

EL MOVIMIENTO GILET JAUNES, CIBERACTIVISMO Y PROCESOS IDENTITARIOS¹⁰²

Salomé Sola-Morales
Universidad de Sevilla.

Resumen

Esta propuesta analiza las prácticas tecnopolíticas y las estrategias ciberactivistas llevadas a cabo por el movimiento de los Chalecos Amarillos, situando la comunicación en el terreno de las mediaciones en relación con la cultura, la política y la sociedad. Para ello y mediante una metodología cualitativa se analiza el movimiento social a la luz de una serie de variables definitorias de todo movimiento social y se exploran una serie de iniciativas virtuales llevadas a cabo en diferentes plataformas (YouTube, Facebook, blogs, webs) por parte de ciudadanos y activistas miembros del movimiento. La principal conclusión a la que, a pesar de nacer *on-line*, una vez que el movimiento se consolidó en las calles, las actividades virtuales complementaron la actividad *on-line*. Así mismo, las funciones organizativas de denuncia e identitarias en Internet fueron clave en el desarrollo del movimiento.

Introducción

El movimiento GJ nace en un escenario de malestar social. A nivel nacional se siguen viviendo las secuelas de la cri-

102 Esta ponencia forma parte del TFM de la autora (2019). "Movimientos sociales y ciberpolítica. Un análisis comparativo". Madrid: UNED.

sis económica de 2008. La mayoría de los franceses padecen una importante pérdida de poder adquisitivo con respecto a 2008, lo cual les genera gran descontento.

A pesar de que antecedentes como el internacional *Occupy*, el 15M español en 2011 o el *Nuit debout* de 2016, motivaron el surgimiento del GJ, lo cierto es que el inicio de las movilizaciones podría ser datado en mayo de 2018, cuando una ciudadana anónima lanza una petición en la plataforma *online change.org*, en la que pedía una bajada en el precio del combustible, la cual consiguió en pocos días más de un millón de firmas. Un par de meses más tarde, dos ciudadanos anónimos publicaron en Facebook convocatorias para hacer bloqueos en las carreteras y otra ciudadana publicó un vídeo en YouTube dirigido al presidente de la República, Emmanuel Macron, en respuesta al anuncio de subida en el precio de los combustibles, que consiguió más de 6 millones de visitas. Todas estas acciones dieron lugar al nacimiento del movimiento *#Gilet Jaunes*, el cual actualmente reclama cambios fiscales y económicos tales como el aumento del salario mínimo, el restablecimiento del impuesto sobre la fortuna o el mantenimiento de los servicios públicos, hasta reivindicaciones más ideológicas de corte político.

Durante las manifestaciones y en redes sociales comienza a demandarse la implementación de una democracia directa mediante el llamado Referendo de Iniciativa Ciudadana (RIC). Así mismo, se plantea la necesidad de cuestionar el devenir democrático de la nación. La Justicia, la eliminación de los privilegios y la necesidad de incrementar la participación ciudadana emergen como el centro de la batalla. Es más, después de que el RIC se convirtiera en la demanda principal del movimiento, el ciudadanía (Delgado, 2016) emerge como una estrategia central.

Todas estas acciones virtuales –que dan inicio al movimiento– ponen de manifiesto que los GJ amarillos, como muchos otros “recientes movimientos sociales globales” (Sabariego, 2017, 2018) ha centrado parte de su estrategia en la

tecnopolítica o, dicho de otro modo, que el activismo digital está mediado por la tecnología (Sierra y Gravante, 2017; Sabariego, 2017, 2018). Ahora bien, analizar los procesos tecnopolíticos exige complejizar su abordaje sin reduccionismos ni determinismos tecnológicos. Es preciso cuestionar los contextos, los actores así como las lógicas de acción colectiva y estrategias llevadas a cabo.

Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo principal de esta investigación es analizar las prácticas tecnopolíticas y las estrategias ciberactivistas por parte del movimiento chalecos amarillos francés. Para ello, primero, se describe el movimiento en profundidad y, segundo, se analiza cómo Internet y las redes sociales están transformando las nuevas formas de activismo político. Específicamente, este capítulo se propone responder las siguientes preguntas de investigación:

- P1. ¿Cuáles son las características y rasgos distintivos principales del movimiento gilet jaunes?
- P2. ¿Cuáles han sido las prácticas tecno-políticas y las estrategias ciberactivistas por parte del movimiento?

