

Los amores de François Hollande y la actriz Julie Gayet inspiran en Francia numerosos reclamos publicitarios

# Un romance de anuncio

LUÍS URÍA

París. Corresponsal

Se presidente de la República ya no es lo que era. El respeto casi reverencial que suscitaba, en Francia, la figura del jefe del Estado es hoy sólo un pálido recuerdo de lo que antaño fue. Si De Gaulle levantara la cabeza, sentiría sin duda una punzada en la vesícula patriótica. La desacralización de la presidencia ha alcanzado niveles inauditos, hasta el punto de que los publicitarios se han lanzado desde hace un tiempo –los más osados– a jugar con la actualidad política. Ahora, con los amores clandestinos del presidente y la actriz Julie Gayet, la cosa empieza a tomar dimensiones de pitorreo.

“Señor presidente, la próxima vez evite el escúter. Sixt alquila vehículos con los cristales tintados”. Este era el provocador eslogan que la empresa alemana de alquiler de automóviles Sixt publicó en un anuncio la semana pasada, aludiendo a la imagen de Hollande –difundida por la revista *Closer*– acudiendo a sus citas galantes con Gayet en un escúter.

## Casas de coches de alquiler, fabricantes de cascos, sitios de encuentros... aluden al idilio del presidente

Hay que decir que Sixt es una empresa veterana en el doble juego entre amor y política. En época de Sarkozy realizó otro anuncio

con el siguiente lema: “Haga como la señora (Carla) Bruni. Opte por un pequeño modelo francés”. La alusión no era un gran dechado de sutileza.

Por la brecha abierta la semana pasada por Sixt han seguido otros. De entrada, un competidor, la casa de alquiler de coches Drive, que en sus anuncios alude también a los cristales tintados y osa apuntar el coste del recorrido entre el Eliseo (en el 55 de la calle Faubourg Saint-Honoré) y el

“La próxima vez...” Señor presidente, la próxima vez evite el escúter”, reza el eslogan de una marca de alquiler de

coches. Arriba, el anuncio de un sitio de encuentros extracónyugales: “Nos lanzamos por fin en Holanda”

–“Nos lanzamos por fin en Holanda”, dicen jugando con la grafía idéntica del nombre del país y del apellido del presidente–, y también Be2, que se dirige a la primera dama, la periodista Valérie Trierweiler –“Querida Valérie, el cambio es ahora”– haciendo un juego de palabras con el eslogan de Hollande en la campaña de la elección presidencial.

Ahora bien, si alguien se merece el premio a la anticipación es el sitio de encuentros adúlteros Ashley Madison, que en octubre pasado utilizó en un anuncio las imágenes de Mitterrand, Chirac, Sarkozy y Hollande –todos ellos con huellas de labios femeninos en el rostro– con la siguiente pregunta: “¿Cuál es su punto en común?”. Premonitorio. ●