Globalización
Centro de Investigación
Sobre Globalización

# La estrategia inflacionista

Por: Antonio Lorca Siero
Globalizacion, 15 de junio 2021
Rebelión

Región: Mundo
Tema: Economía

*Lo de la pandemia ha sido una tregua obligada para el capitalismo en el plano consumista habitual, pero temiendo que el control se le escape de las manos, ha puesto en práctica acelerada lo de desmontar, una vez más, el ahorro de las masas.*

Ahora quiere recuperar el tiempo perdido y con ayuda de sus empresas, políticos y organismos institucionales a su servicio pretende vaciar los bolsillos de los privilegiados de lo que no han tenido ocasión de gastar, debido a las medidas de enclaustramiento dictadas por los mandatarios. Dinero que han acumulado aprovechando el adormecimiento del mercado y su posición económica. En este numeroso grupo se encuentran los que cobran el sueldo fijo de la empresa papá Estado, los derivados, que son muchos, y los que se han beneficiado de la situación creada vendiendo productos para la ocasión. Otros han aprovechado las ayudas públicas que, sumadas al trapicheo *en negro*, también les ha permitido ahorrar. El hecho es que, al margen de la propaganda social progresista de última generación, salvo *los vulnerables* de profesión, que no ahorran ni cinco céntimos por diversos motivos, son muchos los que han acumulado cierto capital, ya sea para blindarse ante imprevistos o para hacer ostentación de riqueza.

El capitalismo, interesado en mantener todo bajo control de su elite dominante, preocupado por si las masas cogen vuelo con ocasión del experimento pandémico, ha instrumentado nuevamente la estrategia de la tan sufrida *inflación*, orquestada desde el centro del poder económico mundial. En ocasiones, improvisando un falso crecimiento de la demanda o por simple decreto, se trata de subir los precios de casi todo lo que se puede venderse en el mercado, a la vez que paralelamente se especula para mantener intacto el espíritu consumista a través del marketing, que trabaja a destajo, centrándose en la publicidad agresiva para llegar mejor a los incautos. Todo ello es auxiliado por el afán recaudatorio público, que se justifica en las necesidades del llamado Estado del Bienestar.

La punta de lanza del inflacionismo suelen ser las energéticas tradicionales y en este punto, pese a la publicidad dada a las energías verdes, el alza del precio del petróleo es un excelente recurso a utilizar. Si no hay demanda, se inventa, ya sea creando situaciones geopolíticas de tensión o hablando de escasez, sin pasar por alto ciertos incidentes que auguren aumento de la demanda. En línea con el avance de esta materia prima, el gas se apunta al tren y, como está regulado, hay que ajustar los precios al alza, amén de otros artificios, caso de *las bombonas* que cotizan en razón a las peculiares características del envase casi a la libre voluntad del vendedor. Como resulta que, pese al avance de las energías renovables, el oro negro y derivados siguen marcando el destino económico, los

precios se disparan y ya está ahí la inflación instalada en el mercado.

Por lo que se refiere al papel inflacionista del precio de la electricidad, simplemente facilita que acelere su marcha porque, pese a los adornos que habilita la publicidad, el coste para el usuario, bien sea con la debida justificación o adornándola, no detiene su crecimiento desde hace años, sin que haya provocado hasta ahora el menor sobresalto público. Pese a la campaña local mediática para entretener al auditorio con cualquier asunto, no se encuentra sentido al proteccionismo otorgado a este desmadre inflacionista, de no ser porque localmente, al igual que sucede con el petróleo y derivados, un aumento de precios incrementa la recaudación pública. De ahí que la industria del sector juegue con ventaja y saque a escena una nueva subida que no va a afectar al consumidor ahorrador, según dice la publicidad, pero que realmente es una ayuda para generar más inflación. Este es el caso del último espectáculo de fuegos de artificio en torno a referenciar los costes de la electricidad al *horario de consumo*. Lo que viene a demostrar la capacidad de inventiva de las empresas del ramo, la tolerancia de los gobernantes con el negocio y la total indefensión de los consumidores.

Respecto a la cesta de la compra, la inflación tiene que comportarse con ciertas dosis de prudencia para evitar más *colas del hambre*. Basta con disparar discretamente el precio de la mayoría de las mercancías, subvencionar cuatro cosas para compensar a los productores, estabilizar en lo posible el IPC y fundamentalmente no llamar significativamente la atención sobre el peso del sector en la escalada inflacionista.

Si se pretende buscar escapatorias a la inflación, resulta que los métodos habituales más señalados acaban siendo una pérdida de tiempo. La renta fija, una simple *ocurrencia* que, en el mejor de los supuestos, ni da para cubrir el efecto devaluación. De la renta variable habría que olvidarse, porque es un juego de *mareo de perdiz,* al ritmo marcado por el gran capital especulativo dirigido desde la Bolsa del Mundo, del que solo se benefician los que juegan con ventaja. El *ladrillo*, una excelente fuente de ingresos públicos y de creencias privadas, que a veces queda en mucho ruido y pocas nueces. En cuanto a los depósitos bancarios y otros productos especulativos, sin duda son fuente de negocio para las entidades que saben adornarlos con las consabidas *comisiones*. Por último, mantener el ahorro debajo del *colchón* no es más que hacerle el juego a la inflación.

En el proceso inflacionista artificialmente provocado, la clave del éxito reside en la conducta de los propios consumidores, conducidos por la publicidad mediática, a su vez dirigida por la propaganda oficial. Se trata de consumir para que las empresas incrementen sus beneficios, a cambio de que el consumidor perciba esa sensación de que ha satisfecho su cuota de *bien-vivir*. Una falsa realidad alentada por los medios, recogiendo imágenes seleccionadas a tal fin, para que por espíritu mimético todos se lancen a la vorágine del consumo irresponsable sobre la base del ocio y la apariencia.

Finalmente, si la inflación y el consumo responsable, a grandes rasgos pueden dejar espacios para esa riqueza particular derivada del estado de pandemia, no solo está dispuesto a aliviar su carga el mercado empresarial, también permanece muy atenta la inventiva impositiva. En este caso, con ayuda de la tecnología y del asesoramiento especializado, el erario saca tajada de lo que deja la avidez del capital en los bolsillos de la ciudadanía.

Con la estrategia inflacionista empresarial y la inestimable colaboración política, de lo que se trata es de conseguir algo muy sencillo como es que las masas dediquen todo el dinero

que ingresan en sus bolsillos, procedente del trabajo, de la subvención, de la inversión o del simple maná, a consumir, para que retorne al capital a través de las empresas. La ortodoxia económica lo considera un proceso normal, a ventilar siguiendo las normas que rigen el mercado, en el que todos participan e incluido el propio Estado. No obstante, más allá del proceso natural de la oferta y la demanda, habría que aclarar que todo lo que se mueve lo hace bajo la dirección de *la elite dominante*, es decir, los que realmente tienen encomendado el desarrollo boyante del capitalismo. La que no se corresponde con esa elite de ricos de actualidad, de la que se ha ocupado Phillips, simple imagen pública de sus empresas y un colectivo destacado de *oficiantes* de la doctrina capitalista.

**Antonio Lorca Siero**

La fuente original de este artículo es Rebelión
Derechos de autor © Antonio Lorca Siero, Rebelión, 2021

**Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook**
**Conviértase en miembro de Globalización**

*Artículos de:* **Antonio Lorca Siero**

**Disclaimer:** The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca