

Muñoz Molina evoca su adolescencia y la llegada a la Luna

En *El viento de la Luna*, Antonio Muñoz Molina ha creado una bella novela de iniciación. El escritor recuerda aquel acontecimiento de 1969 mientras España padecía el franquismo.

4



ENSAYO

La autora estadounidense Joan Didion aborda en *El año del pensamiento mágico* la obsesión por la muerte de las personas más cercanas y queridas.

8



ARTE

La exposición *Diseño escandinavo. Más allá del mito* despliega en Vigo un panorama completo del desarrollo de un estilo que ha tenido gran influencia internacional.

11



NARRATIVA John Banville vuelve a sorprender con *El mar*, un drama a contratiempo que habla de la memoria y del dolor y el estorpe que causan algunas huellas. **5**

ARQUITECTURA Los auditorios son edificios en proceso de mutación. Tres nuevos ejemplos dan cuenta de esa tendencia. **13**

MÚSICA El acordeonista vasco Kepa Junkera habla en una entrevista sobre su nuevo disco, *Hiri*, realizado tras cinco años de un lento proceso creativo. **15**

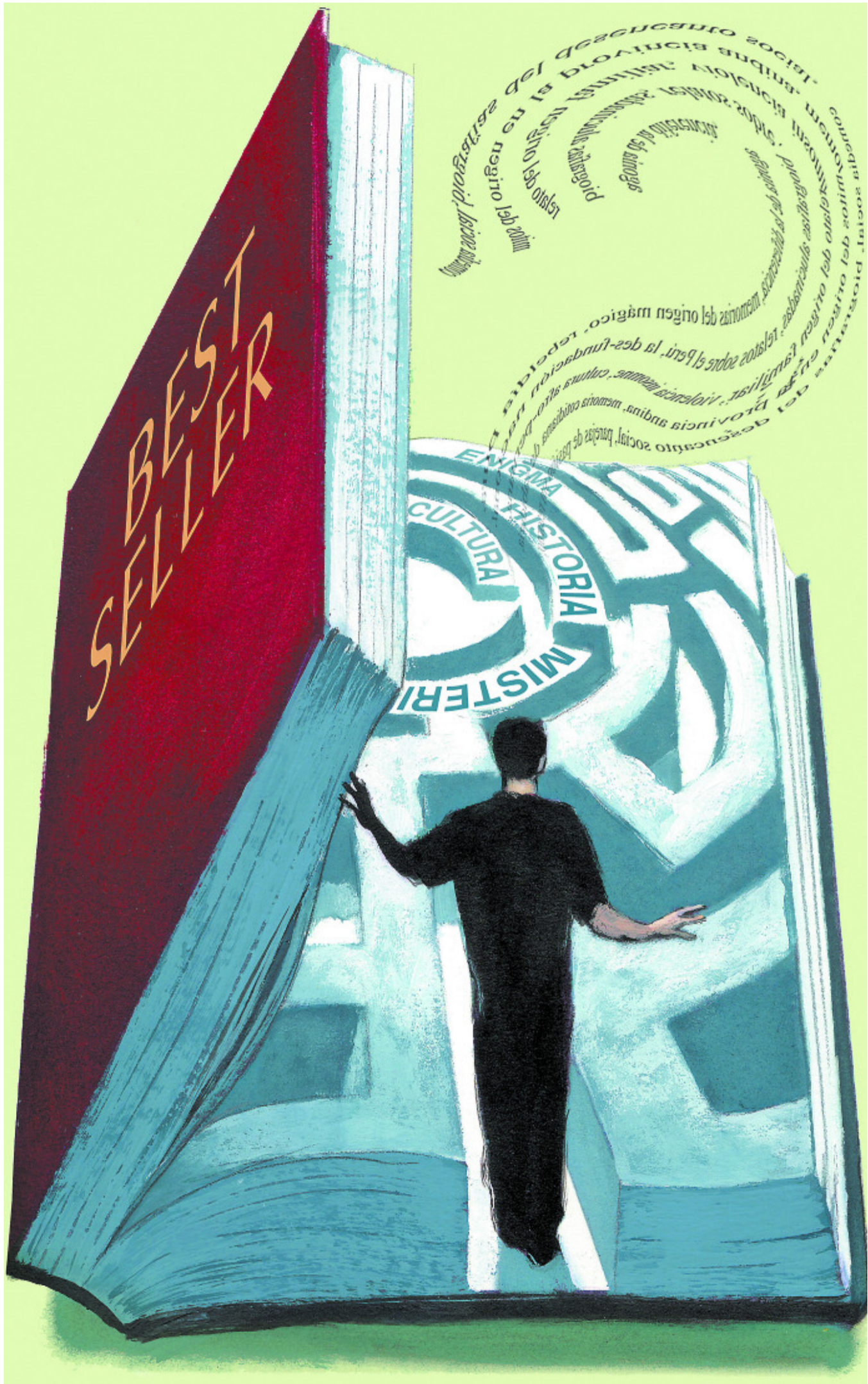


Ilustración de Fernando Vicente.

España exporta 'best sellers'

Más de cuarenta países, en veinte idiomas, leen entusiasmados a cinco autores españoles que han hallado la fórmula del superventas global. Matilde Asensi, Carlos Ruiz Zafón, Julia Navarro, Javier Sierra e Ildefonso Falcones buscan este año avanzar en su conquista internacional. Ellos, sus agentes y editores dan las claves de un éxito literario basado en el *thriller* histórico-misterioso-cultural. Un híbrido de géneros influenciado por las técnicas narrativas del cine. **Páginas 2 y 3**

CLAVES DEL 'BEST SELLER' ESPAÑOL

Con más de once millones de libros vendidos, cinco españoles entran en el club del *best seller* mundial. Son Matilde Asensi, Carlos Ruiz Zafón, Julia Navarro, Javier Sierra e Ildefonso Falcones. Ellos, sus agentes literarios y sus editores dan las razones de este éxito global. España se revela como fuente de creación de novelas que son superventas resumidas en el *thriller* histórico-misterioso-cultural.

