosas escenas de histerismo colectivo que se vieron en televisión, llegaron a Mallorca con una actitud paródica y grandilocuente. A la manera de los desfiles multitudinarios de los jefes de Estado aparecieron por los pasillos del aeropuerto imitando al presidente Churchill y vistiendo pajaritas de colores y ordenadamente despeinados se presentaron ante los medios con un cigarro en la boca, haciendo la señal de la victoria con los dedos y con una indumentaria típicamente *beat*. Diversas referencias destacaron su pose irreverente y sus características propiamente musicales. Las descripciones en la prensa escrita nos describe cinco adolescentes delgados, vestidos al más puro estilo *beatle* y con referencias a su frenética música.

Los escandalosos Hurricanes llegaron ayer a Palma. Los ídolos de la juventud. Creadores del ritmo musical nacido en las Cuevas de Liverpool. Desatarán el huracán de su locura rítmica. Cinco muchachos delgados, despeinados, casi rubios, y muy alegres, irrumpieron en el Hall de aeropuerto al mediodía de ayer [...] Son de Liverpool y les llaman los chicos de oro de Liverpool. Hacen imitaciones, bailan ritmos acelerados, cantan a la misma velocidad. Tocan sus instrumentos. Rory Storm está loco, loco, loco, no hay manera de hablar en serio un minuto seguido (Soler, 1964: 8).

La actitud irónica y arrogante del grupo, especialmente de Rory Storm, nos recuerda la imagen agresiva y sexual de Mick Jagger de los Rolling Stones adquirida en público para representar el antagonismo de los Beatles. La pose despierta y provocativa de los conjuntos que visitaban la isla ayudaba a despertar el interés de la sociedad mallorquina que, anonadada, no daba crédito de las excentricidades de los jóvenes ingleses.

2.1. La producción *beat* de factura isleña

Los Beatles son, indiscutiblemente, los iconos generacionales del siglo XX, no menos comparables a personajes como Elvis, James Dean, o Marilyn Monroe. Algunos críticos son los responsables de procurar la verdadera percepción de la música popular en los medios de comunicación. El inmediato triunfo artístico de los británicos y la identificación en todos los ámbitos con la juventud contemporánea explica a la perfección que la industria cultural exprimiera hasta la saciedad su nombre y su imagen (Mann, 2005: 170).

A nivel insular la fascinación por los Beatles tuvo infinidad de expresiones generadas por el movimiento económico de las industrias culturales nacionales. El impulso rítmico de sus canciones y su filosofía hedonista convirtieron a los Beatles en un producto de gran éxito de consumo masivo. El entusiasmo que profesaban los adolescentes por los cuatro de Liverpool se materializó en un mercado mediatizado por valores de modernidad. La prensa del corazón, los periódicos y la prensa especializada continuaban haciendo una labor de promoción indispensable. Mientras tanto, la fabrica-

ción de todo tipo de objetos impulsó un mercado muy rentable de promoción relacionado directamente con ellos.

Las películas de los Beatles se estrenaban de manera consecutiva y los grupos de versiones proporcionaban una primera experiencia de sus canciones. Después llegaban los discos con las versiones originales y generaban una segunda tanda de ventas. Las repercusiones económicas de este mercado dieron lugar a un grado de beneficios considerables si se tiene en cuenta que tanto el cine como la música grabada constituían dos de las fuentes de consumo cultural más destacables de los años sesenta.

En España, las ediciones oficiales de su discografía fueron prensadas por el sello de la compañía EMI-Odeón hasta el año 1971. Entonces, la multinacional se desplazó a Holanda para centralizar, desde allí, toda la producción destinada a Europa. En Mallorca, los discos de los Beatles siempre permanecieron entre los mejor posicionados y, en diversas ocasiones, fueron récord de ventas¹¹. Entre 1963-1970 no hubo ningún artista que superase esta permanencia en las listas mallorquinas.

