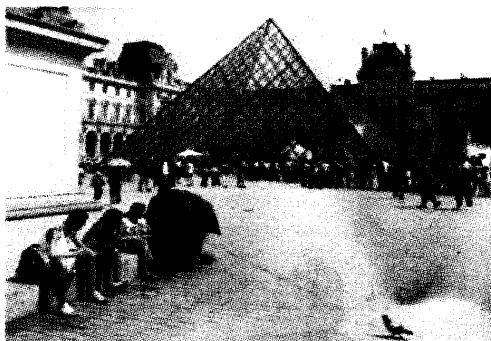


Tirada: 208.821	Sección: Suplementos
Difusión: 162.472	Espacio (Cm_2): 330
(O.J.D)	Ocupación (%): 30%
Audiencia: 568.652	Valor (Ptas.): 865.171
(E.G.M)	Valor (Euros): 5.199,78
02/06/2005	Página: 99
	Imagen: Si

PARÍS DE 'BEST-SELLER' TRAS LAS HUELLAS DE 'EL CÓDIGO DA VINCI'

Delante del Hotel Ritz de París, en la refinada plaza de Vendôme que acoge el Ministerio de Justicia, se encuentra, entre otras joyerías de primera categoría, la relojería Smart. En esta plaza, y después del asesinato del conservador Saunier en el Museo del Louvre, es donde comienza la gincana de 36 horas del profesor de simbología Robert Langdon en *El código Da Vinci*. La huída despavorida de la policía francesa y del Opus junto a la enigmática Sophie Neveu se hará, precisamente, en un pequeño Smart. Una coincidencia que, entre otros detalles históricos y arquitectónicos, utilizan los guías para salpimentar las *rutas literarias del 'Código'* que desde el 2004 ofrecen algunos hoteles de la capital del Sena así como agencias norteamericanas de alto nivel, y a las que, el pasado abril, se sumó la editorial Umbriel –que lleva vendidos casi tres millones de ejemplares del libro de Dan Brown en castellano, del total de 25 millones en todo el mundo– tras un acuerdo con Viajes Carrefour. «No se trata de incrementar las ventas, sino de estar presentes en el mercado con algo nuevo y diferente», asegura Joaquín Sabaté, director comercial de la editorial, que ve en estas «campañas cruzadas» entre editoriales y agencias un gran mercado por explotar. A su juicio, «es un plus para los lectores, como los sorteos de viajes para los ganadores de los juegos en internet de las novelas de Brown» (la dirección del último es www.laconspiracion.net).

Así, la ruta piloto que se desarrolló en abril con



La pirámide del Louvre, con 673 misteriosos cristales.



La glamourosa plaza de Vendôme.

resultados «muy positivos», según fuentes del hipermercado, es probable que se retome, como también se ampliará el año que viene a Roma, escenario de *Ángeles y demonios*, además de a nuevos destinos de novelas de otros autores del fondo de la editorial. Las rutas no han hecho más que empezar. La del Código partía de la librería, donde grandes carteles junto al libro proponían un fin de semana para conocer los escenarios *davincianos*, un

gancho perfecto que, según Carrefour, solicitaron «parejas jóvenes y de mediana edad y grupos de amigos», que en su mayoría «habían leído el libro». Y de regalo se llevaban un ejemplar ilustrado. La estancia, de dos noches en hoteles de tres y cuatro estrellas (entre 450 y 580 euros), incluía una comida en un barco en el Sena y excursión de ocho horas (155 euros) por el centro –la rue Rivoli, los Campos Elíseos...–, la iglesia de Saint-Sulpice –donde un cartel avisa de que no es un templo del Priorato de Sión–, el Château Villette y una visita al Louvre, para admirar la *Gioconda* y comprobar, como explican los guías, que Brown se descontó al final del libro, ya que la pirámide invertida que se clava en el museo no tiene 666 paneles de cristal, sino el menos cabalístico número de 673. **LAURA ESTIRADO**