La fórmula secreta del éxito

WINSTON MANRIQUE SABOGAL

Escondido entre las brumas que envuelven la historia del cristianismo, bajo el rastro de culturas perdidas en varios rincones de la Tierra y a la sombra de la posguerra española en compañía de la lectura aguardaba el secreto. El de la alquimia del éxito literario mundial de llegar al gran público que tanto ha esquivado a los escritores españoles.

Cinco de ellos han descubierto este secreto basado en la hibridación de géneros. Protagonizan un capítulo inédito en la historia de las letras españolas: conquistan imparables el mercado editorial internacional en más de cuarenta países, de una veintena de idiomas, y sus libros están en las listas de los más vendidos. Es la explosión global del *best seller* español protagonizada por Matilde Asensi, con *El último catón*, *Iacobus* o *El origen perdido*; Carlos Ruiz Zafón, con *La sombra del viento*; Julia Navarro, con *La Hermandad de la Sábana Santa* y *La Biblia de barro*; Javier Sierra, con *La cena secreta*, e Ildefonso Falcones, con *La catedral del mar*.

Ése es el orden en que han ido entrando al reducido club de los superventas junto a Ken Follet, John Grisham, Stephen King, Michael Crichton, Tom Clancy o Dan Brown.

Pero en menos de tres años los cinco novelistas españoles ya han batido marcas: han vendido más de once millones de ejemplares en todo el mundo, llegando incluso a China, Australia o Groenlandia. Es la respuesta española a una clase de novela universal que muestra la globalización del gusto literario, que va de los misterios de la religión a los misterios de la vida y del mundo. Además de que algunas serán llevadas al cine.

