

## Porqué a clase traballadora non reacciona?

Eleccións tras eleccións, o partido gobernante segue lexislando en contra dos intereses da clase traballadora (reforma González - reforma Aznar - reforma Zapatero), convenio tras convenio os dereitos laborais vanse esfumando, a incorporación das novas xeracións ao mercado de traballo faise cada vez en forma máis precaria, a asistencia sanitaria non mellora e téndese a privatizar, quérennos rebaixar as pensións (salario diferido) inxustificadamente, o sistema educativo segue sen acadar os resultados que debera...

As máis das veces temos as respostas en reflexións que se teñen feito moitos anos atrás, xa no 1953 Ray Bradbury escribía na súa novela "Fahrenheit 451" que a cidadanía precisaba:

- Información de calidade, non cantidade nin moito menos información manipulada.
- Tempo para dixerir a información, ocio construtivo e reflexivo e non o modelo de ocio que nos venden baseado en esquecer a realidade e fuxir dela.
- Dereito a realizar accións baseadas nas dúas primeiras cuestións: lexitimidade para mobilizarnos na defensa dos nosos dereitos.

Ten pasado moito tempo dende entón pero semella que a cousa non vai camiño de lograr os obxectivos que daquela marcaba o autor, senón todo o contrario. Está establecido un modelo económico e social que ten na manipulación e no engano masivo a estratexia para que as clases dominantes gañen a cada paso máis poder de decisión e de acumulación de recursos. Porqué a clase traballadora non reacciona?

Neste boletín tratamos de dar unha visión da realidade que nos poida axudar a entender porqué suceden as cousas que hoxe están pasando, non pretendemos dar respostas para solucionar a situación actual, as respostas deben ser colectivas e froito da reflexión compartida. Dende a CIG entendemos que é unha necesidade tratar de facer pedagogía para que a clase traballadora sexa quen de entender e comprender por si mesma, fuxindo dos argumentos manipulados e mentireiros que o capital adoita poñernos diante dos ollos.

O profesor Noam Chomsky, no seu libro "Armas silenciosas para guerras tranquilas" pode darnos algunhas claves, ten definido un decálogo de "Estratexias de manipulación" que a pouco que reflexionemos sobre delas veremos como no día a día se producen. Busquemos exemplos e veremos que, dentro e fóra da Telefónica, estamos a padecer un nivel de manipulación que nos mantén no letargo, ou na paz social, como lle gusta chamarlle aos sindicatos CCOO e UGT, grandes aliados do capital financeiro.



### **1.- A ESTRATEXIA DA DISTRACCIÓN.**

O elemento primordial do control social é a estratexia da distracción, consiste en desviar a atención do público dos problemas importantes e dos cambios decididos polas elites políticas e económicas, mediante a técnica do diluvio ou inundación de continuas distraccións e de informacións insignificantes. Manter a atención do público distraída, lonxe dos verdadeiros problemas sociais, cativada por temas sen importancia real.

O fútbol, como en tempos pasados, volve converterse no gran elemento distractor. Por riba vemos como os actores deste circo manteñen uns salarios indecentes, mais nunca é abondo. Os xogadores da selección española que gañaron o mundial de Sudáfrica negocian coa Axencia Tributaria para pagar os impostos das primas cobradas (600.000€ cada xogador) en Sudáfrica ao 21%, en troques de facelo no Estado español ao 43%. Estes actores do circo, que tan boa labor fan para manernos ocupados, están moi ben pagados e moi ben tratados polo fisco.

Mentres que un empregado da telefónica gaña nun ano menos da décima parte que un destes xogadores gañou nun mes, vai resultar que temos que tributar a un tipo máis alto, e por riba oír que somos uns privilexiados.

### **2- CREAR PROBLEMAS E DESPOIS OFRECER SOLUCIÓNS.**

Este método tamén é chamado "problema – reacción - solución". Créase un problema, unha "situación" prevista para causar certa reacción no público, a fin de que este sexa o mandante das medidas que se desexa facer aceptar.

As constantes rebaixas nos impostos ás rendas do capital e ás empresas, propiciaron que aparecese un déficit público. Hoxe lonxe de subir eses impostos, e recuperar outros como o imposto sobre o patrimonio, recórtase gasto. Vemos pois a ecuación: empresas e capital pagan menos - aparece déficit – recortamos o gasto público, prexudicando ás clases populares e máis desfavorecidas.

