

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/Los-paises-del-Golfo-vistos-por-si-mismos>

Los países del Golfo vistos por sí mismos.

- Empire et Résistance - Afrique et Monde Arabo-Musulman -

Date de mise en ligne : lundi 24 mars 2014

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

En abril de 2013, en oportunidad de una conferencia sobre energía realizada en Doha, en Qatar, uno de los participantes, un oficial qatari, desarrolló su intervención en inglés - la « lingua franca » en el Golfo - rindiendo así homenaje a la « esclarecida visión » de su emir. En el auditorio los periodistas y los universitarios intercambiaron guiños y sonrisas sobreentendidos. Acostumbrados a esta clase de manifestaciones apostaron a cuántas veces se mencionaría la expresión « *the vision* ». Hay que aclarar que se ha vuelto omnipresente en todas las monarquías petroleras o gasíferas del Golfo Arabe -Pérsico. Ya sea en un coloquio, un documento oficial o un simple anuncio turístico es indispensable celebrar con énfasis la « *vijjeune* » es decir la moderna y joven visión de Su Alteza Real o aún un poco más esmeradamente la de « Su Altísima del más alto de los cielos ».

Una expresión que además de su evidente obsecuencia traduce la imagen que los monarcas y su corte quieren proyectar hacia el exterior. De modo que es necesario saber que el rey, el emir o el sultán, ha tenido un día una visión, personal que duda cabe, sobre como desarrollar su país « *A strategic vision* », una visión estratégica, ciertamente y no un capricho de nuevo rico.

Los rascacielos de Dubai, las nuevas ciudades de Arabia saudita, los puertos del sultanato de Oman, la diversificación económica de Abu Dhabi para salir de la exclusividad petrolera, el activismo de Qatar en todos los frentes del planeta, los fantasmagóricos hoteles que la prensa anglo sajona llama « al-bling-bling », las compañías aéreas (Emiratos, Etihad Airways, Qatar Airways, Oman Air...) capaces de darles jaquemate con un peón a sus competidores europeos [1], las fantasías turísticas : todas esas cosas estarían poniendo en evidencia la coherente "visión" de los monarcas quienes serían al mismo tiempo estrategas y planificadores, lúcidos administradores y emprendedores.

Oportunistas y a menudo instalados en los orígenes mismos de los grandes proyectos económicos en la región, los estudios de asesores anglo-sajones lo interesante de invertir a partir de ese término "visión" Desde hace varios años sobre la base de quién elaborará el más hermoso y el más denso informe prospectivo « Visión 2020 », « Visión 2030 » y en espera de los del 2040, los países del Golfo no dejan de proyectarse hacia el futuro y de imaginar todos los posibles escenarios que les permitan convertirlos en verdaderas potencias económicas y energéticas.

A menudo los consultores al servicio de « *the vision* » no tienen el menor escrúpulo y venden sucesivamente la misma idea a monarcas rivales obsesionados por la idea de hacer algo mejor que el vecino. El emirato de Charjah ¿es conocido en todo el mundo por la belleza de sus museos, especialmente el de la Civilización islámica ?. Qatar tendrá uno más grande aún, mientras que Abu Dhabi quiere lograr la explosiva reunión del Louvre y el Guggenheim en un mismo « distrito cultural » ¿Dubai tiene la torre más alta del mundo ? Arabia saudita proyecta erigir una más alta aún, como signo manifiesto de su supremacía regional...

Mientras el proyecto europeo se reduce como piel de onagro y los EEUU no saben como superar un crecimiento que ya no genera empleos, los países del Golfo reivindican su confianza en el futuro, aun cuando entre bambalinas las perspectivas nucleares iraníes provocan pesadillas y sudores fríos. No transcurre un solo día , o casi ninguno sin que se hable de « proyectos » de muchas decenas de « billones » - mil millones - de dólares, Las sumas citadas por el semanario MEED (Dubai) o por el diario *The National* de los emiratos - ambos en inglés. El idioma de los negocios pero también de la educación superior y de todo lo referente a entretenimientos y cultura - marean. Tanto leyendo como escuchando las declaraciones oficiales, todo estos proyectos son de « nivel mundial ». De envergadura internacional, porque ya es cosa del pasado la época de los afortunados sheiks que compraban obsoletos elefantes blancos [2].

Un proyecto debe ser, importante, impresionante pero también rentable, para que el país involucrado pueda mantener su rango de « *emerging market* » - mercado emergente - a la par que China o Brasil, pero también y sobre todo « *hub* ». Es decir de esquina estratégica y de núcleo comunicacional y de transportes a la que es oportuno por

no decir obligatorio, concurrir para realizar buenos negocios. Existe por otra parte un deseo casi obsesivo en todos los países del Golfo de hallarse en la convergencia de los mundos. « *To be on de map* » Estar ubicado en el mapa terráqueo pero sobre todo ser conocido y reconocido. Tal es entre otros lo que motiva a las monarquías de la región como lo evidencia el muy mediatizado ejemplo de Qatar.

Es por eso que el calificativo « global » se acopla inevitablemente al término « *hub* ». Ningún proyecto, ninguna actividad, ningún coloquio merece ser citado si no es « *global* » es decir inscripto en la mundialización. Pasando por Doha o por Manama a nadie sorprenderá. Por lo tanto que en la tarjeta de presentación del asesor de prensa de una pequeña empresa familiar figure como un « *global press officer* ». En el mismo « *mall* » un gigantesco centro comercial climatizado en donde los expatriados y los locales arrastran su aburrimiento a lo largo de galerías cubiertas de mármoles, todo debe ser « *global* ». ¿Lo países del Golfo ? « *A global hub with strategic vision* »

Este material lingüístico es suficiente para producir libros y coloquios que celebran el advenimiento de una nueva economía. Una economía robusta (« *strong economy* ») pero también se señalará muy atenta al desarrollo sustentable (« *sustainable development* ») Porque es bien cierto que esta región la primera en el mundo en términos de emisiones de gas de efecto invernadero por habitante, preocuparse por el ambiente también es muy « *world class* ».

