Opinión

Mister Barack Obama o el sueño americano

Dominio público

DANIEL
VÁZQUEZ SALLÉS
Periodista

Esa chica rubita enfocada por el cámara tiene las barras pintadas en los labios y las estrellas gravitando por las pupilas. En cualquier otro decorado, esa chica colorada podría ser confundida con una *cheerleader* enamorada del *quarterback,* pero en la tele, es una simple ciudadana que observa embobada a su nuevo ídolo político, mister Barack Obama, senador por Illinois y, dicen, futuro presidente de los EEUU. A simple vista, el señor Obama parece uno de esos aseados trompetistas de *be bop* –pelo cortado a navaja, la quijada perfectamente rasurada, un traje a la medida de su delgadez–, con su voz grave se diría que es capaz de susurrar al oído como lo haría el mismísimo Chet Baker bajo la luna de abril en París. Pero el magnetismo de Obama no viene dado por su talento de licenciado en derecho y en políticas, ni por ser afroamericano, ni por su oratoria directa y sin aditivos, o quizás sí. Obama es, en gran medida, un cóctel bien agitado, de esos que gustan a los héroes del celuloide y que consiguen darle a los sueños el color de la realidad. Lo cierto es que mister Obama ha calado en el electorado americano y, lo más importante, ha logrado persuadir a una nueva generación de votantes y a esa masa de electores que milita desde hace décadas en el desafecto a la clase política y no vota por un principio tan ético como es el de la dignidad.

Su relativa derrota en New Hampshire, tras la sorprendente victoria en el vacuno estado de Iowa, le ha colocado en el punto de mira del mundo entero. La estela victoriosa de Obama ha logrado, incluso, arrastrar a una lacrimógena Hillary Clinton a un particular *tour de force* que le ha permitido recuperar el espacio perdido pidiendo clemencia a los fieles. Muy americano. Uno piensa, desde este lado del Atlántico, que esos ojos encharcados son lágrimas de cocodrilo, o, si me apuran, puro *show business* no exento de cierta tragedia trasnochada difícil de entender para un europeo, menos acostumbrado a la comedia política, a pesar de que Sarkozy trate de llevarse un Golden Globe con su ópera prima de amores y desamores. Dentro de la pantomima electoral, Obama es un tipo que se nos asemeja más cercano y lo vemos como el presidente que todos querríamos tener. Ellos y nosotros, porque si América se enfría, nosotros acabamos tosiendo, y si América elige a un melón podrido, nosotros terminamos sufriendo los peores dolores intestinales, llámese la sintomatología Bush Jr. o Aznar.

La web oficial de Obama nos presenta al candidato como un tipo familiar, tradicional en sus valores, pero firme en sus convicciones, que no hace gala del color de su piel para ganar favores. Algo no muy distinto a lo que puede ofrecer cualquier candidato presidencial, sea demócrata o republicano. La gran ventaja de Obama es haber sabido utilizar los nuevos medios de comunicación y no sentirse incómodo entre tanta nueva tecnología. Sea por la edad o por un espíritu de superación, la realidad es que el político de Illinois sabe sacar partido de los canales de comunicación no controlados por las grandes corporaciones. Internet, YouTube, Obama sabe entrar en las casas por la ventana como un papá Noel internauta de la política, cargado de grandes promesas que en su boca no suenan a falacia: no a la guerra de Irak, unidad nacional, servicios médicos para los desfavorecidos. Quien domina el lenguaje de los internautas es capaz de mover montañas. Lo demostró, y perdonen el ejemplo los alérgicos al turismo revolucionario, el subcomandante Marcos con su caravana zapatista. Marcos movilizó a la sociedad civil mediante una inteligente campaña en Internet y pudo pasearse por el duro México como ahora se pasea Obama por las duras cortes demócratas. Es la sociedad civil quien empujará al candidato desde Iowa hasta el último de los Estados, y es la sociedad civil la que le hará vencer o no el cinco de febrero o supermartes, día en el que 20 de los Estados más importantes eligen a los delegados que, a su vez, elegirán en la convención demócrata el candidato a la Casa Blanca.

