

YO TAMBIÉN
LEÍA

SuperPOP

Javier Adrados y Ana Rius

Un homenaje a la revista preferida de tu juventud

¡Emociónate
con las fotografías de
tus ídolos y los cotilleos
más divertidos de
la revista que marcó
a generaciones!

LIBROS CÚPULA

YO TAMBIÉN
LEÍA



Javier Adrados y Ana Rius

Un homenaje a la revista preferida de tu juventud

LIBROS CÚPULA

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

© del texto: Javier Adrados y Ana Rius, 2015

© de las fotografías: Colección personal Javier Adrados; colección personal Ana Rius; archivo revista *Súper Pop* (fotografías de Meritxell Arjalaguer); Joan Pérez Pastor; Diuxs; colección personal de Rosa Leite; Vicki L. Miller/Shutterstock.com (p. 65); Neftali/Shutterstock.com (p. 65); Featureflash/Shutterstock.com (p. 66); Bernardo Doral (p. 266)

Diseño: dtm+tagstudy (www.tagstudy.es)

Primera edición: noviembre de 2015

© Editorial Planeta, S. A., 2015

Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

Libros Cúpula es marca registrada por Editorial Planeta, S. A.

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-480-2195-5

D. L. B. 19.099-2.015

Impresión: Talleres Gráficos Soler

Impreso en España – *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

Prólogo: ¿Por qué un libro sobre Súper Pop? 7

Situación sociocultural española a finales de los setenta 17

Un armario lleno de cartas 29

Tres décadas prodigiosas 37

La locura de las promociones 69

Pecos. El verdadero despertar del movimiento fan en Súper Pop 77

Tequila. Vamos a bailar un rock and roll en Súper Pop 87

Leif Garret. Ascenso y descenso de un ídolo 97

Miguel Bosé. El príncipe del pop 107

Iván & Pedro Marín. 123

Mecano. La nueva ola llega a Súper Pop 137

Hombres G. El neopijipunk se apodera de Súper Pop 155

Michael Jackson. 171

El rey en el universo de Súper Pop 185

Madonna, la reina. 201

Con ella llegó el escándalo 213

Marta Sánchez, Sabrina... 223

y todas las chicas guerreras 233

Spandau Ballet y Duran Duran. 245

Alejandro Sanz. Pisando fuerte en Súper Pop 257

Eros. El agitador de corazones 263

«Sensación de vivir». Mucho más que una serie 263

Otros momentos relevantes en Súper Pop

Epílogo: Y hasta aquí hemos llegado...

pronto

Super POP

21
SOPTAS

A LA VENTA JUEVES SI, JUEVES NO

**Travolta
te enseña
a bailar**

OBSEQUIO
★ ★ 10 ★ ★
Adhesivos

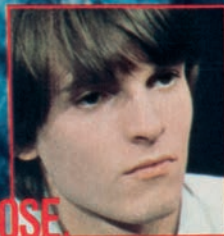
**¿QUIEN MATO
A MARILYN
MONROE?**



**GRANDES
AMORES
DEL POP:**



**ELVIS
Y
PRISCILLA**



**MIGUEL BOSE
FIN DE SU ENFERMEDAD**

**POSTERS: david soul,
los angeles de charlie,
camilo sexto,
marilyn monroe,
shaun cassidy**



**EL UNICO AMOR
DE OLIVIA
NEWTON-JOHN**

SITUACIÓN SOCIOCULTURAL

española a
finales de
los setenta



Cómo cambió la vida con Súper Pop

Tras la muerte en 1975 del hombre del bigotito que pretendía ser el padre de todos, este país, que había permanecido apelmazado con mucha «cultura oficial» y con una fuerte censura que impedía la libertad de expresión, inició una etapa de cambios –la Transición– que se haría patente con la concesión de una amnistía en agosto de 1976 (que permitió regresar, entre otros, a Joan Manuel Serrat, que se encontraba exiliado en México), la legalización del Partido Comunista en abril de 1977, la celebración de las primeras elecciones democráticas en junio de 1977 y el referéndum de la Constitución en diciembre de 1978.

Fueron momentos de cambios, en los que la prensa en general adquirió protagonismo al aprobarse en abril de 1977 la ley de libertad de expresión, que abolía la censura. Fueron tiempos de destape, de alegría contenida y expresada en actividades artísticas y literarias que desembocarían durante la década siguiente en la denominada Movida madrileña, un movimiento que aunó toda una serie de actitudes vitales modernas que se traslucieron en la música, los fanzines y el cine. Pero, sobre todo, la vida empezó a adquirir color no sólo en nuestro día a día; por ejemplo, los artistas internacionales empezaron muy tímidamente a visitar la Península.

Gay Mercader, fundador de Gamerco, ahora una empresa del holding Live Nation, contaba, en una entrevista concedida al suplemento «La Luna» del periódico *El Mundo*, en diciembre de 2003: «A principios de los setenta, esto era un desierto, la nada. Y como no podía ver a los conjun-

tos que me gustaban, porque nadie los traía, me decidí a hacerlo yo. [...] El 11 de julio de 1976, tras muchas vicisitudes, logré realizar uno de mis sueños: traer a tocar a España a los Rolling Stones». Gay Mercader, sin duda, ha sido el artífice de muchos grandes conciertos celebrados en nuestro país con artistas que van desde los Rolling Stones a Michael Jackson, pasando por The Clash, Bruce Springsteen, AC/DC, Eric Clapton, Iggy Pop o Bob Marley, entre otros.

En este contexto, a finales de 1977 nace *Súper Pop*, ideada por el editor Mariano Nadal y con la inestimable colaboración del entonces periodista y actualmente escritor Jordi Sierra i Fabra, con el objetivo de crear una revista para fans que, a diferencia de las existentes, alcanzara tiradas importantes. A finales de los setenta, el mercado de las publicaciones musicales era extenso: «*Disco Express* era el semanario por antonomasia: papel barato, tipo periódico, y un precio irrisorio –recuerda Jordi Sierra i Fabra–, igual que *El Gran Musical* (en cuyo nacimiento también colaboré). *Disco Express* cambió la forma de hacer prensa musical escrita en España, y yo me atribuyo el mérito porque nunca antes se habían hecho grandes reportajes en torno a los músicos y la música. Las páginas centrales fueron un hito a lo largo de siete años, hasta que en 1976 se dejó de hacer en Pamplona y pasó a Gay and Company en Barcelona. Luego apareció *Popular 1* y la réplica a ésta fue *Vibraciones*. *Popular 1* era más visual, porque por algo el dueño era fotógrafo, mientras *Vibraciones* vendió más la moto progre; las dos se disputaron un trono sin rey. Yo también puse en marcha *Top Magazine* y *Extra*, junto con Mateo Fortuny, a través de una empresa llamada Grupo Profesional».

Al año siguiente, 1978, Kaka de Luxe graba para el sello Chapa, creado por Vicente «Mariskal» Romero, y se editan los primeros discos de Tequila y Ramoncin. En 1979, Tierno Galván vence en las elecciones municipales de Madrid, lo que facilitará que durante los años siguientes se convierta en la capital de la modernidad, de la Movida: se abren locales; se organizan conciertos; nos visitan, entre otros, los Ramones, Lou Reed, Queen, Santana, los Rolling Stones, Frank Zappa (tras haber cancelado sus conciertos de 1976 en Madrid y Barcelona); se fusionan estilos en los conciertos de Paco de Lucía, John McLaughlin y Larry Coryell, o de Santana y Paco de Lucía. La música española está en plena ebullición, a punto de eclosionar en la siguiente década con grupos como Nacha Pop, Los Secretos, Alaska y Pegamoides, Mamá, Mermelada, Radio Futura, Aviador Dro (que crearía en 1982 la discográfica independiente DRO) y una generación de músicos que ya sólo estaba interesada en mirar hacia el futuro.

La hermana pequeña de PRONTO

Jordi Sierra i Fabra recuerda que la génesis de *Súper Pop* tuvo lugar en una conversación allá por el año 1977. «Mariano Nadal –dueño y editor de Publicaciones Heres– hablaba conmigo de las revistas rockeras que yo había dirigido o fundado, y se reía de los tirajes de las mismas. *Disco Express* –el semanario número uno entre 1970 y 1976– vendía apenas unos miles de ejemplares a la semana y la mensual *Popular 1*, entre 1973 y 1976, llegaba a los diecisiete mil. Dijo que era necesaria una revista que llegara al millón de ejemplares, que eso sí sería un reto. Entre una broma y otra, en otoño de 1977 me habló de crear *Súper Pop* y de que yo colaborara en ella. Fue toda una apuesta. Mariano tenía las ideas muy claras, y además era el momento oportuno, con el mundillo de las fans en alza y la presencia de un montón de referentes para ellas como Miguel Bosé, Camilo Sesto, John Travolta y el universo de *Fiebre del sábado noche*, la música disco, etcétera. Lo cierto es que acertó. A los seis meses vendíamos medio millón de ejemplares de cada número y éramos la quinta revista española en ventas. *Cambio 16* nos hizo un reportaje porque nos convertimos en todo un fenómeno. Al año llegamos al ansiado millón por número. Mariano Nadal era un genio. Inventó algo que no existía y, con su política de regalos (pegatinas, carpetas...), creó todo un submundo irresistible para las fans no sólo de entonces, sino de los siguientes veinte años.»