Autores y novelas unidos por tres palabras distintas: historia-misterio-cultura, y un solo objetivo verdadero: vocación internacional. Ésa es la parte visible de una ecuación que ha reinventado una parte de la literatura influenciada, cada vez más, por las técnicas narrativas del cine y que encierra en sí misma más secretos.



Los guerreros de Terracota custodiaban la tumba del primer emperador chino, Qin Shihuang.

Preámbulo

Es la primera vez que en el mercado extranjero coincide un grupo de novelistas españoles tan potente comercialmente. Para ir tras el rastro de este triunfo señalado por los lectores hay que ir a la década pasada. Allí está el precedente de este fenómeno literario con nombre propio: Arturo Pérez-Reverte, que empezó a despejar esta nueva ruta, según reconocen escritores, agentes y editores.

Las obras de este periodista, narrador y académico siempre han gozado del aprecio de los lectores españoles e internacionales hasta lograr el reconocimiento de la crítica. Un autor que como lector y escritor ha rendido tributo y reivindicado el género de aventuras conectado con una tradición literaria que junto a las peripecias narradas mezcla datos culturales a ritmo de *thriller*, sustentado en una investigación seria. Pérez-Reverte ha

publicado 17 libros, incluidos los cinco de la serie de *El Capitán Alatriste* (todos en Alfaguara), de los que lleva vendidos unos siete millones. Un éxito amplificado con varias adaptaciones cinematográficas de obras como *El Club Dumas*, de Roman Polanski, y la recién estrenada versión de Alatriste a cargo de Agustín Díaz Yanes.

Claves del éxito

La pista esencial para que los editores extranjeros empezaran a convertir a cinco autores españoles en los más internacionales del momento está en las cifras de venta nacionales. Todo empieza en 2001. La primera pista la da Matilde Asensi con *El último catón* (Plaza & Janés, pero hoy en Planeta), cuya acogida aumentó poco a poco hasta que en 2004 la onda exitosa de *El Código Da Vinci*, de Dan Brown, contribuyó a su impulso definitivo. La pista-campanazo la da

DESTINOS

Algunos de los países donde leen a Asensi, Ruiz Zafón, Navarro, Sierra o, en breve, a Falcones son: Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Islandia, Grecia, Portugal, Rusia, Lituania, República Checa, Bulgaria, Polonia, Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Argentina, Brasil, China, Corea, Australia...

Ruiz Zafón con *La sombra del viento* (Planeta, 2002), que conquistó millones de lectores con el boca a boca hasta traducirse a varios idiomas, lograr en 2004 el premio a la mejor novela extranjera en Francia y aparecer en las listas de los más vendidos en Estados Unidos o Alemania. Ya en medio del fenómeno *Da Vinci* aparece la pista-sorpresa: *La Hermandad de la Sábana Santa* (Plaza & Janés), de Julia Navarro, a la que siguió en 2005 *La cena secreta* (Plaza & Janés), de Javier Sierra, y esta primavera, la quinta pista asombrosa: la irrupción de Ildefonso Falcones y *La catedral del mar* (Plaza & Janés), que en sólo cinco meses ha vendido en España 700.000 ejemplares.

Obras heterogéneas cuya alquimia exitosa es una combinación de los siguientes elementos clásicos: *thriller* histórico o religioso, aventuras e intrigas suscitadas por la búsqueda de algún enigma en cuya travesía el lector recibe una pátina de cultura sobre arte, literatura, historia, geografía, política o costumbres sociales, y una promesa ofrecida desde el principio: el encuentro con una verdad insospechada o el desenmascaramiento de una legendaria verdad impostada. Todo ello fiel a un lenguaje claro, sencillo y directo.