### **3- A ESTRATEXIA DA GRADUALIDADE.**

Para facer que se acepte unha medida inaceptable, basta aplicala gradualmente, a contagotas, por anos consecutivos. É dese xeito que condicións socioeconómicas radicalmente novas (neoliberalismo) foron impostas durante as décadas de 1980 e 1990: Estado mínimo, privatizacións, precariedade, flexibilidade, salarios que xa non aseguran ingresos decentes; todos estes cambios provocarían unha revolución se fosen aplicados dunha soa vez.

Na Telefónica atopamos exemplos variados dende hai moitos anos. Un deles é a constante externalización de actividades: empezou por construcións, comercial, I+M, OSI, O+M... Máis preto no tempo está a cuestión da Clasificación Profesional, non foi quen de impoñela na negociación do Convenio pero pouco a pouco está intentando levala adiante, trasladándoa ás mesas de "ocultación permanente", o tempo dirá se a estratexia dá resultado.

### **4- A ESTRATEXIA DE DIFERIR.**

Outro xeito de facer aceptar unha decisión impopular é a de presentala como "dolorosa e necesaria", obtendo a aceptación pública, no momento, para unha aplicación futura. É máis fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primeiro, porque o esforzo non é empregado inmediatamente. Logo, porque o público, a masa, ten sempre a tendencia a esperar inxenuamente que "todo irá mellorar mañá" e que o sacrificio esixido poderá ser evitado. Isto dá máis tempo ao público para afacerse á idea do cambio e de aceptala con resignación cando chegue o momento.

Así os gobernos impoñen medidas impopulares como a suba do IVE, baixadas nos salarios dos funcionarios e recortes nas prestacións sociais, en troques de subir impostos ao capital e as empresas. Dinos que son medidas necesarias pero non é certo. Tamén é así como se asinan os convenios a baixa, primeiro afírmase que é inevitable, para mentalizar aos traballadores e traballadoras, despois executase aínda que supoña perda de poder adquisitivo, de dereitos e de condicións laborais. É necesario... para que as empresas sigan gañando cartos a esgalla.

#### 5- DIRIXIRSE AO PÚBLICO COMO CRIATURAS DE POUCA IDADE.

A maioría da publicidade dirixida ao gran público utiliza discursos, argumentos, personaxes e entoación particularmente infantís, moitas veces próximos á debilidade, coma se o espectador fose unha criatura de pouca idade. Canto máis se intente buscar enganar ao espectador, máis se tende a adoptar un ton infantilizante.

Por que? Se un se dirixe a unha persoa coma se tivese 12 anos ou menos, entón, en razón da suxestionabilidade, ela tenderá, con certa probabilidade, a unha resposta ou reacción tamén desprovista dun sentido crítico, como a dunha persoa de 12 anos. Un exemplo claro son as últimas campañas electorais: vídeos, xogos e mensaxes baleiros de contido como dirixidos a unha masa carente do mínimo sentido crítico.

#### 6- UTILIZAR O ASPECTO EMOCIONAL MOITO MÁIS QUE A REFLEXIÓN.

Facer uso do aspecto emocional é unha técnica clásica para causar un curtocircuíto na análise racional, e finalmente no sentido crítico dos individuos. Por outra banda, a utilización do rexistro emocional permite abrir a porta de acceso ao inconsciente para implantar ou inxectar ideas, desexos, medos e temores, compulsións, ou inducir comportamentos.

Así, aproveitando a crise económica, xorden os discursos neofascistas, que chegan a instalarse en todos os estratos sociais. Mentres a emigración foi quen de aportar man de obra barata que permitise producir non houbo problema, cando reivindicán os seus dereitos: acceso ao sistema sanitario, educación, subsidios... é cando aparecen os problemas. Non podemos quedar calados ante estes discursos, que botan man dos máis baixos instintos.

#### 7- MANTER AO PÚBLICO NA IGNORANCIA E A MEDIOCRIDADE.

Facer que o público sexa incapaz de comprender as tecnoloxías e os métodos utilizados para o seu control e a súa escravitude. A educación pública, conquista histórica da loita obreira, pode acabar facendo o papel desexado pola dereita: crear man de obra barata e sen conciencia para a defensa dos seus dereitos.