Entre la abundante terminología a la que recurren los documentos relacionados con la « visión », el « capital humano » (human capital) se acomoda a todos los gustos. Oficialmente es necesario desarrollarlo y protegerlo. Pero desde luego que eso no tiene nada que ver con las legiones de trabajadores inmigrantes, especialmente los originarios del subcontinente indio, a los cuales más comunmente se refieren con la palabra « *deportation* ». Es decir expulsión un castigo que resulta ser automático cuando les acomete la mala idea de hacer huelga para reclamar por sus (magros) derechos o sus salarios, generalmente pagados con retraso y con descuentos por su alimentación o su alojamiento, que no tienen la menor posibilidad de negociar.

En estos últimos años, el interés del Occidente protector obliga, se vincula el « *human capital* » a la suerte de las mujeres. En Dubai, como en Doha o en Kuwait, no se trata más que facilitarles el acceso a la vida profesional. Surge entonces otro término que merece ser tenido en cuenta, por cuanto cristaliza, los sobreentendidos políticos e ideológicos caros a la ideología neoliberal : el del « *empowerment* » lo que en los textos significa : otorgar progresivamente más poder a las personas involucradas para que puedan desenvolverse mejor » « *Empowerer* » una mujer de los emiratos o qatari, es hacerle tomar conciencia de que ella podría tener más (poder) pero sin poner en tela de juicio, el dominante sistema patriarcal. Es decir emanciparla, pero no demasiado.

Aunque inversamente impulsar el « *empowerment* » de los jóvenes « locales », locales es el término que usan los expatriados para designar a los nativos, consiste en convencerlos de que deben hacer más y aceptar empleos hasta ahora reservados a los extranjeros, especialmente en el sector privado. Campaña tras campaña la « *labor nationalization* ». el reemplazo de los trabajadores extranjeros ha fracasado y la dependencia de « *foreign workers* » sigue siendo importante. Este aspecto, aunque algo nuevo, alimenta largos debates en la prensa y en los Parlamentos que por lo general son consultivos [3]

Pero ¿cómo no comprender a esta juventud masculina hastiada y desempleada que inquieta a los poderosos « *chouyoukh* » - término con el que se menciona a los monarcas, pero también a las más importantes figuras tribales ? La existencia no es fácil para ella, llevar una vida normal o lo que es más importante aún, encontrarle gusto al esfuerzo y al trabajo bien hecho cuando todo lo que la rodea solo habla de « *luxury* » - palabra que significa lujo pero que también puede traducirse por lujuria cuando se conocen ciertos aspectos de la vida nocturna de algunas ciudades del Golfo. ¿Cómo incorporar al trabajo a esta juventud salvo incorporándola a una función pública saturada en un país donde la otra palabra clave es « *leisure* » -entretenimiento especialmente en el sentido de « *fare niente* » - y el verbo « *enjoy* » disfrutar del placer ?

Pero no solo la juventud inquieta a los « *chouyoukh* ». Cuatro décadas de enormes cambios sociales han generado una especie de malestar y de búsqueda de identidad. Es por eso que en nombre de la cohesión nacional, se habla a menudo de « *heritage* » y de « *culture* ». « *Cultural Heritage* » una expresión muy útil para compensar el malestar generado por la « *modernity* » tan reivindicada - por lo menos en lo referente al aspecto tecnológico porque en cuanto a las mentes...

Pero parece una burla a los viajeros que llegan del Oriente próximo o el Magreb hablar de herencia cultural en estas tierras vacías. ¿las carpas ?, ¿los camellos ? ¿la poesía anti-islámica ? ¿la frugalidad que impone el desierto ? ¿Las justas marinas ? ¿La escueta gastronomía, sobre la que el visitante deberá cuidarse bien de preguntar si es « *spicy* » (con especias) porque actualmente se refieren a sustancias sintéticas a las que la juventud local recurre cada vez más frecuentemente en búsqueda de paraísos artificiales ?

La terminología en boga no dispone para esto de una expresión favorita. Se contenta con reconocer que los países de la región están comprometidos con una « *nation building* » la construcción de una nación. Un desafío que sigue siendo incierto a pesar de la existencia de una « *vision* » estratégica y prospectiva que preciso es reconocerlo falta en muchos otros países.

Akram Belkaïd* para [Le Monde diplomatique](#)

* **Akram Belkaïd**, es un periodista independiente, trabaja para Le Quotidien de Oran, « *Afrique Magazine* », « *Géo* » y « *Le Monde Diplomatique* ». Su último libro, « *Etre arabe aujourd'hui* » (Ed Carnets Nord), 2011.

[La Valise diplomatique](#). París, agosto de 2013.

Traducción del francés para [El Correo](#) de : Susana Merino

[El Correo](#). París, 24 de marzo de 2014.

[\[Licencia Creative Commons\]](#)

Este obra está bajo una [licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported](#). Basada en una obra en www.elcorreo.eu.org.

Post-scriptum :

.

[1] Leer en fr. Jean-Pierre Séréni, « [Emirates veut faire redécoller Dubaï](#) », *Le Monde diplomatique*, novembre 2010

[2] Un « elefante blanco » es una obra ambiciosa que jamás se realiza, o que se revela un pozo sin fondo financiero.

[3] Leer en fr « [Les Emirats arabes unis saisis par la fièvre nationale](#) », *Le Monde diplomatique*, mai 2010.