JAVIER OLIVARES

Su relativa derrota en New Hampshire, tras la sorprendente victoria en Iowa, le ha colocado en el punto de mira del mundo entero

Si será el afroamericano el futuro presidente de los EEUU es una incógnita. *Barack o el sueño americano* podría ser el título de una de esas películas en blanco y negro rodadas por Frank Capra. Si las lágrimas de Hillary no logran vencer, lo que haga Barack Hussein Obama una vez dentro del Despacho Oval no lo sabe nadie. Es probable que intente cambiar la política belicista y la estrategia medioambiental instauradas por Bush, Cheney y Rice. Pero las verdaderas manos que mecen la cuna son las grandes *majors,* aquellas que quitan y ponen presidentes según sube o baja el Dow Jones o el tráfico de armas. Ellas son el poder real, esa América que ordena sin pudor que Dios les bendiga, esa América que ordena sin despeinarse que el universo les bendiga. Por suerte o por desgracia, a ese circo que montaron a lo largo del siglo XX le han crecido los enanos, pequeños bastardos nacidos y entrenados en campos de Afganistán, Irán, Somalia, Venezuela, y una ristra interminable de naciones que crecieron como países al amparo del gran hacedor. Ahora, en plena pubertad, descubren que la madre está debilitada y quieren emanciparse dando un portazo. Mientras, los ciudadanos de América, tan acostumbrados a imponer el orden externo como fundamento básico de la preciada libertad interna, observan cómo el mundo se les escapa de las manos y son vulnerables a los virus del terrorismo. Ante semejante catarsis colectiva, una sociedad creyente como la americana recibe a los candidatos como a los nuevos Mesías. En cuanto a fervor, Obama se lleva la palma. A él le han encomendado evitar el cambio climático, derrotar al enemigo islámico, devolver la autoestima a los ciudadanos y, si como dice la canción, *that's show business,* lograr que el Doctor House sea el próximo vicepresidente de los EEUU.

Nosotros, desde las provincias, nos conformamos con ver y acatar.

PARTICIPA EN:
www.publico.es/opinion/dominiopublico

Papelera de reciclaje

DE: Presidente Zapatero
PARA: Duros de corazón
ASUNTO: Gotas de patriotismo

En verdad os digo: a cualquiera que haga caer a uno de estos pequeños que creen en mí, más le vale que le aten una piedra de molino al cuello y lo echen al mar. Es un escándalo que digáis que la economía va mal, sobre todo delante de los más pequeños. Sed patriotas, no me escandalicéis a estos pequeñuelos: ¿es que no os dais cuenta de que podéis dañar las expectativas? Estáis creando alarmismo y eso es lo menos patriota que conozco: la economía va bien, repetidlo conmigo. Y si tu ojo te hace caer: arráncatelo. Y si tu pie te hace caer, córtalo. He dicho. RAFAEL REIG

PARTICIPA EN:
www.publico.es/opinion/papeleradereciclaje

El solar PEPE MEDINA

Público

DIRECTOR: Ignacio Escolar
SUBDIRECTOR: Jesús Maraña
JEFA DE INFORMACIÓN: Salomé García
JEFA DE REDACCIÓN: María Luisa Roselló
DIRECTOR DE ARTE: Fernando Carballo Oribe
ÁREAS: Iñigo Sáenz de Ugarte (Mundo), Manuel Rico (Política), Amparo Estrada (Dinero), Patricia Fernández de Lis (Ciencias), José Manuel Costa (Culturas), José Miguélez (Deportes), Jon Barandica (Fotografía), Nacho Ibáñez Rojo (Internet) y Darío Pescador (Coordinación web).
EDICIONES: David Miró (Catalunya), Antonio Avendaño (Andalucía) y Luz Sanchis (Ciudades)

DIRECTOR GENERAL: Juan Pedro Valentín
ADMINISTRACIÓN: Javier Muñoz (gerencia) y Cristina de Miguel (directora de Lector)
EDITA: Mediapubli.
DIRECTOR COMERCIAL: Íñigo Merino
COMERCIALIZA: Publiseis. Avd. de la Vega, 1 28108 Alcobendas. Madrid. 918382967

LOGO DE PORTADA: Miquel Barceló

REDACCIONES. ANDALUCÍA: Av. de la Arboleda s/n, 41940 Tomares. Sevilla. Tlf: 954157943 CATALUNYA: C/ Gaspar Fàbregas 81, 08950 Esplugues de Llobregat. Tlf: 934761551. MADRID: C/ Caleruega 102, 28033 Madrid. Tlf: 918387641/42.

SUSCRIPCIONES: 902 996599