


| | | | |
|---|--|--|---|
| el Periódico de Aragón Aragón General Diaria | Tirada: 18.455 Difusión: 14.846 (O.J.D) Audiencia: 51.961 | Sección: - Espacio (Cm_2): 766 Ocupación (%): 70% Valor (Ptas.): 262.656 Valor (Euros): 1.578,60 Página: 56 |  Imagen: Si |
| | 03/01/2004 | | |

El fenómeno literario del año es el misterio de un puzle perfecto

España vende 2.400 ejemplares diarios de 'El código Da vinci'

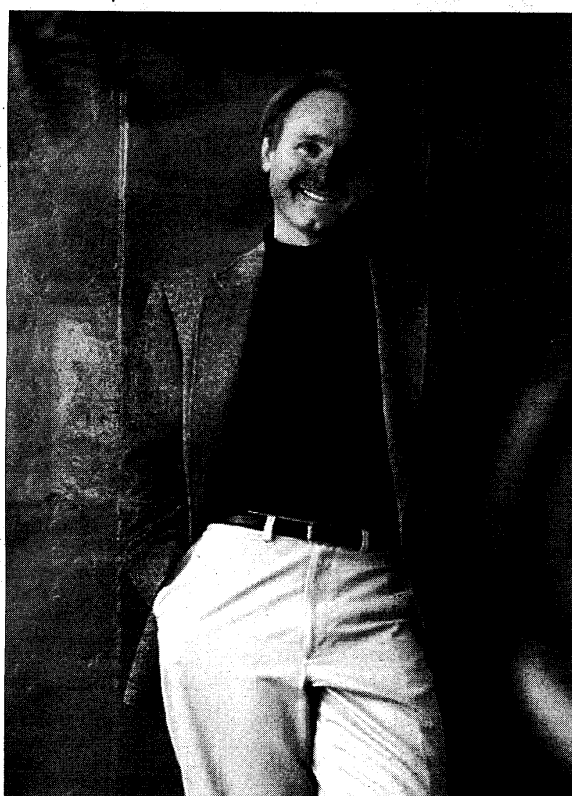


EL CÓDIGO DA VINCI
AUTOR: Dan Brown
TRADUCCIÓN: J. Estrella
EDITORIAL: Umbriel
PÁGINAS: 557
PRECIO: 16,5 euros

LAURA ESTRIRADO

➡ Poco antes de su publicación en Estados Unidos, 5.000 preimpresiones de *El código Da Vinci* salieron certificadas de la editorial Doubleday hacia las mesas de otros tantos libreros y críticos. Con este flanco cubierto, el autor de la novela, Dan Brown, ultimó el que sería el asalto definitivo: una web basada en el thriller sobre la historia del arte, la religión, las sociedades secretas y un enigma con 2.000 años de antigüedad: el paradero del Santo Grial. Una promoción nueva en el mundo editorial, pero con mucho rodaje en la venta de películas y videojuegos. De momento, en EEUU ya ha vendido cuatro millones de libros.

El código Da Vinci, que ya se ha exportado a 30 países -como Brasil, Holanda, Corea, Suecia y Taiwán-, también es un fenómeno en España, donde desde el 20 de octubre ha vendido 125.000 ejemplares. Algunas grandes editoriales aún no deben de creerse que dejen escapar este bombón en la Feria del Libro de Fráncfort del 2002. La jugada de Umbriel -que casi ha agotado una primera edición de 100.000 ejemplares, aunque el 40% va para Latinoamérica, y que ya tiene en máquinas una segunda de otros 100.000- fue tener un buen olfato y comprar los derechos antes de que la novela se publicase en EEUU. (Círculo de Lectores ha vendido casi 57.000 ejemplares; y



➡ Dan Brown, el autor del popular libro.

EL PERIÓDICO

sumados todos arrojan la friolera de 2.400 libros de media de ventas diarias).

