



"MERCADERES DE DATOS"

# TEATRO FORO

— SOBRE —

# CULTURA DIGITAL

MEMORIA DEL TALLER Y EXPERIENCIAS  
DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES

ondula

la tecnología es para las personas

CON LA COLABORACIÓN DE:

  
¡MADRID!

MEDIALAB  
PRADO



# Contenido

1. Presentación .....	2
Sinopsis .....	3
Ficha técnica .....	3
2. Justificación: ¿Tiene sentido reflexionar sobre la cultura digital a través del teatro?.....	4
2.1 Una apuesta por la investigación-acción colectiva .....	4
2.2 La temática: ¿Qué pasa con los datos? .....	4
2.3 Construcción de una cosmovisión colectiva .....	6
2.4 Elaboración de un relato escénico .....	7
3. Proceso de investigación y creación a través el teatro foro .....	8
3.1 Construcción de la mirada .....	8
3.2. Determinación de la posición del grupo .....	9
3.3. Práctica de interpretación: hilvanado de escenas y técnicas de interiorización .....	10
4. Representación de la obra: diálogo con el público .....	11
5. Así lo vivimos las participantes .....	13
6. Conclusiones .....	15
Referencias .....	17

# 1. Presentación

*Mercaderes de Datos* es una pieza teatral fruto de una investigación sobre la propiedad de la información en Internet, es decir, sobre el precio que pagamos al depositar nuestros datos en las redes, para cuestionarnos acerca de nuestro ejercicio de libertad, responsabilidad y soberanía como personas usuarias y consumidoras de las herramientas digitales.

Esta obra de teatro foro pretende así exponer un tema de rabiosa actualidad en el ámbito de la cultura, la economía y la tecnología, para abrir canales de reflexión y diálogo con el público. Se trata pues de conocer, aprender y descubrir juntos maneras de luchar contra las sutiles formas de violencia presentes en nuestra vida cotidiana.

La creación del guión dramático ha sido realizada en un proceso colectivo por el grupo de trabajo que participó en el **Taller de Teatro Foro sobre Cultura Digital**<sup>1</sup>, una propuesta del proyecto de investigación-acción de **Alfabetización Digital Crítica**<sup>2</sup>.

---

1. Taller de Teatro Foro sobre Cultura Digital en Medialab-Prado, mayo-junio 2015.

Artículo online: <http://medialab-prado.es/article/teatroforodeculturadigital>

2. Alfabetización Digital Crítica, Ondula 2015. Sitio web: <http://guia.ondula.org>

## Sinopsis

*Juan es una joven promesa en la compañía para la que trabaja, Booble, un gigante virtual cuyo buscador de Internet es internacionalmente conocido y empleado por miles de millones de personas a diario. Sus superiores le han encargado la importante tarea de hacer llegar al gran público la última iniciativa de la empresa, el lanzamiento de una Operadora Móvil Virtual cuyos precios no tendrán competencia en el mercado y que ofrece conexión permanente a la red. El negocio para la compañía se halla en la capacidad para reunir, clasificar e interpretar la información que sus clientes generan mediante el uso del móvil. De esta manera, las grandes empresas que se anuncian a través de Booble tienen la seguridad de que la oferta de su producto llegará a la persona adecuada en el momento, el lugar y la forma oportuna.*

*En el desempeño de su tarea, Juan visitará un Instituto de Secundaria de un barrio trabajador donde Manuel, harto de sentir el rechazo y la exclusión que supone en su entorno no estar permanentemente conectado, escuchará la oferta y la propondrá a su familia. Su madre y su padre, dueños de un pequeño negocio en declive, entienden la oferta de Juan como una oportunidad más de ahorrar dinero a final de mes sin tener que prescindir de las líneas telefónicas de la familia. Por ello, deciden contratar los servicios de Booble sin pararse demasiado en la letra pequeña del contrato. Pronto la familia de Manuel descubre que los términos y condiciones del servicio tienen consecuencias inesperadas... ¿será ya demasiado tarde?*

## Ficha técnica

### **Duración:**

90 minutos (Representación: 30 minutos, Foro: 60 minutos)

### **Escenario:**

6m x 4m

### **Recursos:**

1 mesa, 6 sillas, 1 proyector

### **Aforo:**

30 - 60 personas

Participaron 18 personas en la elaboración y representación de la obra.

