

Manual para que no te engañen los políticos

por Rafael Palacios

Cada año, votas con la esperanza de que algo vaya a cambiar para bien, y cada año, te das cuenta de que aquellos en los que confiaste, te engañaron. ¿Cómo puede ser que cayeses una vez más en esa trampa? ¡Si parecía que de todas las opciones posibles ésa era la menos mala!

En estas pocas páginas vas a aprender a leer por detrás de lo que dicen y hacen los políticos para que nunca más te vuelvan a engañar, pero antes de nada, tienes que hacerte la promesa de no volver a autoengañarte jamás, porque si no, no hay nada que hacer.

Si permites que tu alma admita la mentira que tu mente produce, volverás a caer en depresión al comprobar que, lejos de lo que tú imaginaste, las cosas fueron a peor con el partido que votaste, y que incluso sentiste vergüenza de haber votado a aquel que luego te ha perjudicado tan seriamente.

Si no te haces la promesa a ti mismo de no volver a creer en lo que sabes que es mentira, no merece la pena que pierdas un minuto en leer este texto: no es para ti.

Historia del gobierno en la sociedad de masas

La democracia moderna y el supuesto régimen de libertades nace en la Revolución Francesa, y coincide con la propagación de los medios de comunicación de masas. El primero, el periódico, que se extiende a principios del siglo XIX, y después, la radio y la televisión, a principios y mediados del siglo XX, respectivamente.

El llamado “régimen democrático” se basa en los votos de los ciudadanos por algún “partido político” (diferenciados desde entonces entre “izquierda” y “derecha”) y esa elección se fundamenta, a su vez, por su respectiva visión sobre la realidad y las hipotéticas soluciones que les proporcionan los medios de comunicación asociados a una u otra corriente, que no trabajan por la Verdad (que unifica) sino por las visiones ideológicas (que separan). Cada uno de los medios de comunicación tiene una ideología y coloca esa ideología por encima de la Verdad; por lo tanto, en democracia se protege la libertad de expresión, siempre y cuando no se haga uso de ella para decir la “Verdad de verdad”, la que unifica. Si algún librepensador trata de decir esa Verdad unificadora será silenciado y se le impedirá aparecer en los medios de comunicación de masas porque cambiaría el orden psicopático de las cosas.

Tu percepción de la realidad a través de los medios de comunicación que lees o ves condiciona el sentido de tu voto. Si sigues una televisión o radio de izquierdas, votarás por la izquierda, y si ves o sigues una radio de derechas, votarás por la derecha. Correcto, ¿verdad?

El problema reside en cuando te das cuenta de que ambos, los medios de comunicación de derechas y los de izquierdas, son propiedad de los mismos banqueros que a su vez perdonan las deudas a los partidos políticos y, por tanto, jamás harán una política que les perjudique o vaya a la raíz del problema: el dinero-deuda. Teniendo esto presente comprenderás que ninguna persona o líder que pueda perjudicar a esos banqueros tendrá derecho a aparecer en esos medios de comunicación: ¿no van a ser tan gilipollas de fastidiar su propio invento, verdad?

La razón es muy sencilla: si apareciera alguien que explicara el problema real y la manera de solucionarlo, los banqueros perderían su poder, y si algo no son esos banqueros que gobiernan nuestras vidas es... tontos.

Hasta la llegada de Internet, las personas insatisfechas con el sistema político se reunían en ambientes alternativos alrededor de la música rock y posteriormente cuestiones sociales, sexuales e identitarias creyendo que de esa manera estaban haciendo daño al sistema... hasta que nos dimos cuenta de que también ese ambiente underground estaba controlado por los sionistas y se silenciaba (y asesinaba) a los artistas incontrolables e imprevisibles. ¿Solución? Esos artistas o personalidades que no se pliegan a la corrección política (la verdadera dictadura) tienen prohibido aparecer en los grandes medios de comunicación.

