

La persuasión en la movilización de huelgas desde una perspectiva histórica y psicológica.

Persuasion in Strike Mobilization from a Historical and Psychological Perspective

Geancarlos Steven González Solórzano

Andrea Lorena Yagual Villagómez

Universidad Laica VVicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

Email de correspondencia (autor principal): ggonzalezso@ulvr.edu.ec

Resumen

La huelga es una forma de protesta en la que los trabajadores detienen sus labores para exigir mejoras en sus condiciones. No es solo dejar de trabajar; implica una acción colectiva con impacto social, económico y emocional. A lo largo del tiempo, ha sido una herramienta poderosa para lograr derechos laborales, como lo muestran casos históricos desde el Antiguo Egipto hasta la huelga de Haymarket en Chicago o la huelga mundial de la industria textil en 1919. Un aspecto clave en toda huelga es la persuasión: lograr que más personas se sumen, que la opinión pública apoye y que los empleadores sientan la presión. Desde la psicología, se entiende que muchas personas se unen a una huelga no solo por necesidad, sino por sentir que algo no es justo, por el apoyo del grupo o por experiencias pasadas que les dejaron huella. Para entender todo esto, el estudio se basa en un enfoque cualitativo y combina perspectivas psicológicas, históricas y sociales, lo que permite ver la huelga como un fenómeno complejo y profundamente humano.

Palabras claves: Comunicación de masas, Información pública, Psicología de la comunicación, Laboral, Persuasión

Abstract

A strike is a form of protest in which workers stop performing their duties to demand improvements in their working conditions. It is not merely about ceasing to work; it involves a collective action with social, economic, and emotional impact. Throughout history, it has served as a powerful tool for achieving labor rights, as evidenced by historical events ranging from Ancient Egypt to the Haymarket strike in Chicago or the global textile industry strike in 1919. A key aspect of any strike is persuasion: gaining more participants, securing public support, and exerting pressure on employers. From a psychological standpoint, many people join a strike not only out of necessity but also because they feel something is unjust, due to group solidarity, or because of past experiences that left a lasting impression. To understand all of this, the study is based on a qualitative approach and combines psychological, historical, and social perspectives, allowing the strike to be seen as a complex and deeply human phenomenon.

Keywords: Mass communication, public information, communication psychology, labor, persuasion.

I. INTRODUCCIÓN

Para comprender adecuadamente la presente investigación, es fundamental partir desde la arista del significado de huelga, la misma que significa interrupción temporal de las actividades laborales realizada por los trabajadores con el fin de presionar a los empleadores para lograr mejoras en sus condiciones laborales o salariales. (González et, al., 2016). Desde el ámbito social, según Hobsbawm (2007), la huelga es una acción colectiva en la que un grupo de trabajadores deja de trabajar como una forma de protesta organizada para exigir cambios en sus condiciones de trabajo o en las políticas de la empresa. Por otra parte, en el ámbito económico, para (Stiglitz, 2002) representa una interrupción de la producción que tiene impacto en la eficiencia de la empresa y puede influir en los mercados laborales y en la economía general, ya que afecta la oferta de bienes y servicios. Las tres definiciones expresadas, ofrece un enfoque integral al abordar la huelga desde diferentes aristas: el práctico y directo (interrupción laboral), el social (acción colectiva) y el económico (impacto en la producción y la economía). Esta multiplicidad de perspectivas permite una visión completa del fenómeno de la huelga.

En muchas ocasiones se confunde el término “Huelga” y “Paro”, y es importante establecer aquella diferencia entre ambas palabras. Según la Real Academia Española (2023), el término “Paro” puede referirse al cese de actividades laborales y no necesariamente está asociado a una protesta organizada. Esto puede ocurrir por diversos motivos, como problemas técnicos, falta de suministro o problemas financieros. No significa necesariamente una acción organizada ni pretende discutir las condiciones de trabajo. Para Murillo (2016) la “Huelga” es un cese colectivo y temporal de las actividades laborales, llevado a cabo por los trabajadores con el fin de obtener mejoras en sus condiciones de trabajo.