Moderación y facilitación: Moisés Mato e Inés Bebea.

## 2. Justificación: ¿Tiene sentido reflexionar sobre la cultura digital a través del teatro?

### 2.1 Una apuesta por la investigación-acción colectiva

Una investigación puede presentarse de múltiples formas. Tal vez la más frecuente en nuestro entorno es una disertación, o bien una mesa redonda con ponentes reconocidos por su experticia sobre la materia en cuestión. Esta vía de comunicación es la que podemos encontrar en universidades, en programas televisivos de divulgación científica o incluso en las escuelas. Un método de estas características puede ser útil a la hora de transmitir ideas o relatar experiencias, pero es insuficiente cuando buscamos *vivir en primera persona* aquello que investigamos, y más aún, hacer al público partícipe de la misma.

Esta forma de entender el proceso de investigación hace que hayamos apostado por un método que procura una transformación personal y colectiva, es decir que permite:

- A las personas investigadoras, vivenciar el proceso, vincularlo a la vida, a situaciones cotidianas y, de ese modo, comprender la realidad que nos rodea no sólo en un plano intelectual o discursivo, sino en los hechos y la experiencia vital.
- Al público, visualizar un relato en formato realista, identificándose en situaciones y actitudes, en definitiva, verse a sí mismo reflejado en la historia y de ese modo incorporar una lectura propia, una reflexión compartida y una posibilidad de acción dialogada colectivamente. Un proceso que remueve, conmueve y que, en definitiva, lo saca de rol de mero espectador para transformarlo en participante.

Este método de investigación, creación y comunicación nos lo proporciona el Teatro Foro.

### 2.2 La temática: ¿Qué pasa con los datos?

Vivimos en una sociedad que –debido a la centralidad que han adquirido las tecnologías y redes digitales– ha sido denominada con apelativos tales como Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), Capitalismo cognitivo o informacional, Cibercapitalismo<sup>3</sup>, etc. Esta sociedad entiende su propio progreso vinculado a la capacidad tecnológica para almacenar y transmitir grandes cantidades de información en grandes distancias, atravesando fronteras y cubriendo así, buena parte del territorio poblado. La tecnología que permite esto es lo que conocemos como Internet, una red de máquinas, cables y otros aparatos distribuidos en distintos países. La gestión de esta tecnología se realiza en una pequeña parte a través de instituciones gubernamentales, como entes reguladores, y en

3. Ya a finales del Siglo XX Manuel Castell en su famosa trilogía hablaba de de la Sociedad de la Información y el Conocimiento [1] como una sociedad-red para describir una situación de total interconexión de los individuos a escala global y del capitalismo informacional como superación de la fase industrialista del mismo. Otros autores (Blondeau et al, 2004)[2] hablan de capitalismo cognitivo. En ambos casos, lo que se pretende hacer visible es la importancia creciente del control de la información y la apropiación del conocimiento social para creación de valor económico. Ya en nuestro siglo, cuando se habla de cibercapitalismo (Muñoz, Fernández-Delgado, 2015)[3] o la hipótesis cibernética (Tiqun, 2015)[4] se agrega una dimensión crítica más y es la del control y vigilancia social que el capitalismo ha puesto en marcha a través de las redes sociales y del control de los flujos digitales, como la forma más sutil y ramificada de poder inventada.

una gran parte a través de grandes empresas multinacionales, como beneficiarios de su explotación económica.

Una de las empresas con más poder en este sector es Google<sup>4</sup>, que empezó como una empresa desarrolladora de un buscador de páginas web: mediante algoritmos el buscador elabora un índice de los sitios web, de manera que las personas usuarias pueden buscar palabras o términos de interés sin necesidad de conocer la URL exacta del sitio web que quieren visitar. Así, el buscador ofrece un listado de resultados afines a dichos términos. Como todo el mundo sabe, el buscador era y es de uso gratuito. Pero entonces, ¿cómo consigue Google ser una de las empresas con mayor rentabilidad económica del mundo? La respuesta es sencilla: a través de la publicidad[5]. El buscador reserva espacios de visibilidad para quienes desean que su información aparezca ahí.

