



La letra con juegos entra

Los nuevos best sellers. Sin publicidad y sin autores de tirón, hay libros que se convierten en éxitos inesperados aunque no siempre aparecen en las listas de ventas. ¿La clave? Explotan el último invento para vender literatura: juegos en Internet que sólo pueden disfrutar quienes hayan leído el libro. Es el caso de "Kalixti", "La buena suerte" o "El código Da Vinci".

MARÍA CIRLUJANO y PEPA REBOLLO / FOTOS: PEDRO CORRO

Existe una ciudad llamada *Kalixti* cuyo emplazamiento nadie conocía hasta hace poco. Una ciudad habitada por seres de extraordinaria sabiduría, autores de grandes prodigios tecnológicos y cuyo objetivo es contribuir al desarrollo de la especie humana. No existen mapas para llegar hasta ella, pero Pedro Terrón, un publicista valenciano reconvertido en escritor, ha decidido acercar este mágico lugar a los lectores españoles. *Kalixti, la ciudad perdida* y *Kalixti, la llave del amanecer* son los dos primeros títulos de la *Saga de las estrellas*, el proyecto literario de Terrón que se completará con otros cinco libros.

No son sólo libros de aventura y fantasía "o de espada y brujería", en palabras del autor. Cuando esta historia nació en la mente de Pedro Terrón lo hizo ya con forma de parque temático y, gracias a los consejos de un empresario y a las revisiones realizadas por una escritora, se convirtió primero en novela y luego en saga. Y poco a poco van surgiendo espacios nuevos: una fundación, una página web -con juego incluido, aún en fase de desarrollo-, un proyecto cinematográfico -para el que se recogen firmas en la web- y una serie de expediciones. La primera tendrá lugar este verano en la ría de Vigo y partirá en busca de unos galeones hundidos. La idea es que en la expedición participen *kalixtinos*. Pero no cualquiera, sino aquellos que demuestren, mediante el juego de la página web (www.kalixti.com), que realmente es merecedor de ello.

¿Un proyecto faraónico? ¿Una quimera? Es posible, pero Pedro Terrón está re-

suelto a llevarlo a término. Y es que, aunque alguna vez haya pensado aquello de "quién me mandaría a mí meterme en esto", *Kalixti* ya no es sólo una fantasía suya. Miles de lectores participan ya de su particular forma de hacer soñar, de provocar reflexiones, de "crear para compartir" como reza su lema.

Y lo está consiguiendo. La editorial, que lleva el mismo nombre de la saga, *Kalixti*, acaba de sacar la tercera edición de *Kalixti, la ciudad perdida*, y la segunda de *Kalixti, la llave del amanecer*. Por si fuera poco, la Casa del Libro le ha dedicado uno de los escaparates de su sede de la Gran Vía madrileña.

Como éste, cada vez son más los fenómenos literarios que alcanzan un éxito insospechado incluso para los propios autores. Pero si se pueden contar con los dedos de una mano los escritores que venden más de un millón de ejemplares de sus libros en todo el mundo, aún son menos los que alcanzan el éxito con su primera obra. Y más aún, antes de su publicación y sin campaña de marketing.

Álex Rovira Celma y Fernando Trías de Bes son los protagonistas de otro fenómeno editorial, esta vez sin precedentes en España. Su libro, *La buena suerte. Cla-*

OBJETIVOS

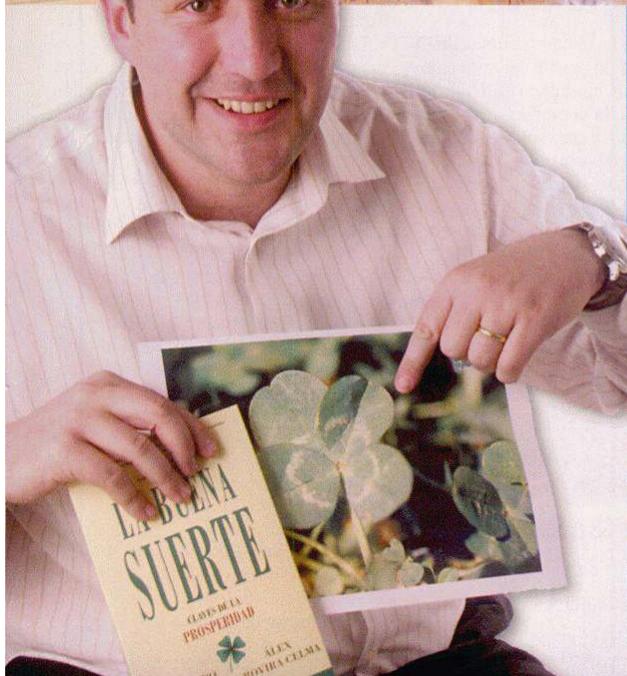
● Para Pedro Terrón, autor de "La saga de las estrellas", sus obras son "una forma de hacer soñar, de crear para compartir"



ves de la prosperidad (Empresa Activa) ya estaba vendido en 38 países y traducido a 14 idiomas antes de entrar en imprenta. Apenas diez días después de estar en las librerías españolas, ya era número uno en las listas de No ficción. Y, a día de hoy, su editor sigue recibiendo ofertas editoriales de todos los rincones del mundo incluidos Japón, Indochina o Taiwán.

