

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/La-miel-y-las-moscas-de-Irak>

# La miel y las moscas de Irak

- Empire et Résistance - « Gringoland » (USA) -

Date de mise en ligne : lundi 13 septembre 2004

---

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

---

**Por Roberto Bardini**

[Bambupress](#). 13 de septiembre 2004

El senador republicano John Mc Cain declaró en octubre pasado que Irak es "un enorme pote de miel que atrae a millones de moscas". Las moscas, claro está, eran de la clase Halliburton, Bechtel, Enron, Kellogg y Brown & Root y Fluor. Incluso, hubo rumores de que McDonald's abriría un local en el centro de Bagdad. Pero las previsiones no funcionaron.

"Muchachos, creo que encontré oro", dijo James Marshall en la mañana del 24 de enero de 1848. El hombre estaba a orillas del Río Americano, en Sutter's Mill, al noroeste de California, trabajando en un aserradero. Ese día cambió para siempre la historia del hasta entonces territorio mexicano.

Poco después, estalló la llamada "fiebre del oro". Miles de aventureros y buscafortunas de llegaron al lugar. En una década la población de California se triplicó : de 92 mil habitantes en 1850, pasó a 380 mil en 1860. En septiembre de 1850, la región se transformó en el estado número 31 de la Unión Americana. Hasta hoy es el más próspero.

Algo parecido sucedió 156 años después en Irak. Thomas Foley, un magnate de Connecticut, amigo de la familia Bush y ex integrante del sector privado en la disuelta Autoridad Provisional de la Coalición (APC), comparó con la "fiebre del oro" lo que sucedía en el país árabe. Más directo, el senador republicano John Mc Cain declaró en octubre pasado que Irak es "un enorme pote de miel que atrae a millones de moscas". Las moscas, claro está, eran de la clase Halliburton, Bechtel, Enron, Kellogg y Brown & Root y Fluor.

**Y a propósito de miel :** en la revista Harper's Magazine de este mes, la canadiense Naomi Klein describe que cuando estuvo en Bagdad observó una enorme grúa para construcción en un distrito comercial. Pensó que iba a ser testigo de la reconstrucción sobre la que tanto había oído hablar, pero mientras se acercaba vio que la grúa no estaba reconstruyendo nada : "Ninguno de los bombardeados edificios públicos que aún yacen en ruinas por toda la ciudad, ni tampoco ninguna de las muchas líneas de alta tensión que continúan en retorcidas pilas incluso cuando el calor del verano comenzaba derretirlas". No, la grúa estaba izando un gran cartel en un edificio de tres pisos. Anunciaba : "Sunbula : miel 100% natural, made in Saudi Arabia".

La miel que atraía a los nuevos buscadores de oro, escribe Klein, no eran sólo los contratos sin licitación y la enorme riqueza petrolera de Irak sino la variedad de oportunidades de inversión. La administración Bush tenía un plan, agrega : poner tanta miel como sea posible y luego sentarse a esperar que vengan las moscas.

Un alud de nuevas firmas consultoras prometía ayudar a las empresas a acceder al mercado iraquí. La más activa fue New Bridge Strategies, fundada por Joe Allbaugh, ex jefe de campaña de George W. Bush y Richard Cheney. Un integrante de estas compañías se entusiasmó : "Obtener los derechos para distribuir productos Procter & Gamble puede ser una mina de oro". La idea de hacer negocios sobre las ruinas se resumía así : "Un 7-eleven, con buen stock, puede voltear treinta tiendas iraquíes ; un Wal-Mart, puede cubrir todo el país". Incluso hubo rumores de que McDonald's abriría un local en el centro de Bagdad.

Pero las previsiones no funcionaron. Más de mil soldados norteamericanos ya han regresado a su país dentro de bolsas de plástico negro. Muchos contratistas y colaboracionistas extranjeros han sido secuestrados y asesinados. Haider al-Abadi, ministro de Comunicación de Iraq, reconoció hace poco : "Sabemos que hay terroristas en el país, previamente no habían tenido éxito, estaban aislados. Ahora, porque la totalidad del país esta descontento y una gran cantidad de gente no tiene trabajo, esos terroristas están encontrando oídos que escuchan". Y recientemente, el Financial Times declaró a Irak como "el lugar más peligroso en el mundo para hacer negocios".

## La miel y las moscas de Irak

---

Por el momento, ni MacDonal"s ni Wal-Mart abrirán locales en el país árabe. Corren el riesgo de morir como moscas.