Cuando se refiere a la “Huelga”, se genera una proyección de masa de personas, y es que aquel factor es el que permite la efectividad, el impacto y la legitimidad. Es necesario establecer ciertos motivos principales:

- a) **Presión y Visibilidad:** La huelga masiva genera una mayor presión sobre los empleadores y autoridades. Cuando un gran número de trabajadores se moviliza, el impacto en la producción o los servicios es considerablemente mayor, lo que puede acelerar las negociaciones y la resolución del conflicto. Para Harvey (2005), la huelga es una herramienta poderosa para forzar el cambio cuando la movilización masiva puede poner en peligro los intereses económicos o sociales.
- b) **Solidaridad y Unidad:** La huelga masiva demuestra la solidaridad entre los trabajadores, lo que fortalece la posición de los huelguistas. La unión de un gran número de personas subraya la intensidad del descontento y la cohesión del grupo. Según el académico Kelly (1998), la solidaridad en una huelga masiva envía un mensaje claro de que las demandas no son solo las de unos pocos, sino de un colectivo unido y decidido.
- c) **Legitimidad y Apoyo Público:** La participación masiva en una huelga puede aumentar el apoyo público, ya que el público suele empatizar con grandes grupos que se movilizan por causas justas. La visibilidad mediática y el apoyo de la comunidad pueden influir en la percepción pública. Según el profesor Hyman (2001), el tamaño de la huelga y el nivel de participación son cruciales para asegurar que el conflicto laboral reciba atención y apoyo tanto a nivel mediático como social.
- d) **Negociación Efectiva:** Una huelga en masa fortalece la capacidad de negociación de los trabajadores, ya que el coste de no llegar a un acuerdo es alto para el empleador. El aumento en la magnitud de la huelga puede obligar a los empleadores a negociar más seriamente para evitar mayores pérdidas económicas o interrupciones prolongadas. Según el doctrinario Freeman (1998), la fuerza de una huelga radica en su capacidad para generar un impacto económico significativo que incite a la contraparte a considerar seriamente las demandas de los trabajadores.

En relación de lo mencionado, cuando se lleva a cabo la Negociación Efectiva, se genera la “Persuasión”. En tal sentido, ¿Qué es persuadir? Para (Aristóteles, 2006), traducido y comentado por André B. Lafargue, describe la persuasión como el arte de convencer a través de la comunicación. Según Aristóteles, la persuasión puede lograrse mediante tres métodos principales: el ethos (credibilidad del hablante), el pathos (apelación a las emociones) y el logos (argumentación lógica) (Aristóteles, Retórica). En cambio, según Cialdini (2007), en su libro "Influence: The Psychology of Persuasion", define la persuasión como "el proceso de influir en el comportamiento de las personas de manera que ellas creen que están tomando sus propias decisiones". Por otra parte, Heinrichs (2013) en su libro "Thank You for Arguing", describe la persuasión como

"el arte de ganar el acuerdo de los demás, a través de argumentos y estrategias efectivas". Heinrichs se enfoca en técnicas retóricas y estrategias de comunicación.

Al integrar estas perspectivas, obtenemos una comprensión más completa de la persuasión: Los fundamentos teóricos de la ética, las emociones y los signos de Aristóteles se complementan con una comprensión psicológica de cómo los métodos persuasivos afectan la autonomía en la toma de decisiones (Cialdini) y estrategias prácticas para aplicar estos principios a situaciones de la vida real (Heinrich).

Antes de abordar sobre las estrategias de persuasión, es relevante analizar desde el ámbito histórico. La primera huelga registrada en la historia se produjo en Egipto alrededor del año 1152 a.C. Durante el reinado del faraón Ramsés III, los trabajadores que construían las tumbas reales en la necrópolis de Deir el-Medina se declararon en huelga debido a la falta de pago. Estos trabajadores, que eran artesanos altamente especializados, exigieron el pago de sus salarios, y la huelga fue un evento significativo en la historia del trabajo y la resistencia laboral. (Kemp, 2006). La segunda huelga más notable de la que tenemos evidencia se llevó a cabo en el siglo I d.C. en el Imperio Romano, había una serie de revueltas y conflictos laborales se dio en las minas de sal en la región de la Dacia (actual Rumania) bajo el emperador Vespasiano. Los trabajadores de las minas de sal en Dacia, que eran en su mayoría esclavos o trabajadores forzados, se rebelaron debido a las duras condiciones de trabajo y los malos tratos. Esta huelga muestra la continuidad de la resistencia laboral a lo largo de la historia. La rebelión fue sofocada por las autoridades romanas, pero destaca la persistencia de la resistencia laboral en tiempos antiguos y ofrece una visión sobre las difíciles condiciones que enfrentaban los trabajadores en el Imperio Romano. (Bowman , 2008). Las huelgas con mayor influencia en la historia moderna es la huelga de Haymarket de 1886 en Chicago, Estados Unidos, por cuanto no solo tuvo un gran impacto en el movimiento obrero, sino que también influyó en la legislación laboral y en la percepción pública de las huelgas y el sindicalismo. La huelga de Haymarket tuvo un profundo impacto en el movimiento obrero en los Estados Unidos y en otros lugares. huelga ayudó a catalizar reformas en las leyes laborales en Estados Unidos y en otras partes del mundo, enfocándose en la reducción de la jornada laboral y mejores condiciones de trabajo. (Foner, 1964)