En los últimos años, Google ha ido incorporando nuevos servicios, muchos de ellos gratuitos: correo electrónico (*Gmail*), documentos compartidos (*Drive*), alojamiento de blogs (*Blogger*) y de videos (*Youtube*), navegador web (*Chrome*) y sistema operativo (*Android*) son algunos ejemplos. Todos estos servicios (incluyendo el buscador de contenidos) tienen una particularidad común: las personas usuarias depositan “gratuitamente” su información en los servidores de Google. Esta infor-

---

4. Google es la tercera empresa en el mundo por capitalización, detrás de otras dos empresas del sector TIC como Apple y Microsoft, según la Relación de las empresas más grandes del mundo (capitalización bursátil al 14/05/2015). Artículo online <http://economipedia.com/ranking/empresas-mas-grandes-del-mundo-2015.html>

mación es tremendamente valiosa para la compañía: de nuevo mediante algoritmos, la empresa cruza los datos de distintos servicios y usuarios, y acuerda que la publicidad y marketing de terceros aparezca en pantalla a los usuarios seleccionados[6][7].

A esta trayectoria, se suma la reciente noticia de que Google sigue ampliando su ámbito de actuación al sector de operadoras de telecomunicación: *Project Fi* se presenta como un nuevo Operador Móvil Virtual (OMV) de Google [8][9]. Es decir, la empresa ya no sólo está presente en los servicios virtuales sino también en el acceso a la red. En esta investigación decidimos adelantarnos a la llegada a España de este nuevo modelo de negocio y plantear un escenario actual para conocer el tema.

## 2.3 Construcción de una cosmovisión colectiva

Desde la metodología y el lenguaje expresivo del Teatro Foro, tratamos de abordar una visión holística de la realidad en torno a la cultura digital: vinculamos aspectos que tienen que ver con las condiciones de acceso a los servicios digitales, con el poder de los grandes grupos económicos que concentran la oferta tecnológica, con nuestras propias subjetividades y con la necesidad de repensar las nociones de ciudadanía y derechos emergentes (a la información, a la privacidad, a no ser gobernados por un *Gran Hermano* digital), cuestiones todas que parecen tener una relación conflictiva con las lógicas de mercado actualmente imperantes.

Por ello, el equipo de trabajo construyó y compartió una cosmovisión. Como explicaremos más adelante, esta cosmovisión se compone de tres fases interrelacionadas: Mirada (Ver), Posición (Juzgar) e Interpretación (Actuar) del grupo. Tras una etapa inicial de búsqueda de documentación, debate, renuncia y análisis colectivo, el grupo decidió centrarse en el tema de *la mercantilización de las personas a través de las TICs*.

El grupo identificó que esto es una forma de violencia<sup>5</sup>, ya que se trata del robo de

---

5. La Escola de Pau define la violencia como aquella “actitud o comportamiento que constituye una violación o la privación al ser humano de algo que le es esencial como persona (integridad física, psíquica o moral, derechos, libertades...)”. Lo que generalmente se entiende por violencia es una agresión física o psicológica: un asesinato, una tortura, una bofetada, una mutilación, y otras formas de maltrato físico o psicológico. Llamamos esta violencia violencia directa. Pero este tipo de violencia, a pesar de ser el más visible, no es el único. Hay otros tipos menos visibles pero muy presentes y con consecuencias muy graves. De hecho, la violencia directa a menudo es el resultado visible de otras violencias. Una de estas violencias invisibles es la violencia estructural, la violencia que forma parte de la estructura social y que impide cubrir las necesidades básicas, como la generada por la desigualdad social, el paro, la malnutrición, la carencia de servicios sanitarios y educativos básicos, etc. La otra es la violencia cultural, aquellos aspectos del ámbito simbó-

algo de lo que ni siquiera somos conscientes que poseemos: la información que generamos y que no nos parece, a priori, importante proteger. Sin embargo, es esta misma información la que nos hace aún más vulnerables a la influencia del marketing cuyo objetivo no es otro que quebrar nuestra conciencia y manipular nuestro deseo, en la medida en que su finalidad es maximizar las ventas, el consumo[10].

