

con gancho

mundo!

— ¡Claro! Y ahí es fundamental el papel de los medios de comunicación. Pone destinos de moda. Hace cuatro años, navegar por la costa croata se convirtió en un boom en Italia gracias a un reportaje de la revista *Dove*.

— ¿Tanta influencia tiene?

— ¡Es fun-da-men-tal! El turismo es uno de los pocos productos donde la publicidad no basta.

— ¿Por qué?

— La publicidad en turismo no tiene credibilidad. Otras veces lo que funciona son las operaciones encubiertas de relaciones públicas.

— ¿Alguien al que pagan por posar en un lugar paradisíaco?

— Un famoso en las revistas del corazón. Por suerte o desgracia, es lo que funciona ahora mismo. Otra veces se dan curiosos casos de destinos que se ponen de moda gracias al factor suerte, como Islas Mauricio o Dubai.

Al igual que una bebida, un reloj o un par de zapatos, Ejar- que cree que los productos de un

destino turístico constituyen una marca sin la cual no existen. En turismo no hay eslóganes, pero la marca es imprescindible.

— ¿Por qué?

— Los eslóganes pasan con el tiempo y pierden actualidad. Una marca, en cambio, siempre va asociada a un concepto. Bilbao, al de tradición —gastronomía y paisaje— e innovación —urbanística y arquitectónica—. Pero, ¿qué hacer cuando llega el declive?

— ¿Se puede evitar la decadencia?

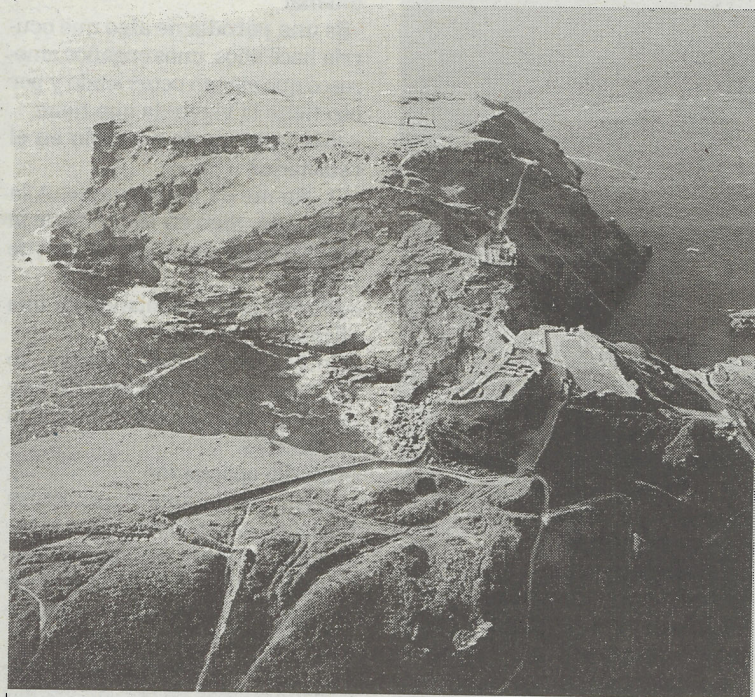
— Hay un caso interesante. Barcelona está empezando ya su fase de descenso a ojos de los turistas europeos. Por ello se inventan años. El del forum de las culturas, el de la gastronomía... Así no pierde vigencia.

— Si no se mima, ¿el turista se va?

— La Costa Brava es un ejemplo preocupante. Hay hoteles que se caen de viejos pero como llegan turistas no nos preocupamos. Para que nos lleguen cada vez más bajamos el precio y entramos en un ciclo vicioso y peligrosísimo.

