

Obama, actor y guionista

LLUÍS BASSETS

EL PAÍS - Internacional - 31-10-2008

Estamos ante un excelente narrador. Un hombre que sabe contar historias. Que lo hace con énfasis y pasión. Pero sin desbordarse ni desafinar con una nota excesiva. La contención y la moderación forman parte también de su estilo. Durante esta larga campaña, la más larga de la historia, no ha cesado en ningún momento de contar historias, apólogos sacados de la vida real con los que transmite sus ideas y propuestas. Ha contado con una materia prima excelente, escrita de su propia mano hace 15 años, cuando todavía ni siquiera soñaba en una carrera política tan fulgurante. Su libro *Los sueños de mi padre*, en el que cuenta su búsqueda de las raíces paternas, es ante todo una excelente narración, que se convirtió en best seller.

Una buena historia y mucho dinero es la fórmula que ha hecho grande al cine. Con el lenguaje cinematográfico a su disposición, su actuación como narrador y su testimonio personal, Obama ha dado un golpe sensacional a cinco días del decisivo martes 4 de noviembre. Ha contado con el dinero, más de tres millones de euros, para comprar media hora en las principales cadenas, donde sus narraciones apenas han llegado a su público millonario.

Su rostro sonriente y tranquilo y su voz de tenor, redonda y bien modulada, ha entrado casi por primera vez en muchos hogares donde imperan las diatribas de los jiménezlosantos americanos. Y lo ha hecho con historias de la vida real, difíciles pero esperanzadas, sin asomo de ataque alguno a su rival.

Constituye todo un hito en la propaganda política y electoral, sin duda. El objetivo es que la gran mayoría, esos votantes indecisos o reticentes, perciban de forma plástica la naturalidad de una situación en la que Obama sea el presidente. Juega para ello con el lenguaje de las emociones y de los sentimientos más que con arduos argumentos, todo con un subrayado musical lleno de lirismo y una iconografía de banderas, campos de trigo, suburbios y coches, totalmente americana. El remate es el engarce entre el montaje cinematográfico y la realidad: los últimos minutos son de conexión en directo con su mitin en Orlando. Lo que en España hacen las televisiones públicas en sus espacios informativos aquí lo admiten algunas privadas, previo pago de 775.000 dólares.

Obama se puede permitir esto, y más. Es una demostración de poderío financiero y de confianza en la conducción de su propia campaña. Para llegar hasta aquí ha tenido que arriesgar en dos momentos. El primero, cuando renunció a la financiación pública de la campaña, que sitúa el límite en 84 millones de dólares, desatendiendo sus propias ideas acerca de los dineros electorales. El segundo, cuando decidió comprar espacio publicitario en prime time como sólo había hecho el multimillonario Ross Perot en 1992. Todavía no hay traducción visible en los sondeos, pero el propósito es ensanchar la diferencia que le separa de McCain en un momento tan próximo a la jornada electoral que no permita reaccionar a su rival. Además de buen narrador, tiene dinero y es astuto. Nada puede deducirse de todo ello. Pero merece ganar.