Cada uno de estos eventos refleja diferentes aspectos de la resistencia laboral a lo largo de la historia, desde la antigüedad hasta la era moderna. La huelga en Deir el-Medina muestra los orígenes tempranos de la protesta laboral organizada, la huelga en Dacia evidencia la persistencia de la resistencia en condiciones difíciles, y la huelga de Haymarket destaca el impacto transformador en la legislación laboral y la percepción pública sobre el movimiento obrero. Juntas, estas huelgas ilustran la evolución y la importancia de la lucha por los derechos de los trabajadores a través del tiempo.

Desde la psicología, hay varias estrategias de persuasión ampliamente reconocidas, entre las cuales se encuentran las siguientes:

Tabla 1. Estrategias de persuadir desde el ámbito de psicología, según Cialdini (2007)

Estrategias de Persuadir	Explicación
Reciprocidad	Las personas tienden a sentir la necesidad de devolver favores o concesiones. Este principio se basa en la idea de que, si alguien hace algo por ti, te sientes motivado a devolver el favor.
Compromiso y Coherencia	Las personas tienden a querer ser coherentes con los compromisos que han hecho previamente. Una vez que alguien se compromete públicamente a algo, es más probable que actúe de manera consistente con ese compromiso.
Prueba Social	En situaciones de incertidumbre, las personas tienden a buscar pistas en el comportamiento de los demás para decidir cómo actuar. Si ven que otras personas están haciendo algo, es más probable que ellos también lo hagan.

Escasez	La percepción de que algo es limitado o que está en peligro de desaparecer puede aumentar su atractivo. La escasez puede hacer que un recurso parezca más valioso y motivar a las personas a actuar con rapidez.
Emoción	Apelar a las emociones puede ser muy efectivo para persuadir. Las decisiones emocionales a menudo influyen en la toma de decisiones más que la lógica pura.

Aplicación de las estrategias de persuadir desde la psicología en una huelga:

- **Reciprocidad:** Durante una huelga los trabajadores pueden ofrecer inicialmente una disposición a negociar o una pausa en las acciones si la empresa muestra señales de apertura para discutir las demandas. Al hacer esto, los trabajadores pueden motivar a la empresa a hacer concesiones o propuestas para resolver el conflicto, creando una sensación de obligación en los directivos para responder positivamente a estas iniciativas
- **Compromiso y Coherencia:** Los trabajadores pueden utilizar compromisos previos hechos por la empresa, como promesas de mejora de condiciones o acuerdos anteriores, para respaldar sus demandas. Si la empresa ha hecho compromisos en el pasado y no los ha cumplido, esto puede ser usado para presionar a la empresa a actuar de manera coherente con esos compromisos.
- **Prueba Social:** Los trabajadores pueden resaltar el apoyo de otros sindicatos, organizaciones o incluso la opinión pública para demostrar que su causa tiene un respaldo amplio. Mostrar que otras empresas o sectores han tenido éxito en obtener mejoras similares puede influir en la empresa para que considere seriamente las demandas para no quedar aislada o despreciada públicamente;
- **Escasez:** Durante una huelga, los trabajadores pueden enfatizar la urgencia y la gravedad de la situación, destacando que, si las demandas no se cumplen pronto, las consecuencias podrían ser más severas, como una prolongación de la huelga o un impacto negativo más grande en la operación de la empresa. Esto puede motivar a los directivos a tomar medidas rápidas para evitar daños adicionales
- **Emoción:** Los trabajadores pueden apelar a los valores y emociones de los directivos o de la opinión pública, mostrando el impacto humano y emocional de las condiciones de trabajo actuales. Las historias personales, el sufrimiento de los empleados y el impacto en sus familias pueden ser presentados para generar empatía y presión para que la empresa responda favorablemente a las demandas.

Al aplicar estas técnicas de persuasión en el contexto de una huelga puede ayudar a los trabajadores a presentar sus demandas de manera más efectiva y aumentar las posibilidades de que se logre una resolución favorable.