Todas as estatísticas indican que o fracaso escolar é moito máis elevado entre as familias onde os pais teñen menos estudos, o elemento corrector que debería ser a educación pública non logra, nin de lonxe, o seu obxectivo. Segundo o estudo "*Fracaso y abandono escolar en España*" elaborado pola fundación social "la caixa" podemos observar como o fracaso está directamente relacionado co nivel educativo dos pais.

Indicadores de fracaso según el nivel educativo de los padres							
En porcentaje							
	MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO DE LOS PADRES						
	NINGUNA	PRIMARIA	SECUNDARIA	PROFESIONAL	BACHILLERATO	UNIV. MEDIOS	UNIV. SUPERIORES
Ha repetido	48,2	37,8	25,5	24,1	29,5	27,7	16,3
No aspira a postsecundaria	39,8	23,8	13,3	13,0	13,1	8,2	5,1
Puntuación por debajo de una desviación típica	43,0	26,7	15,8	17,3	17,8	14,5	9,7
Riesgo elevado de fracaso	62,9	46,2	31,8	31,0	35,0	33,1	20,2

Fuente: PISA 2003. Elaboración propia.

## 8- ESTIMULAR AO PÚBLICO A SER COMPRACENTE COA MEDIOCRIDADE.

Promover ao público a crer que é moda o feito de ser estúpido, vulgar e inculto... Pode parecer unha cuestión menor mais non é así. Se buscamos os programas da televisión de máxima audiencia, os vídeos máis descargados de internet, etc. Veremos cousas totalmente absurdas, programas que se retroalimentan de cuestións banais, vídeos de parvadas que son descargados millóns de veces. Non hai máis que ollar a industria do cine norteamericano para ver que tipo de cultura é a que se lle ofrece ás masas.

## 9- REFORZAR A AUTO-CULPABILIDADE.

Facer crer ao individuo que é soamente el o culpable pola súa propia desgraza, por causa da insuficiencia da súa intelixencia, das súas capacidades, ou dos seus esforzos. Así, en lugar de rebelarse contra o sistema económico, o individuo autodesvalídase e cúlpase, o que xera un estado depresivo, un de cuxos efectos é a inhibición da súa acción. E, sen acción, non hai revolución!

A cantos estudantes se lle ten dito que non serven para estudar, tantas veces o teñen escoitado que eles mesmos acaban por asumir que non serven. Cantas veces non se ten culpado ao traballador ou traballadora en paro pola súa situación, lonxe de criticar un mercado laboral que usa aos traballadores como mercadoría, asumen que a culpa é súa. O caso máis dramático de calquera situación persoal é o suicidio, non se soporta a situación e o individuo opta por culparse a si mesmo ata as últimas consecuencias. Como é posible que nunha multinacional como France Telecom se dean tantos casos de suicidio?

## 10- COÑECER AOS INDIVIDUOS MELLOR DO QUE ELES MESMOS SE COÑECEN.

No transcurso dos últimos 50 anos, os avances acelerados da ciencia xeraron unha crecente brecha entre os coñecementos do público e aqueles que sobre estes posúen e utilizan as elites dominantes. Grazas á bioloxía, a neurobioloxía e a psicoloxía aplicada, o "sistema" gozou dun coñecemento avanzado do ser humano, tanto de forma física como psicolóxica.

O sistema conseguiu coñecer mellor ao individuo común do que el se coñece a si mesmo. Isto significa que, na maioría dos casos, o sistema exerce un control maior e un gran poder sobre os individuos, maior que o dos propios individuos sobre si mesmos.

As multinacionais e a banca gastan grandes fortunas en estudos de mercado, en moitas ocasións son quen de crear artificialmente a demanda dun produto ou servizo e despois poñelo no mercado. Na maioría das ocasións non analizamos realmente se necesitamos iso que estamos a comprar e que ata hai dous días nin sabíamos da súa existencia.



### **Sanidade pública galega, un bo exemplo de manipulación**

*Ante a mobilización da sociedade galega contra o desmantelamento da sanidade pública, o goberno Feijoo opta pola propaganda.*

*SOS Sanidade Pública, plataforma na que está integrada a CIG, leva tempo mobilizándose contra o deterioro do sistema sanitario público galego, contra os recortes no orzamento sanitario, contra a entrada de capital privado no financiamento e na xestión de novas infraestruturas (centros de saúde e hospitais) e contra todas as medidas que o goberno toma como paso para a privatización.*

*A reacción de Feijoo non se fixo esperar: contratación de publicidade nos medios de comunicación a través dunha campaña na que din defender a sanidade pública.*