Hoy sabemos que la Fundación Soros financia todos los grupos de ultraizquierda, a través de becas, ONGs y “programas de desarrollo”, enmascarados bajo el apelativo de “políticas sociales”, con el fin de fracturar la sociedad en decenas de “causas supuestamente justas” pero que lo que consiguen es distraer la atención de lo verdaderamente importante y que nos enfrentemos entre nosotros: mujeres contra hombres, musulmanes contra cristianos, vegetarianos contra carnívoros, negros contra blancos, etc.

Comoquiera que el ser humano busca naturalmente la Libertad y la Justicia, los banqueros e ingenieros sociales que nos gobiernan siempre tienen un ojo puesto en lo que los amantes de la libertad hacemos para desactivar esos movimientos aún incluso antes de que se conviertan en un problema para el status quo; para su dictadura encubierta.

Por eso, lo primero que hacen los malos es infiltrarse en todo movimiento social potencialmente peligroso para descafeinarlo y desactivarlo. Lo vimos en España con el 15-M pero sucedió previamente con el movimiento hippie o el anarquismo: cada vez que el ser humano crea una visión libertadora, individuos rastreros pero dotados de eficaces artimañas se infiltran para desactivarlo desde dentro. ¿Cómo detectar a un infiltrado?

El infiltrado imita los objetivos del grupo que desea desactivar, su manera de hablar y hasta su forma de vestir, pero siempre tenderá a imponer un lenguaje políticamente correcto y a generar culpa en los demás por decir la verdad, la verdad que le deja en evidencia como un fraude. De esa manera acabará imponiendo su lenguaje: como vimos en el 15-M con el “todos y todas”, el lenguaje “inclusivo” y demás inventos de la Escuela marxista de Sociología de Frankfurt, patria chica de la Familia Rothschild. El infiltrado tratará de halagarte, haciéndote creer que todas las opiniones valen igual y que, por tanto, el que más sabe es una mala persona porque te hace sentir inferior. El manipulador emitirá mensajes cortos con los que sabe que conecta con la masa aborregada para ganarse sus aplausos y así aislar al que diga

la verdad políticamente incorrecta. De esa manera, logrará expulsar a las personas del movimiento que podrían detectarlo, desactivarlo y elevarlo al cuestionamiento real de los problemas y con ello, a las soluciones. Los que saben, se van, aburridos y son los demagogos los que toman el control.

El infiltrado es fundamental para que “todo cambie y sin embargo siga igual”. Es el que mantiene el debate en un nivel superficial. El mejor ejemplo de esto son los españoles Pablo Iglesias y Ada Colau o la chilena Camila Vallejo; estrellas mediáticas que aparecen de la nada, de discurso superficial y que sólo aparentemente cuestionan la realidad reinante; en realidad, humo.

El político, da igual del signo que sea, siempre te va a decir lo que quieres oír, mientras por detrás se reirá de ti y de tus expectativas. En realidad, los políticos tienen un plan (un plan maléfico) y lo que desean es transformar tus opiniones para acabar con tu Ser, mientras tú crees que te están representando. Eso es a lo que se llama “ingeniería social”. Mientras tú crees que has elegido alguien que te representa, ellos dan pasos dialécticos para que acabes aceptando lo que sabes que está mal: la manera en la que lo hará será enfrentarte a los que defienden la otra opción, derecha o izquierda. De esa manera, acabarás apoyando políticas que perjudican tu dignidad humana haciéndote dependiente del Estado, leyes que destruyen la convivencia simulando apoyar a una “minoría discriminada” y que en realidad te enfrentan con tu vecino, tu propia familia o destruyen tu propio país. Para eso sirve la dualidad derecha/izquierda.

Esos planes tampoco son suyos: en realidad corresponden a un plan mayor que, o bien ellos desconocen, o con el que cooperan como “tontos útiles”, pensando que un día engañarán al banquero que les prestó el dinero. Ese plan son las pequeñas opciones que plantean los medios de comunicación, de derechas o de izquierdas, y que en realidad, como hemos visto, son planteados por los mismos poderes. Nada que no aparezca en los medios de comunicación es real, por lo que no se puede discutir sobre ello y por tanto, no existe.

