



Ignacio Peyró, retratado en Madrid // IGNACIO GIL

La historia de Julio Iglesias es la de España... y lo sabes

► Ignacio Peyró retrata al músico en 'El español que enamoró al mundo', donde narra su ascenso y el del país

BRUNO PARDO PORTO
MADRID

Antes de ser meme, Julio Iglesias le paró un penalti a Di Stéfano, sobrevivió casi de milagro a un osteoblastoma, se hizo amigo de Reagan y los Clinton, actuó para Mitterrand y Sarkozy, cantó con Sinatra y Dolly Parton, estampó su estrellita en el paseo de la fama de Hollywood, encontró su paraíso en Miami, enamoró a medio mundo, vendió trescientos millones de discos y fue nombrado ciudadano de honor de Benidorm, además de embajador del cocido de Lalín y padre del año por una asociación de padres seguramente despistados o cachondos –solo Dios lo sabe– de Nueva York. Y sin embargo, sostiene Ignacio Peyró, este hombre universal (el español más conocido del siglo XX tras Dalí y Picasso) no ha despertado el interés de las bandadas de semiotas y críticos culturales que se han lanzado a analizar hasta las uñas de Rosalía o los trajes cruzados de C. Tangana: aún hay clases, pero también escritores que buscan literatura allí donde otros solo ven confeti.

«Nunca pensé en esta vida que tendría que ir a consultar los archivos de la revista 'Semana'», bromea Peyró, que

acaba de publicar 'El español que enamoró al mundo. Una vida de Julio Iglesias' (Libros del Asteroide). «Lo que he intentado en este libro es no ser condescendiente culturalmente. Del tipo: voy a dejar un momento de leer a Plutarco para escribir sobre este señor. No quería que ocurriera eso. Porque no veo la necesidad de defenderme culturalmente de por qué dedicar tiempo a escribir sobre un señor que ha vendido cientos de millones de discos y que ha tenido un impacto desde Nebraska a Katmandú», continúa. Así que el tono del texto baila entre la ironía y la reivindicación, y tiene esa ligereza característica del autor. Por ejemplo: «Es posible que con otros cantantes quisiéramos cambiar el mundo, pero con los años llegamos a preguntarnos si no era más honesto limitarse, como Iglesias, a hacer feliz a la gente en las bodas».

Antes que una biografía, 'El español que enamoró al mundo' es un perfil, un ejercicio de estilo y, a la vez, un retrato de un artista y de un país: sería muy difícil entender lo que es España hoy sin Julio Iglesias y la llegada del bikini a la costa alicantina. De alguna manera, a través de Julio Iglesias Peyró revisita el siglo XX, el paso del gris al color. «Es que el padre de Julio Iglesias estuvo en el gran discurso de José Antonio Primo de Rivera, que es el del Teatro de la Comedia. Es una cosa histórica. Y luego, sin embargo, se va moviendo y ya en los 80 parece un demócrata de toda la vida, como tantos otros. Es curiosísimo: van arrumbando la camisa azul mahón por el polo de Lacoste con una naturalidad



Julio Iglesias // ABC

pasmosa, van dejando el brandy Fundador y empiezan a beber JB o gin de importación», cuenta. Y luego habla de cómo tiempo después de los años del hambre el régimen decide abrirse usando la excusa de la economía, y en Benidorm se organiza un festival para competir con el de San Remo y allí acaba triunfando, también, don Julio Iglesias, que acaba para siempre ligado a aquella ciudad. «Benidorm y Julio Iglesias nos recuerdan el uno al otro, como, valga el dislate, Versalles recoge la manía del Rey Sol o Aranjuez nos devuelve el eco de la risa dieciochesca de los Borbones», aventura el escritor.

Peyró repite que Iglesias es un currante de lo suyo, pero también que

Documentación

«Nunca pensé en esta vida que tendría que ir a consultar los archivos de la revista 'Semana'»

en última instancia su éxito se explica por esa virtud tan vaporosa que es el encanto, el carisma, el gancho. Algo tiene, insiste, que encandila allá donde va. «Es que eso es lo principal. Siempre se quiere explicar el éxito de Julio Iglesias por una serie de factores casi mecánicos que producirían como una suma fatal el éxito, y el caso es que si tú quitas el encanto de la ecuación no hay éxito. Y después hay algo muy importante, y es su determinación de salir y triunfar fuera de España. Podría no haberle salido, como no le salió a Roberto Carlos o a Aznavour, pero le sale. Y su legado es el de normalizar primero y ennoblecer después la figura de lo hispano, de lo latino, en el mundo anglosajón, y sobre todo en Estados Unidos», asevera. «Él llega a las páginas de crítica musical del 'New York Times', por primera vez llega ahí un crooner latino. Por primera vez lo latino parece que puede ser seductor, elegante, sofisticado».

Un hedonismo propio

En un tiempo en el que el arte se definía por su activismo, Julio Iglesias eligió el hedonismo. Permaneció ajeno a las modas, y quizás por eso las trascendió hasta convertirse en una marca personal. «Él podía haber ido a París con los filósofos en 1966, pero va a Londres, donde lo más importante que ocurre en el año 1966 es la invención de la minifalda. Es el destino», ríe Peyró. «Quizás el gran acierto de su vida, y es algo que le llega de forma casual, sea esa estética miamense. Él llega y de pronto tú ves que hay un modo de vivir Julio Iglesias, que es el mar, los pies en la arena, un cocotero desmayándose al fondo, la mirada perdida en el infinito y quizá la intuición de un grupo de chicas rubias ahí jugando a la pelota de playa. Es el traje blanco, la piel morena... Eso lo hace suyo, y es una intuición estética muy importante. Antes pensábamos el paraíso como un jardincillo con naranjos; ahora lo pensamos como una playa en el trópico. Y él está ahí, con una piña colada y su sonrisa».

'El español que enamoró al mundo' podría parecer una rareza en cualquier trayectoria: no lo es en la de Peyró, que sigue explorando, como en sus diarios, que tituló 'Ya sentarás cabeza', los encantos de la derecha madrileña, un hueco casi libre en la literatura española. «De alguna manera, Julio Iglesias ha sido junto al Real Madrid la única expresión de la derecha madrileña capaz de trascender en masa todas las clases», escribe. «Y han triunfado fuerte, ¿no? Los dos son una historia curiosa. De hecho, del Real Madrid habría que escribir una buena historia. Ahí lanzo la idea para quien la quiera», remata.