Metodología

Para ello se ha conjugado un análisis de las principales características del movimiento –analizando 18 variables que se podrían considerar elementos básicos en el análisis de un movimiento social, tomando en consideración los aportes teóricos de Sydney Tarrow (2011) y Remy Cross y David A. Snow (2012), así como los ejes de un análisis previo de la

autora (Sola-Morales, 2016; 2017a)– con un análisis empírico cualitativo (análisis de contenido) de las estrategias tecnopolíticas de los GJ y sus principales funciones.

Estas son las variables analizadas en una primera etapa: 1. Origen; 2. Contexto; 3. Período de desarrollo; 4. Actores principales; 5. Tipo de liderazgo.; 6. Intereses; 7. Ideología; 8. Representados y participantes; 9. Construcción de identidades; 10. Enemigos; 11. Objetivos y demandas; 12. Relación con la Institucionalidad; 13. Organización; 14. Funcionamiento interno; 15. Medios de acción; 16. Estrategia dominante; 17. Alcance; 18. Objetivos y logros. Y estas las variables definidas en relación a los usos y estrategias de Internet: 1) Informativa: referida a la cobertura de actos o reporte de actividades del movimiento; 2) Organizativa: relativa a la convocatoria, organización interna y coordinación de protestas; 3) Propagandística: haciendo alusión a debates y propagación de ideas y valores en red; 4) Denuncia: que describe o denuncia casos de injusticia.

Corpus

Las iniciativas virtuales del movimiento son muy numerosas y diversas debido al alcance nacional y regional. Además, al tratarse de un movimiento muy desagregado, descentralizado y carente de organización interna, muchos ciudadanos comunes han lanzado propuestas virtuales individuales. Estas características han provocado cierta saturación informativa.

Se han seleccionado 18 iniciativas virtuales y analizado sus correspondientes *posts*, fotos, publicaciones o vídeos, publicados entre el comienzo del movimiento (11/18) hasta abril 2019. La selección de las propuestas ciberactivistas ha atendido a criterios de significatividad: iniciativas de > 10.000 seguidores, carácter público y abierto. Todas las webs o grupos seleccionados son de carácter público y abierto, y se han descartado los grupos cerrados. No se ha incluido ninguna

cuenta de YouTube o cuenta de Instagram por carecer el movimiento de ninguna oficial y por no resultar representativa su actividad.

Resultados

Análisis sobre las principales características del movimiento

Sin entrar en análisis pormenorizado de las 18 variables sobre la definición del movimiento,¹⁰³ nos gustaría destacar un par de características más destacables: las formas de liderazgo y los procesos identitarios.

Si bien se trata de un movimiento supuestamente horizontal, lo cierto es que determinados ciudadanos adquieren notoriedad mediática y llegan a convertirse en líderes o representantes de los GJ tras participar en programas televisivos o hacer vídeos virales. Así mismo, se relacionan de manera directa con sus conciudadanos/seguidores a través de páginas de Facebook o Twitter. Los líderes actúan como animadores del debate público formando parte del *infotainment* propio de las democracias mediáticas (Vallespín, 2010) o de audiencias (Manin, 1998). Esto además, se incrementa, dado que hay voceros, algunos de izquierdas otros de derechas, que se auto-proclaman o que son proclamados por los medios de comunicación masiva como líderes del movimiento, dando lugar a polémicas sobre sí son verdaderos GJ o no. Conjuntamente se dan confrontaciones entre unos GJ más moderados

103 El texto completo de esta ponencia –con todos sus resultados pormenorizados– se publicará próximamente en un libro titulado *Democracia Inconclusa. Movimientos sociales, esfera pública y redes digitales*, editado por Tommaso Gravante, Francisco Sierra Caballero y Salvador Leetoy.

y dispuestos a dialogar con el gobierno y otros más radicales que optan por la revolución o el enfrentamiento. La discrepancia entre unos y otros es tan fuerte que llegan incluso hasta las amenazas de muerte. Todo ello se convierte en material sensacionalista que es aprovechado por los medios de comunicación masiva para simplificar y acentuar las dualidades, y lógicas narrativas típicas/ estereotípicas del discurso periodístico.