Este tema no es solo complejo por la virtualidad del proceso, sino por el grado de sutileza de su violencia. A pesar de todo, nos parece evidente que no es más que otro caso en el que los detentores del poder van tres pasos por delante de nosotros. Los tres pasos que nos permitirían ver violencia e injusticia en este trato con las grandes empresas de la comunicación y la información, en el que son ellas las que ponen el precio a nuestra privacidad antes que nosotras y que hoy en día, al parecer, es algo totalmente normalizado e, incluso, valorado como positivo porque “nos hace la vida más fácil” o “mejora nuestra experiencia”<sup>6</sup>.

---

lico (religión, cultura, lengua, arte, ciencias...) que se utilizan para justificar o legitimar la violencia estructural o directa. Aquellas argumentaciones que nos hacen percibir como “normales” situaciones de violencia profunda. La violencia cultural también puede tomar el nombre de cultura de la violencia. Fuente: Recursos de Educación para la Paz, Escola de Pau, <http://escolapau.uab.cat>

6. Como primer ejercicio sencillo para comprender este planteamiento, recomendamos hacer click en “Privacidad” que -abajo y en letra pequeña- aparece en la primera página del buscador

## 2.4 Elaboración de un relato escénico

La investigación técnica y social realizada por el grupo toma la forma de la obra de teatro “Mercaderes de Datos” en la siguiente sucesión de escenas:

**Escena 1.** En la que la Alta Dirección de Booble comunica el lanzamiento del OMV.

**Escena 2.** En la que le presentan el nuevo proyecto a Juan y le contratan.

**Escena 3.** En la que Juan va a su antiguo instituto a presentar, de forma semi-encubierta, el nuevo proyecto de Booble.

**Escena 4.** En la que los amigos de Manuel hacen bromas a su costa por no estar al tanto de las comunicaciones del grupo, ya que no tiene datos en el móvil.

**Escena 5.** En la que Manuel y su hermana tratan de convencer a sus padres.

**Escena 6.** En la que los padres conversan en privado sobre la tentadora oferta, mientras Manuel y su hermana hablan de lo bueno que sería poder conseguir el objeto de su deseo.

**Escena 7.** En la que ya no hay vuelta atrás (imagen de la crisis). Manuel y su padre se disponen a firmar el contrato con su nuevo proveedor de servicios telemáticos. Mientras Juan da seguimiento a las nuevas altas del proyecto desde la oficina.

**Escena 8.** En la que Booble formaliza el acuerdo de venta de datos con un mayorista de publicidad, mientras los padres de Manuel empiezan a perder el control de sus gastos, influenciados por la propaganda que reciben.

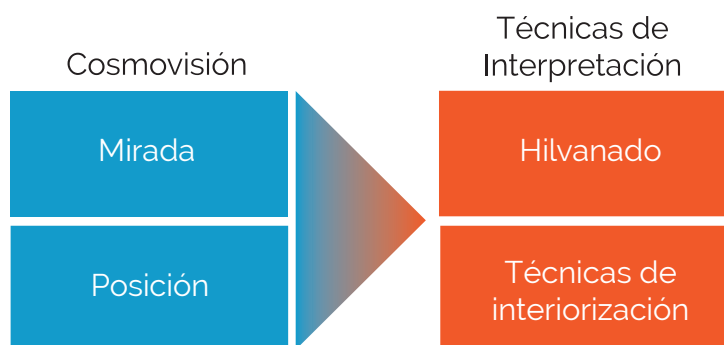
El guión completo de la obra puede encontrarse en el Anexo de este documento.

### 3. Proceso de investigación y creación a través el teatro foro

El Teatro Foro utilizado en este proyecto social, es una técnica teatral originaria del Teatro del Oprimido[7] promovido por Augusto Boal en Brasil en los años 70. Boal parte de que el conflicto es parte fundamental del teatro y lo incorporó para el estudio de las relaciones opresor-oprimido en lo que fue su contexto social, caracterizado fundamentalmente por las luchas de población campesina y los terratenientes, o de los obreros y el patrón; una realidad en la que la violencia estructural frecuentemente era visible a través de la violencia directa.

