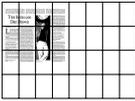


		Tirada: <b>231.138</b>	Sección: <b>Cultura</b>	
		Difusión: <b>196.591</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>624</b>	
Nacional	General	Audiencia: <b>688.068</b> (E.G.M)	Ocupación (%): <b>51%</b>	
Diaría		02/06/2005	Valor (Ptas.): <b>685.957</b>	
			Valor (Euros): <b>4.122,68</b>	
			Página: <b>38</b>	Imagen: <b>Si</b>

Dan Brown es el Rey Midas de la literatura internacional. Sus libros *-El código Da Vinci, Angeles y demonios, La conspiración (El gran engany en catalán)-* se han encaramado a las listas de los más vendidos en medio mundo. Como medida de protec-

ción, Brown lleva años sin conceder entrevistas. Sin embargo, el pasado martes se reunió en Nueva York con sus editores internacionales. Entre ellos estaban Gregorio Vlastelica, director editorial del grupo Urano (al que pertenece Umbriel), y Ernest

Folch, máximo responsable literario del Grup 62 (Empúries). Folch rememora aquí sus impresiones acerca del cara a cara que mantuvo con el protagonista del fenómeno literario -con el permiso de Harry Potter- más importante de los últimos tiempos.

## Tres horas con Dan Brown

ERNEST FOLCH / HOTEL PENÍNSULA, NUEVA YORK

La cita es en el Fives, el bar del hotel Península, en la Quinta Avenida de Nueva York. Es una cita misteriosa, sin guión y casi sin previo aviso. Los editores de Dan Brown tendremos tres horas, tres, para hablar con él y contarnos todas nuestras experiencias.

La cita se ha cambiado varias veces de sitio y de fecha, dicen que por razones de seguridad.

Probablemente, pues, no habrá otra oportunidad. Todos estamos aquí, puntuales, para acudir, desde cada rincón del planeta, a charlar con el autor estrella del mo-

**“VIVÍ DOS AÑOS EN España, en Sevilla, y pasé unos días en Barcelona; todavía hablo castellano”, explica el autor de moda**

mento. Pero Dan Brown no aparece porque simplemente ya está. Ha acudido a la cita antes que nadie para ser él quien reciba, uno a uno, a los afortunados editores a quienes ha hecho saltar la banca en todo el mundo.

El tipo es de lo más normal, estatura media, quizás uno setenta y pocos, pelo tirando a rubio y un peinado con raya al lado de manual. Viste de lo más previsible, es de-

ERNEST FOLCH, director editorial del Grup 62, al que pertenece Empúries

cir, con el jersey de cuello alto y la americana beige que le hemos visto en todas las fotografías. Su actitud es relajada y firme, nos saluda a todos con el conveniente: “Nice to meet you”, y sus ojos azules nos miran con una cierta frialdad y dulzura.

Escucha cada historia de cada editor con una paciencia infinita, quizás porque ya sabe que su libro ha cambiado, en cierta forma, el destino de todos los que están allí. Cuando llega mi turno, todavía hay poca gente, el editor alemán, el polaco y un subagente coreano. Dan Brown da un paso adelante y me da la mano, alguien le ha dicho que represento a la editorial catalana. Es muy efusivo y, hechas las introducciones de rigor, me dice: “Yo viví dos años en España, estuve en Sevilla”. “¿Así que eso no era una invención?”, le pregunto. “Por supuesto que no. Aprendí castellano y todavía lo hablo. De aquellos años conservo el recuerdo de la Alhambra, uno de los lugares más bonitos que he visto nunca”. “¿Y Barcelona?”, digo impaciente. “Estuve dos días en Barcelona, y me pareció una ciudad magnífica. Jugué con unos amigos a squash y desde aquel día asocio el squash con Barcelona”, me comenta riendo. Justo en aquel momento entra el editor británico, con 5,6 millones de libros vendidos sobre sus espaldas, y el alemán, un héroe que publicó *Angeles y demonios* antes que *El Código...* se publicara en Estados Unidos, es decir, alguien que creyó en Dan Brown antes de que existiera Dan Brown. Ha tenido un justo premio: más de 4 millones vendidos del *Código*, casi 3 de *Angeles y demonios*. Pero la historia de la noche es la de los editores brasileños, de la editorial Sextante, que, a pesar de no haber editado nunca ni un solo libro de ficción, apostaron por el *Código...* antes incluso de que se publicara en Estados Unidos, simplemente porque les había gustado la novela y porque les costó un precio irrisorio. Han vendido 800.000 li-



El novelista Dan Brown

PHILIP SCALA / DOUBLEDAY

bros, y siguen. Dan Brown sigue curioso todas estas historias, que está oyendo, como nosotros, por primera vez. “¿Y el guión de la película?”, le pregunta alguien desde lejos. “Nunca me atreví a hacer el guión de *El código da Vinci*”, explica Brown. “Había hecho cuatro o cinco guiones de cine en mi vida, era un género que dominaba. Pero *El código da Vinci* me superó, es un libro demasiado complejo. Y ahora estoy contento del trabajo que han hecho los guionistas. Han conseguido reducir el libro a la mitad y me lo han respetado: es un milagro! Por eso tengo la sensación que la película va a quedar muy bien”. En aquel momento me atrevo a hacerle la pregunta inevitable:

—¿Cómo has manejado este éxito?  
—Lo tenía muy fácil: simplemente me tenía que aislar. Y he tenido la suerte de tener una mujer maravillosa que me ha ayu-

### VISTE DE LO MÁS

previsible, con el jersey de cuello alto y la americana beige que le hemos visto en todas las fotografías

dado mucho. El éxito sólo ha sido un problema a la hora de escribir la nueva novela: costaba mucho, ante toda esta avalancha, ponerme a escribir un nuevo libro. Pero ahora ya pasó y trabajo sin descanso.

Su pequeño monólogo acaba con una reflexión proverbial: “En este país todo el mundo te ayuda a tener éxito, pero una vez llegas arriba del todo, nadie te lo perdona”. Llegan Gregorio Vlastelica y Carlos Martínez, de Urano-Umbriel, una editorial que se ha encontrado el éxito mercedamente porque también creyó en el libro antes que nadie. Y desfilan los finlandeses, los americanos y los chinos, en un rincón de la fiesta, sin decir nada, pero ya, en pocas semanas, con casi un millón de ejemplares vendidos.

Esta es la historia de una gran partida de póker planetaria que han ganado el autor y los editores que están en esta sala, es el *rien ne va plus* de la edición, el libro que cambió para siempre la historia de la edición y muchas más historias. Cuando salgo a la calle, la mismísima Quinta Avenida parece más real y más humilde que nunca.●