En cuanto a los procesos identitarios que se dan en el seno del movimiento se pueden materializar identificaciones fuertes, con tendencias totalizadoras e incluyentes. El propio nombre del movimiento y su símbolo tan visual y llamativo –el chaleco amarillo– se asocia con el conductor, con el ciudadano común. Cualquiera tiene que llevar un chaleco en el coche, de manera que se trata de un símbolo integrador. Todos somos y podemos ser GJ. Ahora bien, existen identidades múltiples. Por un lado, están los GJ que se identifican con el pueblo, víctima de los abusos del sistema. Estos ciudadanos forman parte de la generación precarizada por culpa de la crisis y la mala gestión por parte de las élites corruptas. Reclaman la justicia social y denuncian la explotación, la miseria, hablan del bien común, defienden los servicios públicos, el medio ambiente en sí y encuentran entre sus simpatizantes a los sindicalistas y activistas de la izquierda anticapitalista, que están en el corazón del movimiento.

Por otro lado, están los GJ que denuncian la presión fiscal que sufren los artesanos, los pequeños empresarios, más preocupados por la cuestión económica, que se declaran apolíticos. Junto a ellos emerge un nutrido grupo de personas que se unen a las manifestaciones o las proclamas sin una clara orientación, sin una ideología concreta, con una identidad difusa, que parecieran estar simplemente movidas por el enfado o el hartazgo ante las élites y el capitalismo o el poder en general.

En una primera instancia pareciera que el principal **enemigo** es Macron y así fue en un estadio inicial. No cumple las

promesas electorales ni las expectativas de los ciudadanos. Iniciado el movimiento, Macron ejerce un uso desproporcionado de la represión contra los manifestantes, sin precedentes, poniendo en cuestión el régimen democrático francés. Así, el Estado y sus mecanismos de control policial ultra-violentos aparecen como otro de los enemigos de los manifestantes en sus enfrentamientos callejeros. También son enemigos de los GJ el sistema, la oligarquía, los tecnócratas y la política tradicional de partidos. La lógica de confrontación va, por tanto, mucho más allá de la violencia en las calles y se convierte en una lucha entre los ciudadanos –que pugnan por la verdadera democracia– contra “las elites”.

Prácticas tecnopolíticas

Las redes sociales funcionan como un medio informativo contra-hegemónico donde los ciudadanos/líderes, principales actores del movimiento, exponen las principales acciones. La labor informativa está desorganizada y es horizontal: cualquiera puede postear en los grupos públicos. En sus *posts* se hace apología del movimiento, así como se denuncian injusticias o se habla de las verdaderas cifras de los accidentados en los enfrentamientos, además de poner en tela de juicio la actividad de los medios de comunicación tradicionales al servicio del poder y de las élites.

Las redes sociales fueron determinantes en el auge y organización del movimiento. Así lo demuestran las iniciativas que dieron comienzo a las primeras protestas. Facebook apareció como la red predilecta para la convocatoria virtual de protestas y la coordinación de los actos semanales del movimiento.

Internet también funcionó como un espacio en el que los ciudadanos pudieron enunciar virtualmente sus ideas, expresar la ideología y valores del movimiento, así como sus demandas y reclamos principales. Esta labor la desarrollaron

tanto los líderes desde perfiles individuales (como es el caso de Fly Rider o Priscillia Ludovski) o grupos, como ciudadanos anónimos.

La web tiene un rol de denuncia fundamental en el reporte de la ultra-violencia desarrollada por la Policía y las fuerzas del orden durante las manifestaciones.

La exaltación identitaria es algo fundamental en el movimiento GJ. “Je suis jaune” (yo soy amarillo) es el comienzo de muchos de los *posts* publicados en las diferentes redes sociales analizadas. Pertenecer al movimiento es ser, no es estar o transitoriamente participar. El GJ se convierte así en una categoría esencial, definitoria del ciudadano. Ahora bien, el activista francés es individualista por esencia, a pesar de que se une a los demás por necesidad. Es un trabajador cualquiera que quiere vivir mejor, que está harto de todo, en cólera, en lucha por lo que sea y contra todo, que quiere vivir como vivía hace unos años, sin problemas, sin importarle los demás, los pobres o los inmigrantes. No se molesta en reunirse con sus iguales para hacer un vídeo en grupo, aunque sí bloquea la carretera en grupo (por eso de ser importante el número), pero en Internet es un individuo aislado y harto que se hace un vídeo en su perfil y lo comparte con sus amigos y con cualquiera. Así adquiere notoriedad, suma miles de seguidores.