Para abordar los contextos sociales de España y Europa, el Teatro de la Escucha impulsado por Moisés Mato incorpora al teatro foro dos elementos adaptados a nuestras sociedades del Norte: la **violencia estructural** más que la violencia directa, y **la manipulación** de la conciencia (muy influenciada por elementos como la publicidad) y por consiguiente de las emociones y del deseo (alimento de la voluntad como motor humano).

Partimos de una metodología diseñada para que pueda ser realizada por cualquier grupo, con independencia de si cuenta con experiencia previa en la práctica escénica.



#### 3.1 Construcción de la mirada

La primera fase del proceso consiste en definir la cosmovisión del grupo, es decir, poner en común la mirada del grupo ante el marco de la Cultura Digital y su posición ante la injusticia que se identifica.

Se inició con un primer trabajo individual donde cada participante propuso un **tema** de estudio sobre diversas situaciones conocidas en primera persona o bien a través de noticias de prensa. Después de varios ejercicios de síntesis, el grupo decidió trabajar sobre la utilización de nuestros datos por Google, en un ejercicio de objetivación sustentado en estadísticas y referencias de prensa.

Esto nos permitió en primer lugar, elegir un tema, acotando el marco establecido en torno a la Cultura Digital y siempre atendiendo al principio de universalidad.

Luego, identificamos lo que llamamos un **hecho paradigmático**, es decir, uno que sirviese de modelo, algo con lo que todo el mundo pudiera sentirse representado. En este hecho, se destacaron las tres figuras básicas y necesarias para analizar las situaciones de violencia estructural y manipulación de subjetividades: **opresor, oprimido y opresor-oprimido**. Esta última comparte algunos intereses con el opresor y también otros elementos con el oprimido.

Atendiendo al principio de coherencia, el grupo llegó a un consenso sobre el tipo de injusticia que se produce (exclusión, manipulación, robo, control social,...). En el caso analizado, concluimos que puede caracterizarse como la expropiación de la información producida por las personas y violación de privacidad y libertades civiles.

A continuación se muestra el esquema de trabajo surgido desde la mirada del grupo:

Tema	Mercantilización de las personas a través de las TICs
Hecho	<p>Google sale al mercado de las telecomunicaciones como un nuevo operador. Este operador realiza una oferta muy buena por la contratación de servicios telemáticos; con un coste asociado al servicio muy ventajoso con relación a la competencia, incorporando una nueva condición que reintegra el coste por el volumen no consumido.</p> <p>Juan, comercial de Google, vende el paquete de servicios a Manuel, persona de 16 años, que debe comunicárselo a su entorno familiar ya que comparte paquete de líneas junto con su hermano y su madre.</p>
Oprimido-Oprimido	Manuel y familia
Oprimido-Opresor	Juan
Opresor-Opresor	Google
Tipo de injusticia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expropiación de la información producida por las personas.</li> <li>Violación de la privacidad y libertades civiles.</li> </ul>

### 3.2. Determinación de la posición del grupo

El posicionamiento del grupo se construyó mediante la práctica de ejercicios de expresión corporal, trascendiendo así el diálogo más allá de la palabra. Con esta forma de trabajo procedimos a:

- La elaboración de **la historia ordenada** a partir del esquema de la mirada. En la historia ordenada se remarca aquella frase que se identifica como la imagen de la crisis. En teatro foro, la imagen de la crisis es una escena congelada donde el grupo considera que ya se ha consumado la violencia, que no hay vuelta atrás. Aquí cada participante elabora un relato individual que pone de manifiesto su sensibilidad, y que luego permite avanzar en un ejercicio de subjetivación primero personal y luego colectivo.
- La construcción corporal de **la imagen de la crisis** se realiza mediante la técnica de estatuas. Este ejercicio ayudó a situar nuestra mentalidad política.
- La elaboración de **las causas** de los personajes principales mediante el trabajo con estatuas y movimientos mecánicos. Las causas son 6 ó 7 imágenes que nos cuentan la historia de vida del personaje: por qué actúa así en el momento de la crisis.
- La construcción de la **secuenciación de imágenes** de la historia ordenada. De nuevo recurrimos a la técnica de estatuas para elaborar 7 u 8 imágenes corporales como si se tratara de secuencias de un cómic. Cada imagen sirvió de base para la construcción de una escena

### 3.3. Práctica de interpretación: hilvanado de escenas y técnicas de interiorización

Tomando como base las imágenes de la secuenciación, el grupo construyó orgánicamente las escenas que dan vida a esas estatuas. El proceso fue revisado en forma permanentemente no sólo desde la perspectiva de la historia, también atendiendo a los elementos propios del teatro: cuerpo, voz, espacio, tiempo, personaje, texto y conflicto.