Libro de referencia

Maru de Montserrat, de la agencia literaria International Editors, ha puesto su granito de arena para que *La buena suerte* se convierta en lo que ya es: un libro del que todo el mundo quiere tener una opinión. Fue ella quien movió el manuscrito durante la pasada Feria del Libro de Frankfurt, la más importante del mundo, convencida de que tenía un éxito entre sus manos. "Vi que el libro funcionaría pero dudaba de que fuera exportable, ya que nadie conocía a los autores, ni siquiera en España. Pero había que intentarlo y crear las condiciones, siguiendo la filosofía del propio libro de Álex y Fernando, para que ►►



"KALIXTI, LA SAGA DE LAS ESTRELLAS"

Esta serie literaria de fantasía le ha cambiado la vida a su autor, Pedro Terrón. De publicista y gerente de un videoclub, a escritor y empresario. Porque "Kalixti" es, además de la ciudad donde suceden parte de las aventuras de las que es autor, una editorial, una fundación, un juego en Internet, un proyecto empresarial. De momento ha conseguido publicar tres ediciones de su primera entrega, y dos de la segunda. Y ocupar un lugar de honor en el escaparate de la Casa del Libro de Madrid. Su página "web" recoge infinidad de comentarios de ánimo y felicitación de sus lectores.

"LA BUENA SUERTE"

Éranse una vez dos caballeros, "Sid el blanco" y "Nott el negro", a los que "Merlin" les propone un reto: encontrar en el bosque encantado un trébol de cuatro hojas que tiene que nacer en siete días. El trébol les dará una suerte ilimitada. Se trata de una historia sencilla, para todos los públicos, que ya antes de publicarse se había vendido a 38 países y traducido a 14 idiomas. Con sólo diez días a la venta se situó en el número uno en las listas de No Ficción. Álex Rovira Celma (foto de la izquierda) y Fernando Trias de Bes, autores noveles de este cuento, son los protagonistas de un fenómeno editorial sin precedentes en España. Ya han vendido más de 50.000 ejemplares.

Tirada:	99.100
Difusión:	64.237
	(O.J.D)
Audiencia:	224.829
	(E.G.M)
	05/04/2004

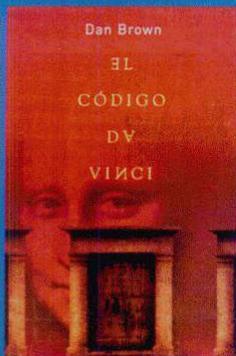
Sección:	-
Espacio (Cm_2):	574
Ocupación (%):	96%
Valor (Ptas.):	1.622.748
Valor (Euros):	9.752,91
Página:	74



Imagen: **Si**

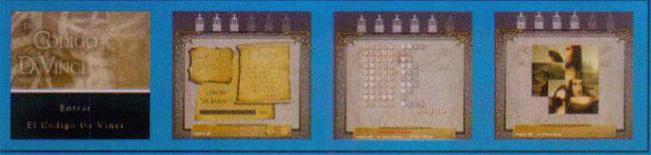
LIBROS

EL MISTERIO MÁS VENDIDO



"El código Da Vinci", de Dan Brown, estuvo durante 37 semanas en el número uno de las listas de Estados Unidos, donde ha vendido más de cuatro millones de ejemplares. A España llegó el pasado mes de octubre con muy buenas referencias. Esto animó a Umbriel Editores, una pequeña editorial española creada en el año 2000, a comprar los derechos y sacar una primera hornada de 100.000 ejemplares. Desde entonces, ha tenido un ritmo de ventas de medio millón de ejemplares por trimestre. Y eso, sin publicidad. "Apostamos por el libro por la calidad de su contenido, su originalidad y su ritmo trepidante", dicen. Reconocen que el libro ha contado con un inestimable apoyo: la creación de un juego para Internet (www.elcodigodavinci.com) que no se puede resolver si no se ha leído antes el libro. En España, ha sido visitado por más de 760.000 personas pero sólo lo han resuelto 20.000 internautas.

IMAGENES DEL JUEGO



«Esto ocurriría. Ha sido como poner una pica en Flandes».