Los cinco autores españoles son los primeros sorprendidos por esta acogida. "La fórmula del éxito es un misterio equiparable a la piedra filosofal o al Santo Grial; no puede medirse, pensarse ni reproducirse a voluntad", advierte Javier Sierra, cuya novela, traducida al inglés por el escritor Alberto Manguel, acaba de tener un gran desembarco en Estados Unidos, donde ha permanecido varias semanas en la lista de los más vendidos de *The New York Times*.

Para sus autores, la clave de estas novelas no encierra más secretos ni misterios que ser el libro que ellos querían leer. "Mi ambición", ha dicho Falcones, "es escribir novelas entretenidas que atrapen al lector, como las que me gustan a mí". Lo que Navarro resume como "la novela que me apetecía hacer". Y que Asensi amplía al decir que ella no escribe pensando en los lectores, sino en lo que le gusta, en lo que le atrae y con lo



Matilde Asensi (Alicante, 1962).

En 1999, **Asensi** debutó con *Iacobus* (Plaza & Janés). La progresiva acogida de *El último catón* en 2001 aumentó su caché. Sus cuatro novelas, de las que lleva vendidas más de un millón de ejemplares, han sido traducidas a 12 idiomas de una veintena de países. En cada obra, Asensi explora un hecho histórico diferente. Este mes presenta *Todo bajo el cielo* (Planeta), situada en China.



Carlos Ruiz Zafón (Barcelona, 1964).

Los primeros libros de **Ruiz Zafón** son de literatura juvenil. En 2002 publicó *La sombra del viento* (Planeta), situada en la Barcelona de la posguerra civil española es un *thriller* de intriga y misterio en torno a un libro. La novela ha obtenido varios premios, se ha traducido a 30 idiomas y ha vendido más de seis millones de ejemplares. Espera acabar este año su nueva obra.



Julia Navarro (Madrid, 1953).

Navarro, periodista reconocida, tiene varios libros sobre política española. En 2004 editó su primer obra de ficción: *La Hermandad de la Sábana Santa*, y en 2005, *La Biblia de barro* (Plaza & Janés). *Thrillers* religiosos conectados con el presente en torno a misterios del cristianismo. Ha sido traducida a 25 idiomas y ha vendido más de un millón de libros.



Javier Sierra (Teruel, 1971).

Sierra, periodista especializado en hechos misteriosos y extraños, debutó en la novelística en 1998 con *La dama azul*. En 2004 quedó finalista del III Premio Ciudad de Torrevieja con *La cena secreta* (Plaza & Janés), donde desvela enigmas de *La última cena*, de Da Vinci. Esta obra ha sido traducida a más de 30 idiomas y ha vendido casi dos millones de ejemplares.



Ildefonso Falcones (Barcelona, 1959).

Abogado de profesión, *La catedral del mar* es la primera novela de **Falcones**. Aborda la construcción de la catedral barcelonesa en el siglo XIV y combina historia, aventura e intriga en torno al personaje protagonista. La obra apareció en marzo y ya ha vendido 700.000 ejemplares. La venta de sus derechos a otros países ha empezado (van 10), al igual que sus traducciones.

CLAVES DEL 'BEST SELLER' ESPAÑOL

que disfruta de verdad. Para luego dar una pista más clarificadora: "Soy una persona muy normal", lo cual facilita que su gusto coincida con el de muchos lectores.

Reinvención de un género

Descubrir, conocer y aprender son los beneficios y bondades que suman estos nuevos *best sellers* al ya sabido entretenimiento. "Sin duda", reconoce Sandra Bruna, agente de Falcones, "*El Código Da Vinci* ha abierto una línea de lectores que se ha ido enganchando a historias con trasfondo histórico-religioso, especialmente, y que los autores españoles empiezan a hacerlas suyas al asumir miradas originales o abordar temas autóctonos, más nuestros". Es el caso de las novelas de Falcones y Ruiz Zafón, que tienen como escenario Barcelona. Para Bruna, la gran clave del despertar de estos nuevos lectores está en la incorporación potente del misterio dentro de la narración histórica.