Conclusiones

Para terminar y, conscientes de las limitaciones que implica analizar un movimiento social en activo –vivo–, podemos apenas concluir que las redes sociales y el ciberactivismo fueron la mecha que encendió la llama de este movimiento que conjuga diferentes luchas, la de algunos ciudadanos por una sociedad más justa y un sistema menos opresor, la de otros por unas leyes y una fiscalidad asfixiante que les impide vivir con dignidad, una lucha que además de al pueblo, posi-

ciona al mundo rural y a las regiones maltratadas por la crisis.

En relación a la pregunta sobre las prácticas tecno-políticas y las estrategias ciberactivistas, se puede concluir que las redes sociales, especialmente Facebook, fueron fundamentales en el inicio del movimiento, le dieron nacimiento por así decirlo, arrancaron las movilizaciones, fomentaron las primeras acciones en la calle y los bloqueos en las carreteras. Los virales en los que ciudadanos en principio anónimos se dirigían a Macron interpeándole por sus medidas y llamando a la movilización de sus compatriotas también fueron esenciales en la implosión del movimiento.

Ahora bien, una vez que la ciudadanía ya estuvo en las calles, espacio público fundamental, las redes pasaron a ocupar un lugar complementario, retroalimentando la actividad *off-line*. Las páginas de Facebook fueron clave en la organización (indicaciones de los lugares de cita para los bloqueos y actos del movimiento, instrucciones para evitar ser una víctima en los enfrentamientos con la policía, reportes informativos y denuncias de la ultra-violencia ejercida por la Policía contra los manifestantes, información sobre el RIC y otros). Las redes funcionaron como medios de comunicación alternativos que ofrecían datos alternativos a los publicados por los grandes medios (asistentes y víctimas, por ejemplo) en su lucha no ya contra la subida de la gasolina, si no a favor de una democracia más participativa y más justa, en favor del derecho a manifestarse de manera pacífica y en contra de un sistema que solo beneficia a unos pocos y genera una sociedad cada vez más precarizada y castigada, pero cada vez más consciente de la necesidad de batallar y luchar para defender la patria, la República y todo lo que Francia un día representó: *liberté, égalité y fraternité!*

Bibliografía

- Cross, R. y Snow, D. (2012). "Social Movements". En G. Ritzer (2012). *The Wiley-Blackwell Companion to Sociology*, (522-544). United States: Blackwell Publishing. DOI: 10.1002/9781444347388.ch28
- Delgado, M. (2016). *La reforma ética y estética del capitalismo*. Madrid: Catarata.
- Manin, B. (1998). "Metamorfosis del gobierno representativo. Parlamentarismo, democracia de partidos, democracia de audiencia". En B. Manin, *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianz.
- Tarrow, S. (2011). *Power in movement: social movements and contentious politics*. New York: Cambridge University Press.
- Sabariego, J. (2017). "Tecnopolítica y Recientes Movimientos Sociales Globales". En: B. de Sousa Santos y J. M. Mendes (Eds.). *Demodiversidad. Imaginar nuevas posibilidades democráticas*. (391-416). Madrid: Akal.
- Sabariego, J. (2018). "Recientes Movimientos Sociales Globales y tecnopolítica desde las Epistemologías del Sur". *Pensamiento al margen. Revista digital*, 8, 74-89.
- Sierra, F., y Gravante, T. (2017). *Tecnopolítica en America Latina y el Caribe*. Salamanca. Comunicacion social.
- Sola-Morales, S. (2017a). "¡Educación universal, gratuita y de calidad! YouTube y las protestas estudiantiles de 2011 en Chile". En F. Sierra, F. Maniglio y D. Garrosini (Eds). *Políticas de Comunicación e Integración Económica Intercontinental*. (pp. 728- 738). Quito: Ciespal.
- Sola-Morales, S. (2016). "Las redes sociales y los nuevos movimientos estudiantiles latinoamericanos. La «Primavera chilena» y el «YoSoy132»". *IC Journal. Revista Científica de Información y Comunicación*. Monográfico: Visualidades en tensión: entre la emancipación y el control, 13, 153-193. DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2016.i01.05>