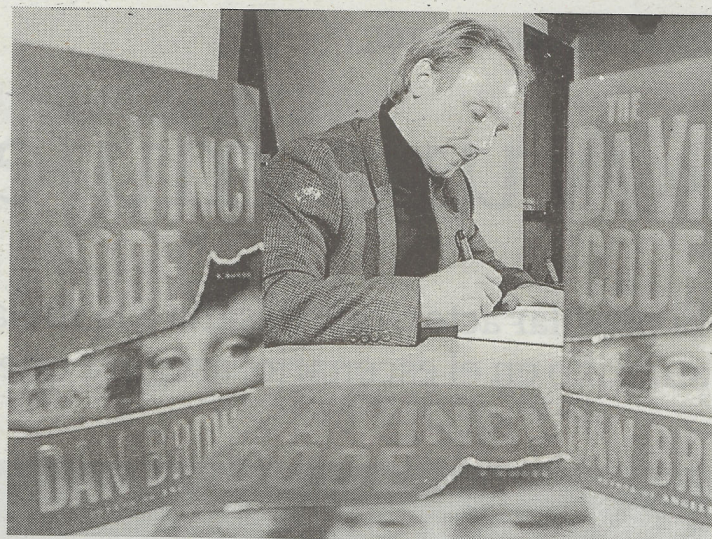
— ¿Dónde se va a ir de vacaciones este verano?

— No lo sé aún. Tengo que empezar a pensarlo.



El cine. Sobrevolando los parajes de Harry Potter en Cornualles

El impacto de las películas es incontestable. Inglaterra ha puesto en marcha un recorrido por los lugares en los que se rodó *Harry Potter* y que parte de Cornualles. La Oficina del Tirol austriaco facilita la tarea a los directores que ambienten sus películas allí siempre que den una imagen positiva del destino.



ÉXITO. Dan Brown, firmando autógrafos. / AP

La 'miserable' España de Dan Brown

MIGUEL LORENCI MADRID

Los hospitales apestan a orines. Tienen catres en lugar de camas. Los policías son corruptos y son habituales los sobornos. Hacer una llamada internacional es una odisea y el regateo es práctica común en los mercados. ¿Hablamos de alguna república bananera? ¿De algún país sacudido por la guerra o en plena posguerra? No. Es la España de la década pasada, según el deformante prisma de Dan Brown, el autor del archifamoso *Código Da Vinci* que retrata esta tenebrosa realidad en su primera novela, escrita hace un decenio y ambientada parcialmente en Sevilla.

Se titula *Fortaleza Digital* (*Digital Fortress*) y estará en las librerías el próximo mes de marzo publicada por el sello Urano. A las librerías estadounidenses llegó en 1996 y marcó el primer éxito americano de Brown, a quien la fama global le alcanzaría un decenio después con el efecto *Da Vinci* que convierte en oro todo lo que escribe.

Exploraba ya la fascinación de Brown por los códigos cifrados, las agencias de inteligencia y el entonces emergente fenómeno de internet. Pero retrata una España decididamente tercermundista en la que fracasa la tecnología, la sanidad es deplorable y la corrupción es un hábito.

«Un pulmón perforado era fatal, quizá no en lugares del mundo más avanzados médicamente, pero en España era fatal»

El escritor retrató un país subdesarrollado y tenebroso en 'Fortaleza Digital', que se publicará en marzo

se lee en la novela de Brown, que arranca con una desgraciada muerte en Sevilla, ciudad en la que Brown no debió tener una feliz estancia en función del retrato al que dio pie.

Becker es el protagonista de la novela. Será testigo de una muerte en la sevillana Plaza de España y visitará un hospital. Fantasmal y patético, según la descripción de Brown en el capítulo 20: «La clínica de la Seguridad Social era como un siniestro set montado para una película de terror de Hollywood (...) El aire olía a orina... Una mujer sangrando... Una pareja joven llorando... Una niña rezando... Becker llegó al final del oscuro vestíbulo. La puerta de su izquierda estaba ligeramente entreabierta y la empujó. Estaba vacío, excepto una vieja marchita, desnuda en un catre, esforzándose con su orinal de cama».

Hacer una llamada internacional en esa España subdesarrollada y miserable es una odisea. «Como en una ruleta, todo depende del momento y de la suerte»