Otra industria que contribuyó a la difusión masiva del cuarteto de Liverpool fue el cine. El hecho de que los lanzamientos discográficos y los estrenos de las películas fueran a la par formaba parte de la estrategia de planificación mediática del grupo, haciendo de las películas de los Beatles un producto de gran repercusión social. En Palma se pudieron ver las cinco películas oficiales de los Beatles que se estrenaron al mismo tiempo en los cines de todo el país: *Qué noche la de aquel día* (1964), *¡Socorro!* (1965), *Magical Mystery Tour* (1967), *Yellow Submarine* (1970) y *Let it Be* (1970). En general, todas ellas fueron estrenadas con cierto retraso en relación a los estrenos que se llevaron a cabo en Inglaterra. Este hecho no impidió que la respuesta del público isleño fuera notablemente entusiasta. Cada estreno se promocionaba con fotografías, programas de mano, ediciones de las fichas técnicas de las películas, además de los habituales carteles y *lobbycards*. Especialmente de las dos primeras películas distribuidas en España por la empresa Filmayer.

Un último indicador de la recepción isleña del concepto *beat* fue la producción de versiones de las canciones de los Beatles por parte de los conjuntos mallorquines. Su interés por versionar los éxitos de los Beatles ha dejado un legado discográfico que nos permite hablar casi de un género propio. La mayoría de conjuntos mallorquines incorporaron temas *beat* adoptando la tendencia estatal de versionarlos al castellano. A partir del año 1965, las bandas más relevantes de la isla comenzaron a grabar versiones traducidas de los Beatles y a incorporarlas en el repertorio habitual de sus actuaciones: "Ayer", de Los 5 del Este, "Qué llorar", versión de "I'll Cry

11. Según "El Torneo del Disco", entre los años 1964 y 1965, el single "No reply" permaneció veinte semanas en la lista de éxitos de los diez más vendidos y siete de ellas en primera posición. De igual manera, singles como "Ticket to Ride" o "Eight days a Week" permanecieron diecinueve semanas en lista rondando siempre las primeras posiciones.

Instead” de Los Beta Quartet, se anticiparon al éxito original ofreciendo primeramente la versión en castellano.

El éxito de las versiones estaba fundamentado en un mecanismo que permitía adaptar la nueva música al contexto insular. Los elementos de cambio formal de las canciones –como la melodía, el ritmo o el texto– adquirieron nuevos usos que permitían una asimilación fluida de la canción dentro de un nuevo contexto. La versión, entendida como elemento transformador de un referente musical previo, desarrolló un proceso de adaptación que modificaba la experiencia musical primera. La importancia de dar a conocer el texto, y con ello, el hecho de traducirlo y adaptarlo, significaba también descodificarlo y hacerlo asequible a una audiencia más amplia. Este proceso de descodificación implícito en la traducción a menudo podía ir más allá de los elementos formales de la música.

Como ya observó Dai Griffiths “las versiones no son más que una metáfora de las dinámicas sociales bajo la influencia de la modernidad” (Griffiths, 2002: 58). De esta forma, la versión se convertía en el canal de un mensaje más profundo de significados que no presentaba problemas de traducción y que, además, era transmisora de modelos de vida. De esta manera, la modificación musical, además del texto, podía enfatizar elementos de funcionalidad, como el baile. Per ejemplo, en versiones como “Ocho días” (“Eight Days a Week”) de Los Doger’s o “Ob-La-Di, Ob-La-Da” de Los Javaloyas destaca un componente rítmico reforzado sobre la base de un tiempo de pulsación más dinámico. Esta modificación nos lleva a pensar en la prioridad de los conjuntos de incitar al baile. De esta forma podemos decir que la versión se adapta al contexto obedeciendo a la funcionalidad de la demanda del baile como espacio de ocio juvenil.

Estas translaciones de significado musical son un aspecto relevante entre la relación de los conceptos local y global. Para aquellas audiencias que no podían descodificar el significado del texto, la voz era percibida como un instrumento más. En cambio, la adaptación de las letras al castellano aportaba el significado a la canción, sin dejar de lado el valor expresivo de la gesticulación propia de la interpretación. Se asimilaba no solamente una letra, o unos patrones musicales, sino también toda la carga emocional implícita en el mensaje que se manifestaba de manera no verbal y que dejaba en evidencia la idiosincrasia del conjunto. Poses despreocupadas, gestos espontáneos, acompañar el ritmo con el pie, dar palmadas y establecer miradas de complicidad formaba parte de aquello que se quería transmitir; dichas poses no eran más que el reflejo de la imagen de los grupos ingleses y americanos.