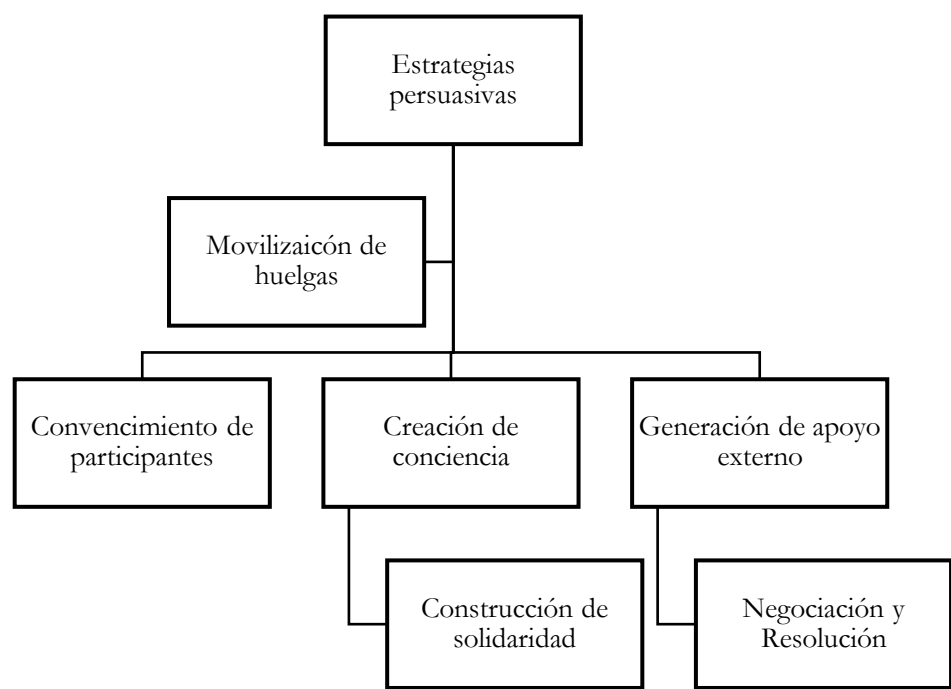
Por otra parte, para Gordon (2018), las estrategias persuasivas en la movilización de huelgas son métodos y técnicas diseñados para influir en la participación de trabajadores y en el apoyo público a una huelga, buscando lograr objetivos específicos como mejoras en las condiciones laborales o cambios en las políticas.

Las estrategias persuasivas son esenciales en la movilización de huelgas porque pueden afectar varios aspectos clave del proceso. En primer lugar, son esenciales para convencer a los trabajadores de la necesidad y el propósito de la huelga y para garantizar que comprendan claramente los objetivos y beneficios de la misma. Esta táctica también juega un papel clave en la construcción de solidaridad entre los huelguistas. Convencer a los trabajadores de que están luchando por una causa común y de que su unidad es esencial para el éxito de la huelga puede generar camaradería y compromiso.

En relación con la opinión pública, las estrategias persuasivas pueden controlar la percepción de los huelguistas y sus demandas, influir positivamente en la percepción pública y aumentar la presión sobre los empleadores.

La persuasión juega un papel crucial en el proceso de negociación, ayudando a los huelguistas a demostrar la seriedad de su causa y la legitimidad de sus demandas, contribuyendo a un acuerdo más favorable y una resolución más rápida del conflicto.

Gráfico 1. Estrategias persuasivas en la movilización según Gordon (2018)



La influencia y la persuasión están estrechamente relacionadas, pero no son lo mismo. Ambos conceptos se refieren a la capacidad de afectar las creencias, actitudes y comportamientos de las personas, pero se diferencian en sus enfoques y mecanismos. Para Cialdini (2006) la influencia es la capacidad de afectar el comportamiento, las creencias o las decisiones de una persona a través de diversos métodos y formas de interacción. No siempre implica un intento consciente de cambiar a los demás; puede ser el resultado de la interacción social natural, el ejemplo, o el impacto de la presencia de una persona. A su vez, para (Giddens et al., 2017) la influencia es el proceso mediante el cual las acciones o comportamientos de una persona afectan las acciones o comportamientos de otra persona.

Tabla 2. Comparación entre “Persuadir” y la “Influencia”

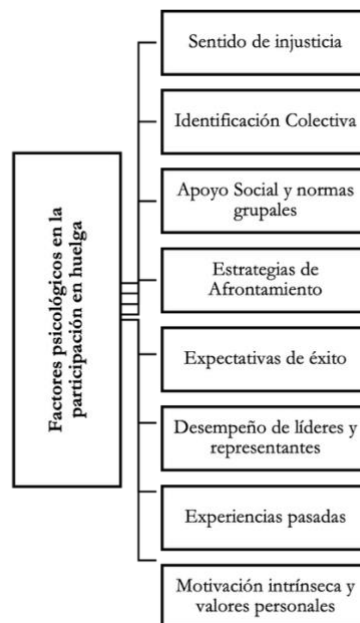
Cuadro Comparativo	
Intencionalidad	La persuasión es generalmente intencional y deliberada, mientras que la influencia puede ser más pasiva o indirecta.
Métodos	La persuasión utiliza técnicas estructuradas para convencer a otros, mientras que la influencia puede operar a través de la presencia, el ejemplo y la autoridad, a menudo sin la necesidad de argumentos formales.
Enfoque	La persuasión se centra en convencer a las personas de un punto de vista específico o en que adopten una acción particular. La influencia, en cambio, puede ser más amplia e incluir la formación de opiniones y actitudes a través de una variedad de factores y contextos.

