



Barack Obama bebe cerveza, **Mitt Romney** es

abstemio. **Obama** besa apasionadamente a su esposa en público, **Romney** le coge la mano, preferiblemente. **Obama** ha roto con su pastor, **Romney** es un fiel mormón. **Obama** tiene pasión por las hamburguesas, **Romney** se cuida. **Obama** es noctámbulo, **Romney** riguroso con el horario. Les une la ambición de ser presidentes, les separa casi todo lo demás. Sus estilos de vida reflejan algo más que personalidades. Son su tarjeta de presentación y hablan de su visión del mundo y de las cosas. **Obama** es un libro abierto ilustrado, **Romney** un libro por descubrir casi sin imágenes... y que sorprende, no siempre positivamente.

En febrero de este año, en una entrevista en Michigan, **Romney**—siendo todavía precandidato— afirmó que era el más preparado para derrotar al presidente y que le llenaba de orgullo pasearse por ese Estado y ver coches «norteamericanos». **Romney** pretendía apoyar a la industria nacional y, sin embargo, le salió el tiro por la culata con la polémica que suscitó su declaración sobre la cantidad de vehículos que posee: «Amo este país, amo este Estado. Sienta tan bien estar en Michigan. Me gusta ver la cantidad de coches que hay fabricados en Detroit. Yo tengo un Mustang y un camión Chevy. Ann conduce un par de Cadillacs...»

Obama también tiene debilidades más mundanas. La noticia sobre sus problemas de aliento (o que «ron-

BORN IN THE
USA



ANTONI
Gutiérrez-Rubí

Dos estilos diferentes



►► Obama, con una cerveza y unas chuletas de cerdo, en campaña.

ca y huele mal cuando se levanta», como afirmó sin rubor **Michelle Obama**) despierta tanta curiosidad y morbo como que su reloj sea un Jorg Gray JGC6500, fabricado en China por Citizen, con un mecanismo especial que lo convierte en uno de los relojes más exactos, a pesar de su sencillez y practicidad. **Obama** cultiva su cuerpo (se levanta a las 7 de la mañana para ir al gimnasio), y casi lo exhibe: sea en la playa de Hawái o en sus famosos partidillos de baloncesto. **Romney** prefiere las motos acuáticas.

Al final la contienda se define por qué candidato gusta más, y cuál cae mejor. La identificación con el candidato que refleja mejor el estilo de vida norteamericano será un factor

Obama es un libro abierto ilustrado; Romney es un libro por descubrir

decisivo del nivel de simpatía o rechazo que despierten entre los ciudadanos indecisos (un tercio de los electores) que buscan afinidades sociales, culturales y estéticas, más allá de las identificaciones ideológicas. Son los nuevos lazos intangibles: afinidad y emocionalidad.

¿Quién es el auténtico **Romney**? ¿El de los 4 coches, innumerables cuentas en el exterior, que esconde sus impuestos y muchísimo dinero, o sigue siendo aquel joven de 21 años que realizó su trabajo de misio-

nero, consiguiendo que 200 personas se convirtieran al mormonismo en un solo año? Mientras **Romney** predicaba, **Obama** defendía, como activista voluntario en los suburbios de Chicago, los derechos civiles de los negros y de los más necesitados. Dos creencias, dos fes. Dos estilos.

Si bien es cierto que esta campaña es una de las más bipartidistas que se haya visto—alimentada con una retórica extremadamente fuerte y negativa— también lo es la manera en que las distintas campañas intentan motivar a sus bases aprovechando el contraste entre ambos candidatos. Tanto demócratas como republicanos han invertido todos sus esfuerzos en demostrar que su candidato no es como el otro. O que no es lo que parece.

Para los republicanos, **Obama** es el presidente de las celebridades, que está más ocupado en que sus amigos de Hollywood le ayuden a recaudar fondos para su campaña que en ayudar a los ciudadanos; y, para los demócratas, **Romney** es un millonario elitista que no tiene en cuenta las necesidades que están afectando más a la población.

Dos historias personales, dos guiones, dos películas, pero solo un presidente. Si la elección se centra en los estilos de vida, probablemente ganará **Obama**. Si lo hace en los programas económicos o en los resultados del mandato, puede ser que pierda. ≡

WWW.

Lea los análisis sobre la campaña de EEUU en bornintheusa.elperiodico.com

CONGELAMOS EL IVA... Y TUS FACTURAS

RESERVA EN AGOSTO, PAGA EN DICIEMBRE Y AHÓRRATE EL INCREMENTO DEL IVA**



NISSAN JUKE
1.6i 117 CV ACENTA por

14.950€*

- Sistema de control dinámico Nissan (Conducción Eco, Normal y Sport)
- Llantas de aleación de 17"
- Climatizador
- 6 airbags, ESP, ABS y fijaciones Isofix*
- Control de crucero y limitador de velocidad
- 5 estrellas EURONCAP
- Radio CD MP3 con Bluetooth® y USB
- Volante multifunción en cuero



NISSAN QASHQAI
1.6i 117 CV ACENTA Stop&Start por

17.100€*

- Sensores de aparcamiento traseros
- Llantas de aleación de 17"
- Climatizador dual
- 6 airbags, ESP, ABS, EBD
- Fijaciones Isofix*
- Faros de activación automática
- Control de crucero
- Limitador de velocidad
- Radio CD MP3 con Bluetooth®

Nissan. Innovation that excites.

Juke: Consumo mixto: 6 l/100 km. Emisiones de CO₂: 139 g/km. Qashqai: Consumo mixto: 5,9 l/100 km. Emisiones de CO₂: 139 g/km.

*PVP recomendado para Nissan Juke 1.6i 117 CV (86 kW) Acenta y Nissan Qashqai 1.6i 117 CV (86 kW) Acenta Stop&Start en PyB. Incluye: PPF, transporte, IVA, IEMDT y apoyo promocional NIBSA. Oferta válida hasta el 31/08/12 para particulares en la compra de un vehículo de la gama Nissan financiado con RCI Banque y matriculado antes del 30/11/12. **Oferta válida para particulares y autónomos que financien con RCI Banque Sucursal en España a través de Magic Plan 1, 2 ó 3 durante el mes de agosto. No compatible con otras campañas. Para más información acude a tu concesionario Nissan más cercano. Modelos visualizados: Juke Shiro, Qashqai Tekna Premium con llantas de aleación de 18".