Las dinámicas comerciales de las grabaciones de las canciones de los Beatles por artistas mallorquines supusieron una estrategia de ventas que prácticamente garantizaba el éxito del conjunto versionador antes de publicar el disco. La frontera entre la versión y el original quedaba diluida a favor de las bandas isleñas. En primer lugar se daban a conocer las versiones que

los temas originales, cosa que posibilitaba que las audiencias no diferenciassen entre original y versión.

Las ediciones discográficas no anglosajonas de los Beatles a menudo aparecían con cierto retraso en relación a las originales británicas, cosa que aprovechaban la mayoría de conjuntos para editar las versiones de manera anticipada. Así, las audiencias percibían la versión en castellano como si se tratara de la versión original, cosa que proporcionaba éxitos de ventas equiparables entonces a los de los grupos originales.

Aparte de los materiales de importación, otra de las vías de acceso al repertorio *beat* anglosajón fue la existencia del mercado de edición de partituras. Se editaban en el espacio de tiempo que había para editar un EP. La casa EMI tenía una editorial musical que funcionaba por suscripción, que iba publicando puntualmente los temas más populares de los Beatles.

Ningún conjunto musical español obtuvo la cantidad de éxitos que consiguieron Los Mustang debido a los temas que versionaban de los Beatles. Gracias al conjunto catalán la sociedad española se familiarizó con su repertorio. En Mallorca algunos de los grupos con mayor afinidad por los Beatles fueron Los Javaloyas, Los 5 del Este y Grupo 15. Estos tres alcanzaron cotas de éxito muy notables gracias a sus interpretaciones en castellano de temas de los Beatles. La calidad de sus propuestas musicales y las singulares traducciones de las letras originales fueron la clave de su éxito. Con el tema “¡Socorro!” (1965) Los Javaloyas obtuvieron uno de sus mayores récords de ventas.

La diversidad de propuestas de versiones de los Beatles que encontramos en la segunda mitad de la década de los sesenta nos permite dibujar un marco asociativo para establecer relaciones entre los parámetros canción, grupo y tendencia. Dicha asociación se establece dentro del marco de los discursos identitarios que ven en la canción el símbolo identificativo de las bandas. Los 5 del Este fue uno de los conjuntos mallorquines que saltó a la fama por la versión de los Beatles de “Submarino amarillo” (1966) que también popularizaron Los Mustang. En la carátula del disco sus miembros se representaban a ellos mismos en un intento de personalizar la imagen original de los Beatles. Esta versión es uno de los casos de mimetismo estético más singular de la época: en la portada aparecen los músicos de la banda dibujados en un submarino amarillo y fondo azul marino, recreando el mundo surrealista y animado de *Yellow Submarine* (Apple, 1969).

Unos años más tarde, Los Pops editaban “Un día de tantos” (1967) versión del tema “A Day in the Life”. La complejidad de la canción, que servía de colofón a uno de los discos más emblemáticos de la historia de la psicodelia ponía fin al álbum *Sargent Pepper's Lonely Hearts Club Band* (Apple 1967), y fue dado a conocer por una de las bandas más activas del panorama mallorquín. En su versión, diversidad y contraste son las características que dan cuerpo a un producto que más que asumir una estética fruto de un trabajo interiorizado fue toda una declaración de intenciones. Por esta razón, “Un día de tantos”, sirvió a la crítica para encasillar a Los Pops dentro de

una tendencia experimental y musicalmente más radical que las propuestas hechas hasta entonces por otros conjuntos de la isla.

Por otra parte, Grupo 15, entre los años 1966 y 1967, grabó cinco versiones de temas de los Beatles para el sello discográfico EMI Regal: “Lluvia” (“Rain”), “Un novelista” (“Paperback Writer”), “Michele”, “Chica” (“Girl”), “Cuando sea un sesentón” (“When I’m Sixty Four”).

En la Mallorca de los años sesenta muchos artistas se declaraban abiertamente fans y seguidores de los Beatles. De esta manera los conjuntos musicales traducían esta admiración en una producción artística que pretendía asumir no sólo las letras de las canciones sino también los timbres, la expresión y el gesto. Durante los años en activo de los Beatles, 1962-1970, artistas y seguidores isleños, siempre que podían aprovechaban la ocasión para mostrar una clara afinidad por los cuatro de Liverpool.

La incorporación de temas de los Beatles al repertorio de los conjuntos mallorquines creó un precedente que, por extensión, contribuyó a la asimilación de otros grupos extranjeros. Con la etiqueta *Liverpool sound* los medios de comunicación dieron a conocer las bandas de procedencia anglosajona, paradigma de las cuales fueron Los Beatles, y con ello se consolidó la recepción isleña del fenómeno *beat* como fenómeno social.