Desvelado este hallazgo, David Trías, editor de Random House, grupo al que pertenece Plaza & Janés, da con otro que ayudaría a comprender más esta gran acogida: "Los lectores buscan lecturas acordes a los tiempos que corren: rápidas, ágiles, divertidas y donde aprendan". Una trampa al tiempo al encontrar múltiples beneficios con un mínimo de acción.

Y ante estos lazos que conectan a millones de lectores en diferentes países Javier Sierra aporta otro: "La sensación de estar ante una revelación, una trama que abandona el mundo gris, muchas veces depresivo, que rodea a cierta clase de literatura". Un interés que empezó por los temas religiosos que con una lectura actual son eficaces narrativamente. Según el filósofo Juan José Tamayo, "interesan porque la Iglesia los ha vetado por mor de una ortodoxia que ha eliminado temas que no cazan con la doctrina oficial y ante ese escamoteo la gente se revela, quiere saber".

Es el micromundo, microsistema literario donde no hay época, ni persona, ni tema, ni misterio, ni región excluida ante el resquebrajamiento de verdades. Ahora lectores y autores tienen menos prejuicios por estos libros. Ya nadie teme decir que quiere llegar al gran público y vender. Por eso no entienden por qué la crítica española sigue dando la espalda a los lectores y mirando estos libros con desdén. Recuerdan que muchas de las grandes obras de la literatura surgieron de libros populares y de momentos creativos como esos.

Respuesta a un pecado

Con aplauso de crítica o no, son miles de páginas triunfales que también son una señal y guardan una revelación: una crítica al elitismo literario. "Surgen de un cansancio de los lectores frente a novelas sesudas y densas, y al agotamiento del tema introspectivo y que urde en la condición humana", afirma Trías. "Ha habido", añade, "una literatura muy exigente que ha pecado de cierta soberbia y eso ha ahuyentado a cierto ti-



Dos monjas, ante la Sábana Santa, en la catedral de Turín.

REUTERS

po de lectores que han acabado buscando otras cosas".

"A mí un libro me invita a soñar, a ver con una óptica distinta algo que creía una verdad inamovible y me invita a pensar, además de entretenerme", dice Sierra. Y aclara que en parte estas obras gustan porque acercan a los lectores al mundo de la cultura sin hacerla plúmbea o inaccesible, y hacen pensar al lector en una dimensión que estaba reservada a las élites intelectuales.

La sociedad cambia, la manera de expresarse cambia, y eso hace que la novela vaya acorde con los tiempos, coinciden Asensi y Navarro.

¿Pero, cómo son las vísperas de la inspiración y el proceso creativo de estas novelas? Matilde Asensi deja entrever su génesis: "Las ideas nacen leyendo, leyendo mucho, leyendo libros muy distintos sobre temas muy diferentes. Luego, se enlazan en mi cabeza sin que yo sepa muy bien cómo. De repente, dos ideas aparentemente inconexas se funden creando algo nuevo. A partir de ahí, voy profundizando en los temas que más despiertan mi atención, que más me deslumbran y me apasionan. Siempre digo que yo invento poco, que la historia me lo da casi todo. En cuanto al

tiempo, suelo tardar dos o tres años por libro, de los cuales uno, el último, está dedicado íntegramente a escribir. Pero lo más complicado o difícil es la documentación, la búsqueda de datos, de información concreta".

La ecuación que convierte el libro en superventas, más allá de temas, está en hallar la sintonía entre escritor, editor y lector. Es lo que quieren todos, en especial estos autores que hoy personifican los principales procesos de la creación literaria: Ildefonso Falcones perfila su nueva obra; Javier Sierra investiga sobre el tema a punto de novelar; Julia Navarro está en mitad de la escritura que terminaría en primavera; Carlos Ruiz Zafón, tras cinco años sin editar, está terminando un libro que aunque no es una continuación de *La sombra del viento* sí estará conectado con algunos de sus temas, y Matilde Asensi se alista para presentar el 19 de septiembre su novela y renovar el diálogo con sus lectores a través de *Todo bajo el cielo* (Planeta), donde los llevará tras los enigmas que rondan la historia de China y su primer emperador.