Los políticos de izquierdas creen (o se autoengañan) que de todos los escenarios posibles ellos están escogiendo el menos malo porque en realidad se informan por los mismas fuentes que sus supuestos enemigos... al margen de que reciban subvenciones de su propio enemigo, la banca sionista, vía George Soros. No se dan cuenta de que mientras crean en la realidad generada por sus enemigos, seguirán siendo presos de este sistema demencial.

El Mal imita al Bien.

El Mal por sí solo nunca triunfaría porque, entre otras cosas, el odio no genera suficiente energía para levantarse por la mañana: hace falta un buen deseo. Y el Mal, en sí mismo, no es atractivo. Por eso se ha de disfrazar del Bien.

Es por ello que los partidos políticos continuamente toman prestado de los periódicos o de las tendencias sociales genuinas sus conceptos, las palabras que usan y hasta las expresiones. Porque la clase política (es decir, los individuos a los que se ha permitido llegar a tribunas de opinión) no tiene ninguna idea propia, ni análisis ni inteligencia más que para manipular a la población. Los políticos han sido seleccionados de entre los individuos más rastreros y vampíricos de la sociedad.

Fíjate que jamás un político te sorprenderá con una idea nueva, original o ingeniosa y siempre repetirá las consignas de su partido (procedentes del medio de

comunicación que lee); si tuviera alguna idea original y sobre todo, profunda, no estaría allí. Sencillamente, no le dejarían hablar. Sólo lo superficial está permitido, recuerda: está prohibido siquiera plantearse la solución a la delincuencia, la guerra o el paro. Sólo se habla de “parches” para los problemas, no de soluciones.

Por eso, para diferenciar a aquel que pudiera traer algo bueno, has de fijarte en su lenguaje gestual y en el tono de su voz, para discriminar si hay algo de verdad en ese personaje. Has de entrenarte para diferenciar el tono impostado del natural, comparándolo con el de la calle: ¿harías caso al que habla como ese político si te lo encontraras por la calle? ¿Confiarías en el vendedor de una tienda si te hablara con el tono de voz del político al que votas?

El desarrollo de la democracia ha ido en paralelo al del marketing o, dicho de otra forma, a la manera de manipular tu inconsciente, ya sea para comprar un producto como para “vender un candidato”. De hecho, todas las técnicas de venta desarrolladas por el capitalismo fueron copiadas pocos años después en las campañas electorales, que son dirigidas por expertos en marketing; es decir, discípulos de Freud y su sobrino, Edward Bernays, inventor de las relaciones públicas.

Si en los años 60 del siglo XX, imitando las terapias de grupo, se crearon los “grupos de opinión” para adivinar los deseos inconscientes de los individuos, esta técnica de marketing fue utilizada en los 80 y 90 por los propagandistas de Tony Blair y Bill Clinton para alcanzar el poder a base de decir a la gente lo que su inconsciente quería oír (unos deseos de los que ni siquiera eran conscientes). La democracia se convierte así en una continua batalla por conectar con el inconsciente del individuo, en el que las encuestas de opinión (popularizadas desde los años 50) sondan cómo piensa la gente; sus tendencias. En base a esos sondeos, le dicen a la gente lo que está esperando oír. A su vez, esas tendencias van aparejadas con lo que cuentan los medios de comunicación, de manera que -hasta la extensión de las redes sociales- el político ha de acompañarse a las paranoias y las realidades que emiten los medios, pugnando por el espacio que les deja. Ese es el origen del “postureo”, los actos propagandísticos para aparecer en los medios de comunicación, una creación del sobrino de Freud, como demuestra este vídeo (<https://www.youtube.com/watch?v=DotBVZ26asI>).

En realidad, son los codazos por aparecer en los medios y ganarse “buena prensa”; para así llegar al inconsciente de las personas.

