

Sobre el "Black Friday" en Grecia

VERBA VOLANT :: 08/12/2016

Texto de la Asociación sindical de trabajadores en papelerías, librerías, editoriales y medios digitales del Ática, sobre el llamado "Black Friday"

Con orgullo excesivo la cadena de grandes almacenes Public informó al público consumidor, a través de una campaña de publicidad, que el 25 de noviembre de 2016 traería por primera vez a Grecia el "Black Friday" (Viernes Negro). Se trata de una institución procedente de [Norte]América, con unas "ofertas únicas por unas pocas horas". La noticia fue difundida por un montón de medios informativos, electrónicos o no, como una iniciativa pionera.

Sin embargo, parece que nadie ha buscado un poco más qué significa realmente este "Black Friday" tanto con respecto a los hábitos consumistas que introduce, como con respecto a la paliza que constituye para los trabajadores en las tiendas comerciales. Tampoco alguien ha hecho alguna referencia a las condiciones caóticas que se dan dentro de las tiendas (en Internet hay un sinnúmero de vídeos relativos), o a las muertes y los lesionados que se han dado y están asociados con él (7 y 98 respectivamente en EEUU. Ver

<http://blackfridaydeathcount.com/>). Los consumidores, quienes puede ser que lleven horas enteras esperando fuera de las tiendas para aprovecharse de la ofertas, acaban pisoteados y aplastados, literalmente entre ellos. Y desde luego su obsesión arrastra a los trabajadores, quienes además de los horarios comerciales extendidos y el trabajo intensificado que se les impone en el marco del "Black Friday", tienen que atender o confrontarse a los consumidores rabiosos. También tienen que confrontar las agresiones de los consumidores, quienes arrasan todo a su paso, al pasar por los corredores buscando ofertas. De hecho, en 2008 un obrero de 34 años de Walmart perdió su vida al ser literalmente pisoteado por unos 200 consumidores.

Esta pues es la institución que con tanto orgullo trae Public a Grecia. Obviamente, esta gillipollez de la patronal no es una excepción. Es una faceta (algo "oscura") de la ofensiva de los patrones y del sistema capitalista en general, contra nuestros intereses y derechos, contra nuestra vida y dignidad. Viene a completar la situación lúgubre que estamos viviendo, con los sueldos basura, con los sueldos que no son pagados, con los despidos y el desempleo, con la precariedad, con los contratos individuales, con la intensificación y las horas extras no pagadas, con el trabajar en domingo y de pie...

Y si es claro que nosotros no estamos interesados en los "precios bajos", al oír hablar de las "ofertas" que ofrece Pubic en el marco del "Black Friday" (y sobre todo en un período en que tiene ganancias), enseguida se nos ocurre los "sueldos basura" que cobran nuestros compañeros de trabajo. Parece que para la patronal de Public los "precios bajos" van juntos con los sueldos bajísimos-humillantes de sus trabajadores.

Por nuestra parte no vamos a parar de poner de manifiesto la arbitrariedad de la patronal, y de tratar de frenarla. Ya en 2006 hemos puesto de manifiesto una arbitrariedad más de la patronal de Public, la cual impuso a los trabajadores trabajar en domingo y al mismo tiempo

organizó un concurso fotográfico cuyo título era “Nuestros domingos”.

Dirigiéndonos a nuestros compañeros de trabajo, queríamos incitarles a limitarse a sus obligaciones convencionales. Queremos dejar bien claro que nosotros, los trabajadores, nos negamos a ser las víctimas o los domadores en el circo consumista montado por los patrones que no tienen el menor escrúpulo.

Al mismo tiempo llamamos a la patronal de Public a poner fin a estas acciones. En todo caso, para nosotros es responsable de cualquier problema que surja, sobre todo a nuestros compañeros de trabajo.