Súper Pop nació no como un suplemento mensual de la revista *Pronto*, sino apadrinada por ésta. Quizá ahora sorprenda que estas revistas estuvieran emparejadas, pero a finales de los setenta no era extraño encontrar con cierta frecuencia en las páginas de *Pronto* a cantantes como Miguel Bosé, Camilo Sesto, Sandro Giacobbe, los Pecos y Pedro Marín, compartiendo portada con Lola Flores, Manolo Escobar o Raphael. «Eso fue un accidente –recuerda Jordi Sierra i Fabra al preguntarle por los motivos que unieron a *Pronto* con *Súper Pop*–. *Pronto* era la revista más vendida de España junto a *Hola* y *Lecturas*. Era la niña de los ojos de Mariano Nadal, su primera creación genial, que nació en 1972. Su aparición como «suplemento» fue sólo para darle a *Súper Pop* un apoyo, como si por ser hija de *Pronto* fuera a tener una publicidad extra. De inmediato se vio que *Súper Pop* caminaba por sí sola y no necesitaba el paraguas de nada ni de nadie.»

Efectivamente, *Súper Pop* alcanzó no sólo en esa primera etapa el millón de ejemplares, sino que también llegó a esta cifra en las siguientes décadas con artistas como Alejandro Sanz o grupos de adolescentes como Take That,

Jordi Sierra recuerda muchas anécdotas de aquella época, pero no tiene en mente la primera portada de la publicación. El primer número de la revista, que costaba cincuenta pesetas –rescatado gracias a un coleccionista de números uno de revistas que cedió su colección a la Biblioteca de Catalunya– mostraba en la portada el entonces logo de la revista interrumpido por el nombre de *Pronto*, lo que cuarenta años después resulta realmente anacrónico. La portada la protagonizaba un joven Camilo Sesto, con un reportaje titulado «Camilo Sesto en tu casa»; a su lado, un atractivo Lorenzo Santamaría, con el que las lectoras podían «hacerse» una foto; un sorprendente Ángel Nieto explicando cómo era ser motociclista y el diario íntimo de Paul McCartney. Las páginas centrales presentaban pósteres de Miguel Gallardo, Sandro Giacobbe, Paul McCartney, Miguel Bosé y Bruce Lee. En las páginas interiores se hablaba de los Manhattan Transfer, que buscaban un nuevo éxito en español para su próximo álbum; de un Alfonso Pahino que acababa de vencer el XIX Festival de Benidorm con la canción *Aléjate*; había una entrevista con Shaun Cassidy tras el éxito de su primer disco, en la que intentaba desvincularse del «mal» carácter familiar; «El álbum de fotos de...» (que fue una de las secciones habituales de la revista)

Miguel Gallardo; tres páginas dedicadas a las piezas del cuerpo de Camilo Sesto para crear, paso a paso, un muñeco articulado que pudiese colgarse en la habitación de cualquier fan. Pero no se acababan aquí las manualidades propuestas por la revista, pues también publicaban «Tu foto con... Lorenzo Santamaría», que no era otra cosa que una instantánea de éste arrodillado al lado de una chica a la que se le había recortado la cara; la revista explicaba las instrucciones, en tres pasos, de cómo recortar una foto y colocarla sobre la cara de la chica que estaba junto a Lorenzo. Sin duda, hoy en día, con nuestros programas de retoque, este nos parecería un reportaje marciano, pero hay que tener en cuenta que entonces todo era manual, se maquetaba sin ordenador y los únicos que podían manipular las fotos eran los señores retocadores del taller gráfico.

Otra de las secciones habituales de la revista era «Me gusta/No me gusta», que en este primer número protagonizaba un jovencísimo Miguel Bosé; también «50 preguntas a...» fue un clásico durante los años siguientes y en el número uno la protagonizaba Pablo Abaira. Pink Floyd, que en 1977 había editado el disco «Animals»; Sex Pistols, que acababan de fichar por Virgin, y Eagles, que se encontraban en el número uno de ventas de álbumes internacionales con «Hotel California», eran los tres grandes del rock que no podían faltar en ese primer número, quizá, todo hay que decirlo, algo más ecléctico en la selección musical que los posteriores de la década de los ochenta.

