

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/El-FMI-preocupado-porque-la-argentina-odia-a-Estados-Unidos>

El FMI, preocupado porque la argentina odia a Estados Unidos

- Empire et Résistance - Organismes et ONGs de domination -

Date de mise en ligne : mardi 14 juin 2005

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Uno, dos, muchos Vietnam El Fondo hizo un seminario para estudiar por qué aquí se odia a EE.UU. más que en Vietnam. Concluyeron que es culpa nuestra. El ente que preside Rato se preocupó e hizo un estudio social.

Por Maximiliano Montenegro

Página 12, 14 de enero del 2005

Aunque parezca increíble, en el Fondo Monetario realizaron un seminario interno en el que se analizó por qué en la Argentina existe más "odio" a Estados Unidos que en el propio Vietnam. "En Vietnam, país con el que Estados Unidos estuvo en guerra, menos del 4% de la población tiene una opinión muy negativa sobre los Estados Unidos. En cambio, en la Argentina esos sentimientos son intensos : 23% de los encuestados expresó una opinión muy desfavorable", comentó Edward Glaser, el experto de Harvard convocado para discutir sobre el tema. Y agregó que esos "sentimientos antiestadounidenses" de los argentinos "parecen estar arraigados en la tendencia de los políticos locales de culpar a agentes externos (como el FMI y los Estados Unidos) por la reciente crisis económica y las dificultades que ella trajo consigo".

Tal vez el Presidente no se sienta aludido. Pero esta peculiar interpretación sobre el "odio de los argentinos al Fondo" que barajan en Washington pareciera una respuesta a las críticas que cada tanto Kirchner suele expresar públicamente contra el organismo. Tampoco resulta casual que el Departamento Relaciones Externas del FMI se haya preocupado por destacar en su último Boletín Oficial las conclusiones del profesor de Harvard sobre "el rencor de los argentinos contra los estadounidenses".

Glaser fue invitado por el FMI a disertar en un seminario sobre la "economía política del odio". La tesis central de su investigación es interesante para analizar el comportamiento de algunos sectores políticos o de ciertos medios dentro de un país a la hora de discriminar a ciertos grupos sociales. "Los políticos suelen difundir relatos generadores de odio sobre un grupo social al que quieren excluir del gasto público para desacreditar a oponentes cuyos programas beneficiarían a ese sector", afirma. Desde esa perspectiva, por ejemplo, podría entenderse la demonización de los piqueteros por parte de la derecha mediática y política.

Sin embargo, el resumen que el Boletín del Fondo hace de su exposición resalta la utilidad de la tesis para explicar el odio de los argentinos hacia Washington, con un subtítulo en el que fija posición : "Falsas creencias". "Como ejemplo de que son los relatos convincentes más que los hechos los que fomentan el odio, Glaser menciona una reciente encuesta sobre sentimientos antiestadounidenses en el mundo", señala.

Y se asombra de los datos que muestran que en la Argentina el odio a Estados Unidos es muy superior que en Vietnam. "Estados Unidos es un factor políticamente importante en la Argentina, no así en Vietnam, aunque históricamente los vietnamitas tienen más razones que los argentinos para sentir rencor contra los estadounidenses", dice la publicación.

Puesto en esos términos, no hay duda de que un vietnamita tiene más motivos para odiar a Estados Unidos que un argentino. Pero, obviando cualquier autocrítica, la publicación del FMI se preocupa una y otra vez por interpretar el rencor de los argentinos como parte de un gran engaño colectivo pergeñado por "políticos locales" que antes que asumir su responsabilidad prefieren culpar a "agentes externos" de la crisis de los últimos años. Finalmente, bajo otro subtítulo sugestivo ("La verdad no siempre triunfa") vuelve a bajar línea en contra de los ataques que sufre el Fondo Monetario desde la Argentina. "La investigación de Glaser encierra una importante enseñanza para todo el

El FMI, preocupado porque la argentina odia a Estados Unidos

que quiera influir sobre la opinión pública. La repetición es clave para difundir un mensaje, falso o verdadero", afirma el Boletín distribuido por el Fondo vía Internet.

Como se ve, la última negociación con el Fondo va levantando temperatura.