Las campañas electorales

Una campaña electoral es un acto emocional para convencer a las personas sin criterio propio, y que se dejan llevar por una palabra, un acto o una promesa que les conceda una ilusión MOMENTÁNEA para salir del estado de estrés y ansiedad que es la vida moderna. Por definición, no hay nada espontáneo ni sincero en estos actos, en los que todo está medido, comenzando por los aplausos, los colores y las personas que están detrás del líder para que aparezcan en la tele. Esos actos están diseñados por psicólogos y sociólogos que analizan a los públicos segmentados (los ciudadanos) de la misma manera que lo hace una empresa con su marketing. Es por ello, que se asocia cada partido con un color (¿te has fijado?, ¿están jugando al

parchís con nosotros!). Conociendo su diversa psicología, le cuentan a cada uno aquella promesa (mentira) que quiere oír y de la cual no querrá saber una vez llegue al Poder. En una campaña electoral se te presentan eslóganes a los que no puedes decir que no (“Somos más”, “Por el cambio”, “Un futuro mejor”, “Porque todos somos ‘tal cosa’”, “Somos un pueblo”...) pero que están vacíos por completo de contenido porque no explican en profundidad cómo resolver ningún problema.

No hay diferencia entre una campaña electoral y la competencia entre los bancos por gestionar tu hipoteca y tus ahorros. Los partidos políticos presentan sus mensajes intentando captar una audiencia de manera casi idéntica a como las marcas de teléfonos compiten por los compradores de sus dispositivos.

La razón es la “razón de Estado”, que siempre invocan cuando aparece una opinión que cuestiona la corrupción generalizada. Es decir: hay un elemento por encima de los partidos políticos que es la superestructura que da sentido a toda la estructura nacional y que no se puede cambiar; y esa estructura es la emisión de la moneda, en el caso europeo, el Banco Central Europeo. Y para el resto del mundo, la Reserva Federal Americana. Todas las políticas ¡y lo que se emite por los medios de comunicación como “realidad! han de ser aprobadas por estos organismos.

Estudio de mercado

Los sociólogos de los diferentes partidos estudian las diferentes tipologías de votantes a los que quieren llegar y consultan con los psicólogos sociales sus respectivas expectativas y el carácter emocional de sus mensajes, de manera que esas personas se sientan compelidas a votarles. En los mítines, por ejemplo, colocarán a personas de cada una de esas tipologías (edad, clase social, vestimenta) detrás del líder para que las cámaras de televisión los enfoquen justo a ellos y así introduzcan en tu subconsciente que las personas “como tú” están de parte de ese partido. En un fenómeno identificatorio del que ni siquiera te darás cuenta, votarás por aquel partido con el cual tu subconsciente ha conectado; con el que te hayas identificado.

Entonces, ¿no te puedes fiar de ningún político?

Por definición, no te puedes fiar de ningún político que te cuente lo mismo que ya sabes por los periódicos. Un político ha de ser un sabio que conozca más de lo que cuentan los periódicos porque, por definición, los periódicos no van a contar nada que ponga en cuestión al poder real porque perderían sus anuncios y no podrían pagar las nóminas de sus trabajadores. Así que, si un político te cuenta lo que ya sabes, no es de fiar.

El político habla con titulares porque lo que le importa es lo que vaya a salir en los 20 segundos que dura un “corte” (intervención) en una noticia del telediario. Todo lo que hace va encaminado a salir en la televisión, que es donde la gente dormida decide su voto: a esto es a lo que se le llama hoy día “postureo”. Cualquier pensamiento profundo está prohibido por la misma dinámica de los medios, y SIN PENSAMIENTO PROFUNDO ES IMPOSIBLE SOLUCIONAR NINGÚN PROBLEMA. Dado que la dinámica de los medios obliga a mensajes cortos, ningún político se arriesga a profundizar en ningún tema porque perdería la oportunidad de aparecer en los medios.

La manera de comunicar del político es fría, sosegada, estudiada, sin fallos;

por eso lee los discursos y enfatiza las frases más emocionales para conectar con el inconsciente de la gente. Todas esas características son impostadas, estudiadas, son una pose, porque la pose, la apariencia, es la base de la política en la era de los medios de comunicación de masas.