Sin duda, en sus primeros pasos, la revista se planteó no sólo hablar de personajes del mundo de la música, sino también del cine y del deporte. Mariano Nadal siempre pensaba en la actualidad, en aquello que pudiera interesarle al lector, fuera de la disciplina que fuese. Y en aquellos años de apertura, el fenómeno de los fans no giraba únicamente en torno a la música, sino también al cine, la televisión y el deporte. Inicialmente, *Súper Pop* fue una revista mensual, con sus pegatinas, apadrinada por *Pronto*, pero poco tiempo después, tras el éxito de ventas, cambió su periodicidad a quincenal (un jueves sí, otro no) y empezó a volar sola.

Mariano Nadal y Jordi Sierra i Fabra crearon una publicación para fans, donde los grupos de música adolescentes y los jóvenes cantantes tenían siempre su espacio. Es necesario situarse a finales de los setenta o principios de los ochenta para entender el esfuerzo titánico

que suponía conseguir cada quince días noticias de los ídolos de los lectores cuando la única fuente de información de la que se disponía procedía de las propias compañías discográficas o de la prensa que se editaba fuera.

Quizá esa carencia de canales de información permitió que la publicación estuviera siempre muy próxima a los propios artistas y que incluso, en algunos casos, fueran ellos mismos los que llamaban a la redacción para informar de la grabación de un disco o de un concierto. También las oficinas de management de la época eran otro de los generadores de información, porque muchas veces los lanzamientos de las compañías discográficas no coincidían con las necesidades de contenido de la revista, porque una cuestión era la actualidad y otra, la opinión de las lectoras y los lectores, que se conocía a través de las encuestas de la revista y que servía como base de la reunión de redacción en la que se decidía el contenido de la revista.

Súper Pop siempre estuvo dirigido por mujeres, pero la industria discográfica conocía más a Jordi Sierra i Fabra que al editor y muchas veces se pensaba que era él quien decidía el contenido de la revista. «Siempre hubo una directora, con nombre y cargo. Lo que pasa es que mi nombre pesaba, y mucho, así que las discográficas tenían ese respeto que me hacía beneficiarme de algunos privilegios. Yo siempre dejé claro que el dueño era Mariano y la directora, la responsable final; jamás me colgué ninguna medalla ni me atribuí méritos que no me correspondían. Además, triunfé rápido como novelista, gané incluso premios como el Ateneo de Sevilla o el Villa de Bilbao, amén de ser finalista del Planeta, y eso también aumentó ese respeto. [...] Inicialmente yo era asesor y asistía cada quince días a la reunión que se hacía para decidir los temas del siguiente número. También escribía cosas, sí, pero nunca firmé con mi nombre. ¿La razón? No se debía a que yo era rockero y a que me diera vergüenza, de pronto, escribir para fans. El motivo es que yo en ese momento ya había abandonado “oficialmente” el mundo de la música para concentrarme en la literatura, en mis novelas. En 1976 dejé la dirección de *Popular 1* y, poco después, abandoné *Disco Express*. No quería firmar nada que no fueran mis libros. Temía que si me veían escribiendo frivolidades en una revista luego no tomarían en serio mis novelas.»

Todos los que formamos parte de la historia de *Súper Pop* coincidimos en que parte del éxito y de la personalidad de la revista es que nos lo pasábamos muy bien haciéndola. Jordi con-

fiesa que «cada reunión quincenal era en sí misma una anécdota. Joder, teníamos treinta años y nos lo pasábamos bien. Las anécdotas eran más con los músicos. A veces no teníamos ningún tema para un reportaje y nos lo inventábamos. Recuerdo un día con Hombres G; no había noticia y puse a mi hija en una mesa fingiendo que ellos se la comían: “Hombres G se comen a una fan”. La resonancia que tuvo fue espectacular: la gente paraba a mi hija por la calle. Si entonces hubiera existido Twitter, habría sido *trending topic* mundial. Aquellos primeros años fueron simplemente eso: una locura divertida. Pero yo estaba únicamente un día de cada quince. No tenía más relación con el mundo de la música».

También Mercedes Porter, una de las primeras diseñadoras y maquetistas de la revista, reconoce que: «Nos lo pasábamos bien en aquella época, éramos jóvenes, era la primera revista que yo compaginaba. Sabíamos muchos secretillos de los famosos que no se podían publicar, ja, ja, ja...».

