



El código Da Vinci

Resulta cómico advertir cómo un relato ficticio de dudosa calidad literaria ha logrado vender miles de copias, gracias a la publicidad generada por quienes se esfuerzan por creer que son leídos.

A pesar de la Iglesia Católica, a sus virtudes o a sus dogmas constituye un negocio redondo. Genera polémica, asegura cobertura periodística y publicidad gratis para la más diversa gama de productos "culturales": novelas, programas de TV, cursos de lectoescritura, películas, etc. Sin embargo, gran parte del impacto mediático y de la posterior venta de esta clase de producciones, se estructuran en función de las arcaicas respuestas de los defensores de la Iglesia en los medios de comunicación, quienes ingenuamente con sus llamados a no ver o leer tal o cual cosa, se suman a la estrategia publicitaria del autor, generando una polémica que sólo apunta a incrementar el número de consumiciones.

Con el libro de Don Brown ocurre algo similar. Los diálogos y debates de mediocres a fuer de en contra de "El código Da Vinci", que han diseñado por la sección Católica de los más prestigiosos medios de comunicación del mundo, convierten, voluntariamente, a la mayoría de sus lectores en simples engranajes de la maquinaria publicitaria de Brown y su editorial.

Y Chile no constituye la excepción. Mientras unos defienden el libro por su "calidad literaria", por las "verdades" que

revela o sólo por preservar un concepto tan novedoso como la libertad de expresión. El resto expresa su modesto interés reconociendo las insostenibles que exhibe la narración. Sin embargo, tanto los apologistas como los detractores



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