Aunque ambos conceptos están interrelacionados y a menudo se fusiona, la persuasión se considera una técnica o proceso más activo y estructurado para lograr un cambio, mientras que la influencia abarca un rango más amplio de formas en que uno puede afectar a los demás, incluyendo la persuasión como una de sus formas.

Dicho esto, ¿Cuáles son los factores psicológicos en la participación en huelga?

- Sentido de injusticia (Cohen et, al. , 2001): Las percepciones de injusticia en el lugar de trabajo, como salarios bajos, condiciones laborales inadecuadas o trato desigual, pueden motivar a los trabajadores a declararse en huelga. Este sentimiento de injusticia es una poderosa motivación psicológica para la acción colectiva;
- Identificación colectiva (Tajfel et, al., 1986): La identificación con un grupo de trabajo y el sentido de pertenencia a una comunidad de trabajadores pueden influir en la decisión de participar en una huelga;
- Apoyo social y normas grupales (Klandermans, 2004): el apoyo y la presión de los pares son cruciales. Si una persona cree que la mayoría de sus pares están dispuestos a hacer huelga, también es más probable que lo haga bajo la influencia de las normas sociales y la presión de sus pares;
- Estrategias de afrontamiento (Lazarus et, al. , 1984): Participar en una huelga puede verse como una estrategia para afrontar la frustración o el estrés relacionados con el trabajo. Algunos trabajadores optan por hacer huelga como expresión colectiva de su descontento en lugar de abordar problemas individuales;
- Expectativas de éxito (Simmons, 1994): Las creencias sobre la probabilidad de éxito de la huelga influyen en las decisiones de participación. Es más probable que los trabajadores participen en una huelga si creen que sus acciones tienen buenas posibilidades de generar un cambio positivo;
- Desempeño de líderes y representantes (Gordon, 1998): Las actitudes y el comportamiento de los líderes o representantes sindicales también pueden afectar la participación. Los líderes carismáticos y dignos de confianza pueden aumentar la motivación de los empleados para participar;
- Experiencia pasada (Lichtenthaler , 2009): Las experiencias de huelgas pasadas, tanto positivas como negativas, pueden influir en la disposición de los trabajadores a participar en huelgas futuras. Las experiencias exitosas aumentan la probabilidad de participación, mientras que las experiencias negativas la desalientan; y,
- Motivación intrínseca y valores personales (Sisk et, al., 2018): Los valores personales y la motivación por la justicia intrínseca también juegan un papel importante. Los trabajadores que valoran la equidad y la justicia pueden estar más motivados para participar en huelgas.

Gráfico 2. Factores psicológicos en la participación en huelga



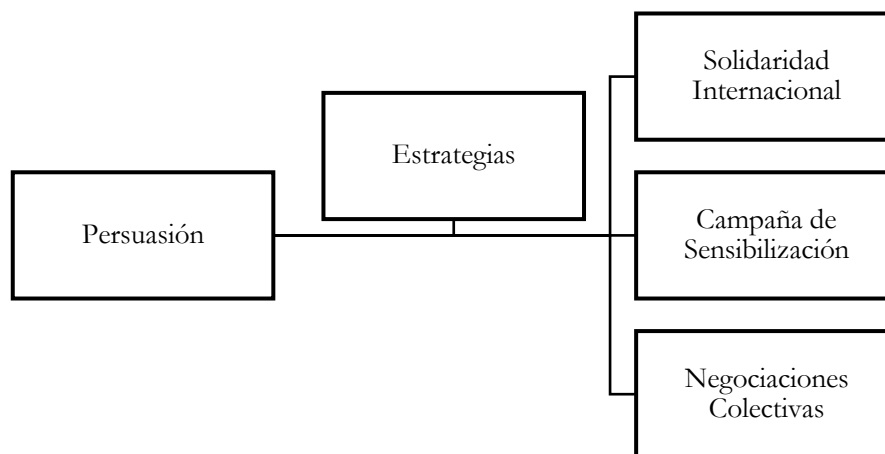
Estos factores sugieren que la participación en huelgas es el resultado de una compleja interacción de factores psicológicos. Los sentimientos de injusticia, la identificación con el grupo, el apoyo social, las estrategias de afrontamiento, las expectativas de éxito, el liderazgo, las experiencias pasadas y los valores personales desempeñan un papel importante a la hora de motivar a los trabajadores a participar en las huelgas. Estos factores no operan de forma aislada, sino que a menudo están interrelacionados e influyen mutuamente en las decisiones de emprender acciones colectivas.