Para Jordi Sierra, «el mérito de *Súper Pop* fue aparecer en el momento oportuno en una España que vivía el apogeo de la Transición. Acababan de celebrarse las primeras elecciones democráticas y había una generación a punto para el cambio. Se hizo una revista asequible para un público que no tenía nada igual. Un gol por toda la escuadra. Frente a los fans peludos, rockeros, ávidos de rock duro y del *underground* de comienzos de los setenta, las quinceañeras de fines de la década eran vírgenes a la espera de su bautismo de fuego musical».

La eclosión del movimiento fan

Las fans son siempre aficionadas «enamoradas» de un cantante o grupo (como también los fans masculinos). Llevan su amor hasta límites insospechados y esto no ha cambiado demasiado, porque actualmente siguen siendo capaces de dormir al raso para estar en primera fila de un concierto. Es difícil valorar dónde empieza el fenómeno y dónde la obsesión, pero lo que está claro es que no tiene edad.

Mercedes Porter recuerda que «las fans de aquella época eran adolescentes de doce a dieciséis años, con las mismas aficiones y problemas que las de otras épocas, y muy enamoradas de sus ídolos. Recuerdo con tristeza la muerte de una fan en un concierto de los Pecos en Barcelona. Se trataba de la primera vez que acudía a uno y creo que fue uno de las peores noticias de mi época en *Súper Pop*».

Esto sucedió en el concierto que el dúo los Pecos ofreció en abril de 1980, tras su gira americana, en un programa matinal organizado por «El Gran Musical» de la Cadena Ser. Allí falleció Marta Tormo Trian (de quince años) y, además, hubo seis heridos al producirse una avalancha. En el recinto de Montjuïc donde se celebraba el concierto se reunieron más de diez mil fans, cuando el aforo del teatro era sólo para cuatro mil personas.

Resulta paradójico pensar en cómo se trabajaba en los setenta y la poca información a la que el fan tenía acceso. Sólo se contaba con la radio, el teléfono, la televisión y una prensa

musical que se había preocupado más por el ensalzamiento del rock y el pop nacionales que por los ídolos de adolescentes.

Hoy en día, las noticias saltan al segundo, nada más salir a la calle; las redes sociales han contribuido a que todos sean potenciales periodistas/informadores de lo que ocurre en el mundo, a excepción de aquellos países donde internet está controlado por el poder. Esto, a finales de los setenta y en los ochenta, era prácticamente impensable; los lectores de *Súper Pop* eran fans de Miguel Bosé, los Pecos, Michael Jackson u Hombres G, pero también lo eran de la revista, que les acercaba historias a las que les era imposible acceder.

Hortensia Galí, directora de *Súper Pop* desde 1988 a 1994, comentaba al respecto: «Parece mentira, pero sí, hubo un tiempo en que no existían las redes sociales, ni siquiera los ordenadores o los teléfonos móviles. Y los jóvenes vivían igual de intensamente que hoy su pasión por la música, el cine, las series de televisión, los deportes, la moda... y por sus protagonistas, naturalmente. Su fuente de información principal, aparte de la televisión y de algunas cadenas de radio, eran las revistas especializadas. *Súper Pop* tenía una potente difusión principalmente entre las chicas, por lo que un elemento que siempre se tenía en cuenta era el efecto de “enamoramiento” que muchos cantantes y actores del momento ejercen siempre sobre el público adolescente femenino. Eso no ha cambiado con las redes sociales pero sí que se ha globalizado la información de una manera exponencial. Hoy, los fans de todo el mundo comparten información con un solo clic en su móvil».

Para Hortensia, la clave del éxito fue que «el contenido estaba muy bien planificado y los textos respondían a una necesidad recurrente, la de los jóvenes, sobre todo las chicas, cuando se descubren como individuos libres, con sus deseos, el despertar de su propia identidad, sus gustos, sus opiniones, su intimidad... Es una edad muy complicada y muy simple al mismo tiempo. Una edad en la que los adolescentes dejan de ser niños para buscar otros caminos. Para que una revista funcione es esencial que tenga en cuenta al lector final, no a la publicidad. En *Súper Pop* siempre se respetó lo que los lectores querían de nosotros. Fue una revista que acompañó a varias generaciones consecutivas. Una revista que supo emocionar, hacer reír y, sobre todo, ser cómplice del lector desde la primera hasta la última página».