«El secreto del thriller de Brown es que es una especie de resumen de la historia del arte y la religión presentado como un juego de códigos que gusta tanto al público lector

como al no lector», explica Aranzazu Sumalla, editora de Umbriel.

«Brown no ha inventado el thriller del siglo XXI, pero ha construido un puzle perfecto», dice Sumalla de la novela protagonizada por el profesor de simbología Robert Langdon, cuya misión es descifrar un misterio

rioso código escrito por el conservador del Louvre minutos antes de morir. A saber, partiendo de hechos que el autor «jura» que son «reales» (descripciones de obras de arte, arquitectónicas y rituales secretos) y de dos organizaciones opuestas (el Priorato de Sión -sociedad secreta fundada en 1099 para proteger el Grial, fundadora de la orden de los templarios, y de la cual fueron maestros Leonardo da Vinci y Víctor Hugo- y el Opus), el lector vuela, literalmente, por más de 500 páginas llenas de pistas para resolver el código ideado por el pintor renacentista. Todo esto pasando por diferentes escenarios, nombres cifrados y progresiones matemáticas que descifran anagramas, como el que deja el conservador del Louvre: «*Diavole in dracon; limala, asno*» (Leonardo da Vinci; la *Mona Lisa*).

LA POLÉMICA

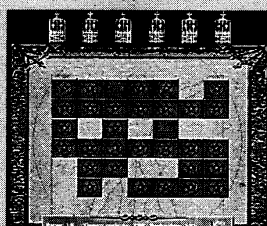
Aunque la mayoría de críticas han sido buenas -«la perfección de un best-seller» (*The New York Times*); «cautivador» (amazon.com)-, *El código Da Vinci* también ha recibido algún palo. Cómo no, por internet, en la web del Opus Dei, a la que quien no quiera que le desvelen el final debe cuidarse mucho de entrar. Quizá porque el personaje de Silas, un numerario con ciliicio incluido, es un asesino; quizá por frases lapidarias como «la Iglesia tiene 2.000 años de experiencia en eso de presionar a los que amenazan con desvelar sus mentiras», o porque en la novela se habla de la vida sexual de Cristo. Pero a juicio de Sumalla, esta es una actitud «ridícula».

Como buen fenómeno, éste también será llevado al cine. Por Columbia Pictures. Y Brown ya ha elegido director: Ron Howard. ○

DIFUSIÓN

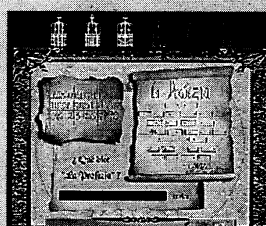
EL GRAN ÉXITO DEL MÁRKETING EN LA RED

Seis puertas. Seis enigmas. Y un premio. Desde mediados de octubre más de 40.000 internautas han hecho de criptólogos en la web de Urano homónima al éxito de Dan Brown (www.elcódigodavinci.com), adaptación que David Farías, responsable de Nuevas Tecnologías de Urano, ha hecho del juego norteamericano, obra del propio escritor y del programador Jefferson Rabb. La feliz idea de captar lectores



➡ Adivinanza en la web del libro.

a través de la red no tiene precedentes en el mundo editorial, que hasta ahora sólo había apostado, tímidamente, por los libros electrónicos. Un anuncio de la web en



➡ Uno de los acertijos.

la solapa del libro ha bastado para que el sitio se extienda como la pólvora en foros de la red y se haya ganado un link como juego recomendado en tiendas electrónicas

cas como la de El Corte Inglés.

El juego se basa en seis pruebas (preguntas de calentamiento del tipo «¿En qué ala del Louvre se expone la 'Mona Lisa'?») y otros acertijos de los que se pueden encontrar pistas en el buscador Google). Es a partir de la tercera puerta -la parte creada por Farías- que el jugador debe haber leído la novela para lograr crackear códigos y hallar la combinación secreta que descifra la profecía, la última prueba. Hasta ahora la han resuelto 1.253 personas. La que al final saque más puntuación se llevará un premio que, según Farías, «está por decidir».