Hasta el presente avance de la investigación, se considera necesario mencionar un hecho histórico en el cual se encuentre los ejes investigados y analizados. Por lo cual, se realiza una breve reseña histórica del caso: "Huelga Mundial de la Industria Textil" (Williams, 2014).

“La Huelga Mundial de la Industria Textil”, realizada en 1919, marcó un hito en la lucha por los derechos laborales y la sostenibilidad ambiental. Impulsada por la creciente preocupación por las condiciones inhumanas en las fábricas y el impacto ambiental de la industria, esta huelga movilizó a miles de trabajadores y consumidores alrededor del mundo. Los organizadores utilizaron estrategias efectivas para maximizar su influencia, como campañas en redes sociales que destacaban historias personales de trabajadores y el uso de datos contundentes sobre la contaminación y explotación en la industria textil. Las técnicas de persuasión incluyeron la creación de contenido visual impactante y testimonios de primera mano que apelaban a la empatía del público. Las huelgas en varias ciudades clave también ejercieron presión sobre las grandes corporaciones para que revisaran sus políticas laborales y prácticas ambientales. Esta huelga no solo generó un cambio inmediato en las prácticas de algunas marcas, sino que también sentó un precedente para futuros movimientos laborales, demostrando e Estrategia de Persuasión”.

¿Qué estrategias de persuasión se aplicaron en el caso “La Huelga Mundial de la Industria Textil -1919”? Según Williams (2014), los trabajadores textiles en varios países comenzaron a coordinar sus esfuerzos. La Internacional de Trabajadores (ITUC) y la Federación Sindical Internacional jugaron un papel crucial al unificar las demandas y proporcionar apoyo mutuo. También, Los sindicatos realizaron campañas de sensibilización tanto a nivel nacional como internacional, utilizando medios de comunicación para dar a conocer sus condiciones y demandas. Esto generó una ola de apoyo público que presionó a los empleadores y gobiernos. Además, se llevaron a cabo negociaciones a nivel global, donde los representantes de los trabajadores presentaron sus demandas de manera organizada y persuasiva. La coordinación entre diferentes países permitió una presión más efectiva.

Gráfico 3. Estrategia de persuasión de aplicaron en el caso “La Huelga Mundial de la Industria Textil -1919



II. ENFOQUE

En esta investigación científica, se ha considerado pertinente aplicar enfoque cualitativo, por cuánto es un método que propicia explorar y comprender el significado que los individuos o grupos atribuyen a un fenómeno social o humano a través de sus experiencias y percepciones. (Strauss, et al., 1998)

III. MÉTODO

- El enfoque psicológico, es una perspectiva que examina cómo los procesos mentales, emocionales y conductuales influyen en la forma en que los individuos experimentan y responden a su entorno. Este enfoque se basa en la idea de que la mente y los procesos mentales son fundamentales para comprender el comportamiento humano. (Hergenhahn et, al., 2013)
- El enfoque histórico, permite analizar cómo las estrategias persuasivas y la movilización de huelgas han evolucionado a lo largo del tiempo. Examinar casos históricos como la huelga de Haymarket y la huelga textil de 1919 proporciona una comprensión más profunda de las estrategias efectivas y su impacto en el cambio laboral. (Henley, 2013)
- Enfoque sociológico, permite examinar cómo las fuerzas sociales, como las normas culturales, las instituciones, y las relaciones sociales, influyen en el comportamiento y las experiencias individuales. Se centra en cómo los contextos sociales y las dinámicas de grupo modelan la psicología del individuo y cómo las estructuras sociales afectan el bienestar psicológico. (Giddens at, al. , 2017)
- El método analítico-sintético, es oportuno, porque se ha procedido descomponer un fenómeno en sus partes fundamentales para un estudio detallado para luego reunir en partes para una comprensión integral del fenómeno (Dewey, 1916).