Una persona de verdad se detiene al hablar, duda, elige la palabra acertada, se enfada, se emociona y vive lo que está diciendo: a ese tipo de político, humano, se le denigra con la palabra “populista”. En realidad, es la persona que no sigue las normas no escritas de la política mediática. Si quieres discriminar al honesto del estafador fíjate en su manera de comunicar y juzga si es humana (con errores y dudas) o “perfecta” (sin dudas); fíjate más de aquel que habla como hablamos los seres humanos. Los estafadores no piensan en el Bien Común ni realizan un análisis profundo de la raíz de los problemas porque esto les llevaría a una confrontación con el poder real.

Cómo se generan las leyes

Dado que la Opinión Pública debe aprobar las políticas, hay que convencer a la opinión pública de que aquello que le va a perjudicar, en realidad es bueno.

La manera de hacerlo es generar un miedo, una amenaza, que justifique las multas, impuestos o sanciones que se impondrán si no se cumple con esa ley injustificada e innecesaria. Un invento que viene de atrás, concretamente, de Nicolás Maquiavelo. Modernamente a esta ciencia política se la conoce como “Ingeniería Social” y la herramienta encargada del convencimiento de la población se llama “ingeniería del consentimiento”. Así funciona.

Antes de que los políticos actúen, los gabinetes de Relaciones Públicas del sector beneficiado por esa medida (la farmaindustria, la banca o las asociaciones feministas o de defensa de los animales) bombardearán a los medios con noticias truculentas sobre el tema del que quieren legislar para justificar la aprobación de esa ley. Lo mismo que cuando se lanzó una nueva tecnología como el teléfono móvil o cualquier otra tendencia social.

Seguidamente, el gobierno emitirá un “globo sonda”, es decir, un rumor de que va a aprobar una ley, un poco más dura de lo que luego se hará en realidad. De esa manera se prepara a la Opinión Pública para que acepte la necesidad de esa ley, redactada por bufetes de abogados al servicio de la élite y no por los funcionarios del Estado, que representan, supuestamente, al pueblo. Cuando veas o escuches un “globo sonda” sobre un tema nuevo, ten por seguro que ya están preparando otra ley para fastidiarte bajo el pretexto de apoyar a unos pocos que están sufriendo.

Acto seguido, los partidos políticos adoptarán los papeles del “poli bueno y poli malo” sobre la aprobación de esa ley más o menos dura pero cuya necesidad procede de unas noticias fraudulentas por exageradas y que, sobre todo, desvían la atención del verdadero origen del problema, siempre creado por el lobby bancario y los grupos en la sombra como el Club Bilderberg y el Consejo de Relaciones Exteriores. Al repetir constantemente la misma noticia alarmista acabarán por inocular a la población que, o se aprueba esa ley, o ese mal no se acabará.

Hace unos años, por ejemplo, amparados en la alta siniestralidad de las carreteras, en España se implantó el carné por puntos y, según contaron los medios, nada más aprobarse la ley que nos regresa a los castigos escolares, los

mueritos en carretera descendieron drásticamente. Lo que nadie te contó es que una semana antes de la aprobación de esa ley, la Dirección General de Tráfico modificó el tipo de recuento estadístico, y reubicó los accidentes provocados por furgonetas y camiones en la categoría de “accidentes laborales”, así como los accidentes en vías interurbanas como “urbanos”: de esa sencilla manera manipularon la estadística para hacernos creer que el carné por puntos era necesario y colocaron radares por todos lados para multarnos sin piedad.

Otro ejemplo fue la obligación de colocar chips a los perros, medida que fue precedida de una oleada de noticias de perros peligrosos mordiendo a niños o el matrimonio homosexual, precedido de la ya larga paranoia de la guerra de sexos, conocida como “violencia de género”. Si la imagen de la pareja hombre-mujer no hubiera variado drásticamente a considerarla violenta en sí misma por culpa del periodismo sensacionalista, la ciudadanía jamás hubiera legitimado el “matrimonio” entre dos seres del mismo sexo; había que crear la “necesidad” de esa ley, esa “solución” a la invariable violencia y odio del hombre contra la mujer.