Son muy numerosas las versiones de grupos británicos y americanos que se escucharon en boca de grupos mallorquines. Mike & The Runaways, por ejemplo, se anunciaron en diversas ocasiones como el grupo más *Liverpool* de Mallorca en un cartel en que aparecían otros, como Los Pekos, Los Doger’s, Los Javaloyas y Los 5 del Este. La lista de bandas referenciales continúa con nombres como Los Beach Boys, Bee Gees, Los Animals, Los Rolling Stones o Los Troggs. Las canciones de estos grupos formaron parte del repertorio habitual escogido por los conjuntos de Mallorca. Versiones como “Barbara Ann”, de Los Javaloyas, “Satisfacción”, de Los 5 del Este, “La catedral de Winchester”, de Los Bohemios o “Una chica igual que tu” (“With a Girl Like You”), de Los Telstars se hicieron tan populares como los temas originales.

Todo ello nos permite evaluar la incidencia *beat* como una de las influencias musicales más notables de la Mallorca de la segunda mitad de la década de los sesenta. En un contexto claramente marcado por la afluencia turística y el intercambio cultural con el extranjero, los conjuntos isleños tuvieron la oportunidad de ser receptores privilegiados de las principales tendencias angloamericanas para dar lugar a nuevas expresiones identitarias, a nuevas prácticas de ocio y a nuevas formas de relación social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENNET, Andy (2000). *Popular Music and Youth Culture*. London: Macmillan.
- BERMAN, Garry (2008). *We're goin' to see the Beatles: an oral history of Beatlemania*. Santa Monica (California): Santa Monica Press.
- CANYELLES, Bartomeu (2012). *Nous estils i canvis socials a Mallorca (1960-1975)*. Palma: UIB, tesis doctoral.
- CARDONA, Gabriel; LOSADA, Juan Carlos (2009). *La invasión de las suecas*. Madrid: Editorial Ariel.
- DE CASTRO, Javier; TARAZONA, Javier (2007). *Los Beatles Made in Spain. Sociedad y recuerdo en la España de los sesenta*. Lleida: Milenio.
- DELGADO, Matilde (1996). *Història de la Ràdio a Mallorca: 1933-1994*. Palma: El Tall edicions.
- FONT, Vicente; VICO, Darío; PARDO, José Ramón (2006). *Guía del pop español de los 60 y 70*. Madrid: Rama Lama.
- GÁMEZ, Carles (2011). *Los años ye-yé. Cuando España hizo pop*. Madrid: T&B.
- GRIFFITHS, Dai (2002). "Cover versions and the sound of identity in motion". In: David Hesmondhalgh - Keith Negus. *Popular Music Studies*. London: Oxford University Press, New York; pp. 51-64.
- GONZÁLEZ LUCINI, Fernando (1998). *Crónica cantada de los silencios rotos. Voces y canciones de autor, 1963-1997*. Madrid: Alianza Editorial.
- MANN, William (2005). "The Beatles, the "British Invasion" and Cultural Respectability". In: David Brackett (coord.). *The pop, rock and soul reader*. Oxford: Oxford University Press; pp. 170-171.
- MILES, Barry (2002). *The Beatles, A Diary*. Londres: Omnibus Press.
- MITCHEL, Tony (1996). *Popular Music and the Local Identity*. London and New York: Leicester University Press.
- ORDOVÁS, Jesús (1987). *Historia de la música pop española*. Madrid: Alianza.
- PUJALS, Margalida (2002). *Oci als anys seixanta. Música, cançó i sales de festa*. Palma: Edicions Cort.
- SOLER, Miguel (1964). "Los escandalosos Hurricanes llegaron ayer a Palma. Los ídolos de la juventud". In: *Última Hora*, 23/06/1964; p. 8.
- (1965). "Crónica del concierto de los Beatles en Barcelona". In: *Última Hora*, 5/07/1965; p. 11.
- TRIES MERCANT, Sebastián (1967). "Problemática Juvenil". In: *Baleares*, 11/02/1967; p. 12.
- VIVES, Toni (2005). *Història del Foment del Turisme de Mallorca (1905-2005)*. Palma: Foment del Turisme de Mallorca.