IV. DISCUSIÓN

Las definiciones de González y Paredes (2016), Hobsbawm (2007) y Stiglitz (2002) brindan un enfoque amplio que abarca aspectos prácticos, sociales y económicos. Esta visión multidimensional es esencial para comprender cómo las huelgas afectan no sólo a los trabajadores y empleadores, sino a la economía en su conjunto. Las huelgas pueden verse como herramientas de presión utilizadas por los trabajadores para impulsar mejoras, y su impacto en la producción y los mercados puede tener consecuencias económicas a largo plazo. Sin embargo, un contraargumento a esta afirmación es que el impacto económico de una huelga puede ser limitado dependiendo de las circunstancias. Aunque las huelgas pueden perturbar la producción y afectar los mercados, el alcance de este impacto depende del alcance y la duración de la huelga, así como de la capacidad de la empresa para ajustar sus operaciones. Además, algunas empresas pueden reducir el impacto económico contratando trabajadores temporales o ajustando sus cadenas de suministro, lo que puede reducir la gravedad del impacto económico descrito por Stiglitz.

Otra afirmación es que las estrategias persuasivas, como las descritas por Cialdini (2007) y Heinrichs (2013), son esenciales para lograr la movilización y el éxito. Técnicas como la reciprocidad, el compromiso y la apelación a las emociones pueden influir eficazmente en las respuestas de los empleadores y en la opinión pública. Estas estrategias permiten a los empleados presentar sus reclamos de manera más efectiva y aumentar las posibilidades de obtener decisiones favorables. Sin embargo, es importante señalar que en algunas situaciones la eficacia de las estrategias persuasivas puede ser limitada. En algunos casos, las tácticas persuasivas pueden no ser suficientes para superar la resistencia de los empleadores o garantizar el cumplimiento. La investigación también señala que la historia muestra cómo las huelgas se desarrollaron y afectaron significativamente los derechos laborales y la percepción pública. Ejemplos históricos como la huelga de Haymarket de 1886 muestran cómo las huelgas pueden promover reformas e influir en la opinión pública.

Por último, se ha argumentado que las estrategias persuasivas son esenciales para la movilización de huelgas, ya que ayudan a persuadir a los trabajadores, generar solidaridad y obtener el apoyo público (Gordon, 2018). Las estrategias efectivas son esenciales para lograr la participación y el éxito. Sin embargo, el contraargumento es que las estrategias persuasivas pueden enfrentar problemas importantes en algunos casos.

La persuasión puede ser menos efectiva si los trabajadores no están suficientemente organizados o si los líderes sindicales carecen de credibilidad. Además, el apoyo público puede ser volátil y depender de factores externos fuera del control de los huelguistas, como cambios en la opinión pública o las condiciones económicas generales.

V. CONCLUSIÓN

Esta investigación muestra cómo la persuasión juega un papel crucial en la movilización de huelgas y en la lucha por los

derechos laborales. Al analizar la huelga desde diferentes ángulos, práctico, social y económico, queda claro que no solo se trata de interrumpir el trabajo, sino también de ejercer presión de forma efectiva para mejorar las condiciones laborales.

La revisión histórica nos muestra que la huelga tiene raíces profundas que se extienden desde el antiguo Egipto hasta eventos más recientes como la huelga de Haymarket en Chicago. Cada uno de estos eventos ha tenido un impacto significativo en la forma en que se perciben las huelgas y en cómo se abordan las demandas de los trabajadores. Desde los artesanos en Deir el-Medina que se levantaron por falta de pago hasta las huelgas modernas que han cambiado leyes laborales, el patrón de resistencia y lucha por mejores condiciones es una constante.

En cuanto a la persuasión, las estrategias estudiadas como la reciprocidad, el compromiso, la prueba social, la escasez y la apelación a las emociones son herramientas poderosas que los trabajadores pueden usar durante una huelga. Por ejemplo, mostrar que otras personas están apoyando una causa (prueba social) puede ayudar a convencer a más gente de unirse a la huelga. Del mismo modo, crear un sentido de urgencia (escasez) puede presionar a los empleadores para que actúen rápidamente.

La psicología también ofrece una visión importante sobre por qué la gente se une a huelgas. Factores como sentir que las cosas no son justas, tener un sentido de comunidad con otros trabajadores y la presión de los compañeros juegan un papel crucial. Estos factores, junto con la experiencia pasada y la motivación personal, pueden influir en la decisión de participar en una huelga.

Un buen ejemplo de cómo se usan las técnicas de persuasión en la práctica es la Huelga Mundial de la Industria Textil en 1919. Esta huelga no solo movilizó a trabajadores en varios países, sino que también usó campañas de sensibilización para atraer la atención pública y presionar a las empresas. Las estrategias como contar historias personales y mostrar datos sobre las malas condiciones de trabajo ayudaron a generar apoyo y cambios significativos.