Por último, dirigiéndonos a los consumidores, no podemos dejar de pedirles que piensen en su responsabilidad de las situaciones caóticas-peligrosas que se dan, tanto en los “Black Fidays”, como en otros momentos de avalancha humana dentro de las tiendas. También, les pedimos que no procedan a la mínima agresión contra nuestros compañeros de trabajo. Y notamos que nosotros, los trabajadores, ni somos ni seremos los productos del consumo canibalesco.

Los “Black Fidays” de los patrones-depredadores contribuyen a la confección de consumistas inhumanos. Ennegrecen aún más las vidas de los obreros.

El siguiente texto fue publicado en la página web de la Asociación de trabajadores en papelerías, librerías y medios digitales del Ática, bajo el título “Notas adicionales sobre el comunicado de nuestra asociación sobre el Black Friday”.

1. Al registrar las facetas de la ofensiva que estamos recibiendo, no nos referimos a las “Noches Blancas” (las cuales, según la zona geográfica y la coyuntura temporal aparecen como “Noches Rojas” o “Noches de Amor”). Se trata de otra institución vil, bautizada “fiesta”, en el marco de la cual los patrones tratan de extender el horario comercial y de formar (montar) un circo consumista más para clientes totalmente degenerados y dependientes fatigados. Se trata de otra institución, a la cual todos nos hemos opuesto en la práctica hasta hoy, y que estamos decididos de bloquear por completo, ya se realice ilegalmente (por ejemplo, en algunos barrios de Atenas) o bajo un “manto de legalidad”.
2. Con respecto a esto, notamos que basándonos en la imagen que tenemos hasta hoy, por lo menos para esta temporada (año) no creemos que se intente una extensión de los horarios comerciales, fuera de los marcos “legales”. No obstante, estamos en alerta, para poder actuar de cualquier manera, a nivel de movimiento y a nivel jurídico, para bloquear cualquier pretensión semejante. En todo caso, como ocurre en EEUU y en otros países, creemos que muy pronto el “Black Friday” (Viernes Negro) significará trabajar desde la madrugada hasta la medianoche.
3. Parece que la iniciativa “admirable” (más bien este recital de arbitrariedad) de Public tiene bastantes seguidores, ya que cada vez más empresas proceden a la celebración del “Black Friday”.

4. De hecho, una empresa más de nuestro sector, Plaisio, icon un vídeo propagandístico llama al público consumidor a participar en el “Black Friday” con guantes de boxeo!

5. También, una cadena más, Media Markt, hacen propaganda de un “Black Friday” de varios días de duración, el cual incluirá el domingo (aunque sea sólo para compras vía Internet). Sin embargo, unas metodizaciones como esta muestran claramente hacia donde quieren ir...

En las antípodas de todo esto, en un artículo publicado el año pasado en el periódico Kathimeriní, leemos sobre la abolición del “Black Friday” en Gran Bretaña debido a los conflictos hechos. Desde luego, este año en Kathimeriní se han publicado sólo artículos de publicidad de esta institución.

7. La imaginación (y la arbitrariedad) de los patrones en el campo de la explotación laboral es desenfrenada. Así nos surgió el “Black Friday”. Y así veremos en el futuro más eventos. Por el otro lado, observando esta situación y su impacto en el público consumidor, vemos que busca unas “experiencias consumidoras cada vez más avanzadas”, y que los patrones vienen a satisfacer-reforzar esta “necesidad” suya.

8. Y cuán lamentable (pero totalmente explicable) es ver a tanta gente preparándose para luchar por “conquistar” las ofertas en aparatos electrónicos o en juegos de vídeo, mientras que al mismo tiempo se abstienen por completo o dan pasos hacia atrás en la lucha social y de clase por conseguir los medios para vivir una vida decente.

Y seguro que son muchas las cosas que debemos notar sobre esta nueva gillipollez consumista de la patronal que está invadiendo nuestra vida. Y seguro que son muchas las cosas que debemos y podemos hacer para bloquear tanto los “Black Fridays”, como la ofensiva contra nuestros derechos e intereses, contra nuestra vida y dignidad.

<http://verba-volant.info/es/>

<https://www.lahaine.org/mundo.php/sobre-el-black-friday-en>