Esto ha ocurrido en una pequeña editorial, Empresa Activa, cuyas tiradas habituales no pasan de los 10.000 ejemplares. Y ya es un mérito. Maru de Montserrat y el equipo editorial decidieron apostar y comenzaron con 25.000 ejemplares en castellano y 5.000 en catalán. El éxito fue tal que a la segunda semana de estar a la venta hubo que imprimir otros 25.000 ejemplares. "Si tenemos en cuenta que autores consagrados suelen tener tiradas en torno a los 80.000 ejemplares, podemos hablar de un éxito rotundo en el caso de *La buena suerte* -dice Maru de Montserrat, que achaca el éxito a la necesidad que tiene la gente de recibir ayuda-. Son libros sencillos, con un mensaje claro que da esperanzas y ayuda a saber hacia dónde ir. Por eso creo que el libro gusta a todos".

Los autores, ambos noveles, no salen de su asombro. Su obra está causando furor entre lectores que han puesto en marcha el ansiado mecanismo del boca a boca, recomendando la existencia del libro. "Está funcionando como un tiro y, sinceramente, se te hace extraño. Tiene un tirón bestial", dice Álex Rovira. Él piensa que la clave del éxito, en su caso, ha sido la simplicidad de una historia que han contado en forma de fábula.

Pero todo tiene su parte negativa. En ocasiones, la categoría de best seller puede suponer un tinte peyorativo para algunos escritores. Los autores de *La buena suerte* no tienen ese problema: "Nosotros no aspirábamos a hacer gran literatura por-

que no somos propiamente literatos. Aunque, ya que nos poníamos a escribir, lo hicimos con amor y ternura". No contaban con codearse con los autores más vendidos. Y, menos aún, con tener su propio juego en Internet (www.labuena suerte.com) "que ayuda a darlo a conocer y que sirve a lectores de todas las edades", comenta entusiasmado Álex.

Los predecesores

La buena suerte ha seguido la estela de *El código Da Vinci*, la novela del norteamericano Dan Brown, editada en Umbriel que triunfa en todo el mundo. Una especie de *Harry Potter* para adultos pero escrita por un autor hasta ahora totalmente desconocido y que, sin embargo, vende a manos llenas. La editora Aránzazu Sumalla fue la descubridora de este best seller para España. "Nos llegó muy recomendado. En principio parecía uno más, pero se lo dimos a un lector externo para que nos hiciera un informe. Yo también lo leí y me enganchó. Así que decidimos hacer una oferta de 10.000 euros para quedarnos con los derechos, que después subimos a 15.000".

SORPRESA

● Editores de 38 países se interesaron por el libro "La buena suerte" antes de ser editado. En España ya ha vendido 50.000 ejemplares

Mediante un pequeño sondeo comercial, comprobaron que *El código da Vinci* prometía. Y no se equivocaron. Pero también reconocen que el libro no habría vendido tanto entre nosotros de no ser por el hueco que se ha ganado en Internet. Desde Estados Unidos *El código Da Vinci* llegó acompañado de un juego que fue mejorado en España, y que sólo se puede resolver si se ha leído el libro. "Este tipo de complementos se van a convertir en algo normal. En este caso, el juego ha ayudado mucho a vender el libro", comenta David Fariñas, director de nuevas tecnologías de la editorial Umbriel.

Otro de los éxitos predecesores fue *¿Quién se ha llevado mi queso?* (Empresa Activa), de Spencer Jonson, un libro que en España ha vendido 1.500.000 ejemplares y del que la editorial tiene previsto vender dos millones más en 2004. Spencer Johnson llegó incluso a sacar una versión para niños que se convirtió en el primer libro de autoayuda para los más pequeños.

Como estos, hay otros libros con más ventas que fama. Pocos libros han tenido la repercusión en caja de *El caballero de la armadura oxidada*, de Robert Fisher (Obelisco). Las enseñanzas éticas que contiene, impartidas con gran sencillez y con un toque de humor muy sutil, han hecho que este libro lleve ya ochenta ediciones vendidas y ha dado lugar a que otros autores, como el psicólogo español Carlos Velasco, hayan ampliado y estudiado esta obra. Su libro *Enseñanzas del caballero de la armadura oxidada*, también editado por Obelisco y del que se han vendido nueve ediciones, analiza los símbolos que aparecen en el libro de Fisher, desvelando el sentido de las siete pruebas por las que atraviesa el protagonista, del que se ha revelado como uno de los libros más vendidos en su género. Entre las enseñanzas que Velasco destaca está la de "poner en práctica lo que ya sabemos, porque un conocimiento sin práctica es locura. Si lo ponemos en práctica, la transformación interior es muy rápida". Además, asegura que "es una historia en la que todos nos vemos reflejados. Es un libro para todas las edades, desde adolescentes hasta ancianos. Mi libro sirve para que la persona clarifique sus problemas y logre estrategias para desarrollar su potencial interior".

En la misma línea están *La princesa que creía en los cuentos de hadas*, que va por la edición 41 y ha vendido más de medio millón de ejemplares, *El búho que no podía ulular*, con 21 ediciones y más de medio millón de ejemplares vendidos o *El hombre más rico de Babilonia* (19 ediciones). Lo curioso de estos tres libros es que aunque son títulos ingleses, el verdadero fenómenos de ventas es curiosamente en castellano.