Se reinicia, así, el avance y consolidación de un tipo de novela que pertenece a una nueva especie de calambur literario.

Estas novelas guardan, también, una crítica al elitismo literario, "a una literatura que ha pecado de cierta soberbia", dice David Trías

Novela de revelación

Jesús Ferrero

¿EL GÉNERO "novela histórica" está llegando al clímax en su comunión con el lector? Que la novela histórica con su instinto pedagógico funcionara al final del siglo XIX no extraña a nadie: entonces muchos lectores hacían turismo a través de las novelas, como viene a decir García Gual en *La Antigüedad novelada*. Sorprende más que ahora vuelva a estar en alza, si bien en este momento se trata de una modalidad concreta de la novela histórica: la apocalíptica, que tiene muy en cuenta el concepto misterio y recupera, si bien de forma muy profana, el sentido religioso que tuvo el término.

El hecho de que haya ya unos cuantos autores españoles maestros del género y que venden bien en el extranjero dice mucho acerca de la globalización de las modas pero también es la prueba de que en España se saben elaborar éxitos internacionales que antes no se daban con tanta claridad.

Las razones de éxito de las "novelas de revelación" son múltiples, pero sobre todo hay una: vivimos en tiempos imprevisibles, y lo imprevisible tiende a parecerse siempre apocalíptico. De ahí que triunfen las narraciones de factura tradicional y muy asimilable, que se presentan al lector como una revelación casi religiosa cuando no como una revelación presuntamente histórica y que atañe a la Historia. Ocurre además que algunas se desarrollan en forma de *thriller*, elemento que introduce una cierta novedad en un género que parecía agotado y que sin embargo es ahora cuando está alcanzando su mejor momento.

A pesar de haber abordado a veces temas apocalípticos e históricos, no he practicado nunca el género, ya que el tema y la época no definen una novela: la define el procedimiento, pero estimo que se trata de un fenómeno a tener en cuenta. Los editores lo saben mejor que nadie.

Revolución editorial

LA EXPLOSIÓN internacional del *best seller* español ha provocado una revolución en el mundo editorial. Para empezar, es una veta literaria que se refleja en el número de manuscritos que reciben las editoriales; si antes era uno de cada diez, ahora son seis o siete.

"El fenómeno nos ha cogido por sorpresa y nos ha obligado a

reestructurar departamentos y a crear otros", cuenta David Trías, de Random House Mondadori, uno de los grupos más grandes que hay en España. Por ejemplo, han creado el Departamento de Derechos Internacionales para asesorar a escritores y vender sus obras en el extranjero. También han modificado sus estrategias de promoción, ahora más acor-

des a cada autor, y promueven más los encuentros entre ellos y los distribuidores y librerías.

Con respecto al mercado mundial, la posición española es más fuerte, asegura Cristina Mora, jefa del Departamento de Derechos Extranjeros de Planeta, otra de las editoriales potentes. "Ahora los editores miran con más atención la edición en caste-

llano", afirma. Incluso "los libros ya se venden a otro idioma incluso manuscritos, y en condiciones económicas nada desdeñables".

En cuanto a la conquista de lectores, el libro es tratado, cada vez más, como un espectáculo y se promociona como el cine y la música. Empiezan con un precalentamiento publicitario antes de su salida,

entrevistas, ruedas de prensa o viajes con el autor. "Esto se está profesionalizando poco a poco", asegura Trías, y añade: "Buscamos ser atrevidos y agresivos y apoyar el lanzamiento desde todos los frentes posibles incluido Internet y las páginas web de los autores para crear un contacto con el lector". w. m. s.