

El código Da Vinci

Ricardo Gómez aborda cómo un misterio fascinante de la cultura norteamericana ha logrado tener miles de seguidores, gracias a la publicidad generada por quienes se aficionan por celos que son leales.

Acerca la iglesia Católica, a sus sacerdotes o a sus dogmas, convierten un negocio redondo. Género polémico, con suerte entretenida, perturbadora y publicidad gratis, para lo más diverso: gana de producción "Cultura Católica", revistas, programación de TV, internet, discursos, etc. Sin embargo, gran parte del impacto mediático y de la anterior serie de este año de película, ha restringido un función de las actuales responsabilidades de los obispos en las medidas de comunicación, nubear información con sus formaciones teológicas o bien teológicas, así sumarse a la estrategia publicitaria del católico generando una posición que solo apunta a incrementar el número de consumidores.

Con el libro de Dan Brown (autores de *Silencio*, Los柜itos y demás) de fondo, se trae a un centro de TV religiosa En Vídeo, que han operado por la iglesia Católica de los más prestigiosos medios de comunicación del mundo, convertir, entusiasticamente, a la mayoría de sus lectores en fanáticos amigos de la magistral publicitaria de Brown y su editorial.

Y Chile no constituye la excepción. Algunas veces defendiendo la fe por su "Diseño Divino", por los "misterios" que tienen o solo por presentar un antagonista tan desverde como la Hermandad oscura. El resto expresa su religiosidad interpretando elementos de la investigación que salieron de la narración. Sin embargo, tanto los apóstoles como los obispos,



El Código Da Vinci [artículo]

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

2004

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

El Código Da Vinci [artículo]. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

[Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile](#)