La persuasión es clave para el éxito de las huelgas. Saber cómo aplicar estas estrategias puede marcar la diferencia entre lograr un acuerdo favorable o no. La historia y la psicología nos enseñan que la lucha por mejores condiciones laborales ha estado en el centro de la resistencia laboral durante siglos. Al combinar técnicas persuasivas efectivas con una comprensión profunda de los factores que motivan a los trabajadores, se pueden lograr cambios importantes y duraderos en el mundo laboral.

VI. REFERENCIAS

Aristóteles. (2006). *Retórica*. Traducido y comentado por André B. Lafargue. . Akal: Ediciones Akal.

Bowman . (2008). *The Cambridge Ancient History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Cialdini . (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Harper Business: Edición revisada.

Cialdini . (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Estados Unidos: Harper Business.

Cialdini. (2006). *Influence: The Psychology of Persuasion*. . Estados Unidos: Harper Business.

Cohen et, al. . (2001). *The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis*. Estados Unidos: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321. doi:10.1006/obhd.2001.2958.

Dewey. (1916). *Democracy and education: An introduction to the philosophy of education*. Macmillan.: Macmillan.

Foner. (1964). *History of the Labor Movement in the United States*. International Publishers: Vol. 1, From Colonial Times to the Founding of the American Federation of Labor. .

Freeman. (1998). *Theories of Political Economy*. . Cambridge: Cambridge University Press.

Giddens at, al. . (2017). *Introduction to Sociology* (10th .ed.). W.W. Norton & Company. Estados Unidos: *Introduction to Sociology* (10th .ed.). W.W. Norton & Company.

Giddens et al. (2017). *Introduction to Sociology* (10ª ed.). W.W. Estados Unidos: Norton & Company.

González et, al. (2016). *Derecho Laboral*. Dykinson: Editorial Dykinson.

Gordon. (1998). *The Role of Union Leaders in the Mobilization of Workers*. Estados Unidos: *Industrial Relations Research Association Conference Proceedings*, 59-78.

Gordon. (2018). *The History and Theory of the Labor Movement*. Inglaterra: Routledge.

Harvey . (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.

- Heinrichs. (2013). Hank You for Arguing: What Aristotle, Lincoln, and Homer Simpson Can Teach Us About the Art of Persuasion. Estados Unidos: Three Rivers Press.
- Henley. (2013). An Introduction to the History of Psychology (7th ed.). Cengage Learning.
- Hergenhahn et, al. (2013). An Introduction to the History of Psychology (7th ed.). Estados Unidos: Cengage Learning.
- Hobsbawm. (2007). Historia del siglo XX. Editorial Crítica.
- Hyman . (2001). Understanding European Trade Unionism: Between Market, Class and Society. Sage . Europa: Publications.
- Kelly . (1998). Rethinking Industrial Relations: Mobilization, Collectivism and Long Waves. . Routledge.
- Kemp . (2006). Anatomy of a Civilization. Estados Unidos: Routledge.
- Klandermans. (2004). The demand and supply of participation: Social-psychological explanations of the individual decision to participate in protest movements. In D. A. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi . Estados Unidos: (Eds.), The Blackwell Companion to Social Movements (pp. 45-61). Blackwell Publishing.
- Lazarus et, al. . (1984). Stress, Appraisal, and Coping. . Estados Unidos: Springer Publishing Company.
- Lichtenthaler . (2009). The Effects of Previous Strike Experience on Future Strike Participation. . Journal of Labor Economics 27(2), 345-371. doi:10.1086/599805.
- Murillo. (2016). Diccionario del español jurídico. Thomson Reuters. España: Diccionario del español jurídico. Thomson Reuters.
- Real Academia Española . (2023). Diccionario de la lengua española . España: (23.ª ed.). Espasa Calpe. Recuperado de RAE.
- Simmons. (1994). The Determinants of Strike Participation: Evidence from the UK. Estados Unidos: London School of Economics and Political Science.
- Sisk et, al. (2018). Economic Consequences of Strike Participation: A Study of Employee Decision Making. Economic Inquiry, 56(3), 1547-1560. doi:10.1111/ecin.12624.
- Stiglitz. (2002). La globalización y sus descontentos. Stiglitz: Editorial Taurus.
- Tajfel et, al. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin. Estados Unidos: Psychology of intergroup relations (pp. 7-24). Nelson-Hall.
- Williams. (2014). Labor and the global textile industry: The 1919 strike and its impact. Estados Unidos: Routledge.
- Williams. (2014). Labor and the Global Textile Industry: The 1919 Strike and Its Impact. New York: Routledge: New York: Routledge.