



**LA CATEDRAL DEL MAR / L'ESGLÉSIA DEL MAR**

**Autor:** Idefonso Falcones  
**Traducción:** Carles Urritz (catalán)  
**Editoriales:** Grijalbo / Rosa dels Vents  
**Páginas:** 670 / 656  
**Precio:** 19,90 €  
**Síntesis:** La azarosa vida de Arnau es paralela a la construcción de Santa María del Mar.



Falcones, junto al templo de Santa María del Mar. Abajo, promoción del libro.

# Los cimientos del éxito

'La catedral del mar', con 200.000 euros sólo en marketing, ilustra los mecanismos del sector para crear nuevos 'best-sellers'

**D**e tres en tres. Así crecen los benjamines del best-seller español, una plataforma tan eficaz que los editores apuestan por ella hasta literalmente. Así se desprende de las tres óperas primas de las que Planeta, Roca y Grijalbo acaban de distribuir 200.000 ejemplares y que, frente a la porra sobre las ventas que sus editores montaron en un acto reciente, prueban que la lucha para crear nuevas estrellas alcanza grandes cifras: 50.000 ejemplares en castellano y 10.000 en catalán de *La dama y el león* (Claudia Casanova, Planeta); 57.000 en castellano y 7.000 en catalán de *Espita de Dios* (Juan Gómez-Jurado, Roca); 75.000 en castellano y 15.000 en catalán de *La catedral del mar* (Idefonso Falcones, Grijalbo / Rosa dels Vents). Última en llegar pero primera en tirada, la obra de Falcones muestra, en su paso de borrador a apuesta de lujo, el proceso que sigue la industria para construir sus nuevos superventas.

► **El templo del pueblo.** Nacido con el título de *Bastaix* (obrero que carga material a sus espaldas), en referencia a quienes llevaban desde Montjuïc las piedras con las que se construyó Santa María del Mar, el debut del abogado Idefonso Falcones (Barcelona, 1959) se edificó sobre las visitas al templo que le proporcionó durante años su trabajo en los cercanos juzgados. Lector de historia catalana y de autores como Gary Jennings y Noah Gordon, ahondó en el origen de la igle-

sia y, al saber que fueron pescadores quienes la alzaron en el siglo XIV, pensó: «Ahí hay una historia». Tardó tres años en escribirla, «a ratos y tras una jornada laboral de 12 horas», pero acabó fascinado por el periodo y por un héroe, Arnau de Estanyol, que cobró vida. Al final, con mil folios de aventuras y «homenajes al pueblo que construyó Santa María», encargó una corrección en el Ateneu y mandó, «con más fe que convicción», el manuscrito a las editoriales.

► **Maestros de obras.** Sabedor de que toda catedral requiere su «clau de volta», obvió las primeras cartas de rechazo y buscó la opinión privada de un editor. El elegido, gracias a un conocido, fue Oriol Castany, de RBA, que pese a no publicar novela histórica encontró el texto «correcto» y se lo recomendó a la agente Sandra Bruna. Ésta sugirió correcciones «la construcción de Santa María era una gran idea, pero el manuscrito estaba verde» y le buscó un editor «porque estaba

segura de que funcionaría». Cuando se reunió con Ana Liarás, la editora de Grijalbo ya conocía la novela: le llegó por correo, tenía un buen informe de lectura y «aunque había que trabajarla, tenía gancho como un Ken Follett a la española», evoca Liarás en alusión a *Los pilares de la tierra*. Firmado el contrato, la obra pasó seis meses de revisiones, entre ellas la que al final decidió el título definitivo de *La catedral del mar*.

► **De puertas y pilares.** En ese proceso de *editing*, del que Liarás recuerda arreglos en la psicología de los personajes, recortes y «algunas muertes y resurrecciones», parte del trabajo se orientó hacia la mejor definición de Arnau, el protagonista, y su némesis Joan, «que sufría una súbita transformación al convertirse en inquisidor y le restaba credibilidad». Con Falcones satisfecho con las «propuestas de mejora», la novela quedó tan «redonda» que, cuenta Liarás, las lecturas en la editorial generalon un gran en-

tusiasmo, hasta el punto de tener que reimprimir por vez primera una tirada anticipada para los librereros, «que lo pedían a carretadas». Del excelente resultado final hablan para Liarás la «increíble apuesta» en ejemplares y promoción «200.000 euros sólo en marketing para librerías» y el hecho de que la novela, vía Sandra Bruna, se haya vendido a Italia, Holanda y Alemania antes ya de publicarse.

► **Campanazo promocional.** Eficaz como pocas, incluso para no desmerecer el símil promocional con Follett —aunque Falcones reitera que el protagonista «es Arnau, no el templo», *La catedral del mar* no ha hecho, sin embargo, sino iniciar su andadura. Distribuida masivamente, con reclamos como «una trama en la que se entrecruzan lealtad y venganza, traición y amor, guerra y peste» y con un amplio dispositivo de banderolas, expositores y puntos de lectura, la novela contará incluso en su lanzamiento con un itinerario guiado para la prensa, que presentará escenarios como el Call, la plaza del Blat, la calle de la Mar y la propia iglesia de Santa María, que promete convertirse en breve en emplazamiento de moda para miles de lectores. Para ello, Falcones y su construida novela han dado ya el primer campanazo: en una semana ya está en la lista de los más vendidos.