Todas ellas, todas las leyes, se aprueban mediante el mismo protocolo de ingeniería del consentimiento, a base de generar paranoias/necesidades de leyes.

La manipulación de la historia por medio de noticias fraudulentas será otra manera de generar conflicto artificial entre la población y de esa manera conseguir la aprobación de leyes injustas y que dañan la dignidad humana y su libertad. Toda serie de noticias que pretendan culpabilizar a un colectivo, como los hombres o los cristianos, ha de ser necesariamente falsa porque la culpa es algo individual, y a nadie se le debe juzgar en base a prejuicios colectivos. Como predijo Sigmund Freud en su libro “El Malestar en la cultura”, el poder del siglo XX y XXI utilizó la cultura (la cultura de masas) para manejar el sentimiento de culpa y de víctima de la población, consiguiendo reescribir historias para que la gente se enfrentara nuevamente (véase el caso de Cataluña).

Dado que la Verdad es el único valor que puede conducir a la Justicia, si aparece algún humano que encarne ese valor, se le censurará o, en el extraño caso de que consiga llegar a la Opinión Pública, se organizará una campaña de desacreditación contra él, para impedir que la gente le escuche.

Si existe alguna persona capaz de unificar a la humanidad, ya dentro del sistema, se tratará por todos los medios de quitarlo de en medio, llegando incluso a asesinarlo, pero de manera que parezca un accidente... porque lo que más teme esa gente es el martirio, y que la gente comprenda cómo está siendo engañada. Las personas que son capaces de establecer puentes de entendimiento son las más peligrosas para ellos; nada preocupa más al Sistema que superar la dualidad derecha/izquierda y sustituirla por verdad/mentira. Por eso se han sacado de la manga el concepto de “postverdad”, porque le preocupa el movimiento por la Verdad que ha nacido de Internet.

Para que la gente nunca llegue a comprender el origen de la situación, se generará mucha información basura, en la forma de falsos ídolos, y cortinas de humo; problemas generados por ellos mismos para que la gente esté en un constante estado de nervios y no sea capaz de razonar. Hasta sus propios ex directivos han reconocido que el algoritmo de Facebook, por ejemplo, ha sido manipulado para manipular la psique de la población y aislarla, seleccionando

noticias gore o de miedo. Desean que el miedo se contagie de esa manera y que la gente sea incapaz de razonar, primer paso para discriminar la verdad de la mentira. Una persona que vive estresada y ansiosa se mueve únicamente en el plano emocional, la razón no funciona, porque está en el estado de supervivencia. Por eso las multas y los continuos impuestos. El verdadero Estado es... ¡el estado de nervios colectivo!

Estamos viviendo una guerra psicológica de 4ª Generación y la mejor prueba de ello es atender el grado de degradación, retorcimiento y perversidad que contienen los guiones de películas y series que se emiten por las pantallas: ¡No hay nadie normal ni bueno! ¡Hasta los jedi se han vuelto del lado oscuro! ¡Y los cuentos infantiles han dado la vuelta a los argumentos!

Por eso, porque los manipuladores hablan con titulares y no con argumentos racionales, hay que exigir a los nuevos políticos que se detengan, por lo menos, cinco o diez minutos para, primero, analizar un problema y después, cómo, a través de ese análisis, él tiene la solución.

Si no es capaz de analizar durante más de cinco minutos un problema, como un youtuber, entonces no se puede confiar en él. Es sólo un demagogo.

Los movimientos realmente regeneradores nacerán de Internet, de las redes, y los liderarán personas que se hayan significado como youtubers o blogueros; que la gente conozca desde hace años y se hayan ganado su confianza. No líderes que surjan “de la nada”, como hasta ahora.

Mientras tanto, más que lo que dice, fíjate en los ojos de los políticos y piensa si te puedes fiar de él.

Te recomiendo que veas el siguiente documental de la serie “The Century of the Self”, de Adam Curtis.

<https://www.youtube.com/watch?v=36kPSftpzjI>