En este punto, se incorporó un conjunto de técnicas que permiten dar profundidad a los personajes en el mismo proceso de creación. Además en la representación de la obra, estas técnicas permiten al público comprender e indagar sobre lo que mueve cada personaje a actuar así:

- **Bombardero de preguntas:** da información al público sobre lo que el personaje sabe de sí mismo. Esta técnica nos alerta sobre nuestra historia.
- **Monólogo interior:** tiene que ver con lo que ocurre dentro del personaje, lo que no dice, lo que ocupa su mente. Esta técnica nos alerta sobre lo que somos.
- **Esperpento:** refleja las tripas del personaje. Esta técnica nos alerta sobre nuestros sentimientos profundos.

Este proceso de trabajo personal y colectivo nos permitió profundizar en los temas atendiendo a la complejidad de las cuestiones técnicas y a nuestra propia complejidad como seres humanos, como seres sociales. Y es que en este tipo de creaciones no vale buscar soluciones fáciles o recetas. La creación misma de la pieza dramática implica investigación, sensibilidad y compromiso con el tema y con el público.

## 4. Representación de la obra: diálogo con el público

Hemos visto cómo la metodología de teatro foro proporciona elementos para una investigación y una creación en lenguaje artístico dramático. El tercer elemento presente es la comunicación de todo lo anterior. Se trata de una comunicación que abre un canal bidireccional: la exposición del trabajo de grupo mediante la representación de la obra de teatro y la participación del público a través del foro guiado por una persona moderadora. La moderación facilita la incorporación de las reflexiones y anima a la participación, en pro de un aprendizaje compartido por todas las personas presentes sin distinción entre actores y público.

La obra de *Mercaderes de Datos* se inicia con una presentación del modelo de teatro y foro, y una dinámica de carácter lúdico con el objetivo de promover un ambiente de escucha activa, confianza y cooperación. Comienza la primera parte de la sesión con la representación de la obra en sus ocho escenas. A continuación, la persona moderadora abre la sesión de foro: el público puede probar soluciones y alternativas a la historia planteada. Las intervenciones están orientadas a evitar que se consuma la injusticia planteada (en este caso, la expropiación de la información de las personas en beneficio de intereses comerciales). Recordemos que el desarrollo argumental asume que tras la *imagen de la crisis* no hay vuelta atrás, de modo que las propuestas del público deben darse antes de este momento. Cada momento que pasa sin intervención del público legitima que la injusticia es inevitable, de modo es un compromiso de todos y todas impedir que eso suceda.

En el foro, el grupo vuelve a representar la obra desde la primera escena y el público puede intervenir fundamentalmente **pasando de espectador a espec-**

**tactor**. Sustituye a los actores o actrices, convirtiéndose en uno de los personajes de la trama para, desde ahí, actuar de forma distinta buscando evitar que se produzca la injusticia, siempre antes de la imagen de la crisis.

Aquí está la clave: ¡el público actúa! ¿Por qué no es suficiente que diga su opinión desde su asiento? Muy sencillo, generalmente **hay una diferencia entre lo que uno dice y lo que uno quiere decir, y entre lo que uno quiere decir y lo que realmente quiere decir** (internamente muchas veces no lo tenemos claro). Desde nuestro asiento podemos exponer ideas, pero lo difícil es ponernos de acuerdo en las imágenes, en el cuerpo, en la vida, en la acción. Es por ello que esta dinámica nos permite entrenarnos (educarnos) en el diálogo. Sólo una sociedad que dialoga puede cambiar su rumbo.

Así mismo, la persona moderadora puede facilitar al público la profundización en la historia a otros niveles, desvelando las causas de un personaje principal o habilitando el bombardeo de preguntas a dicho personaje, para comprender mejor su psicología y su historia de vida, cargada de experiencias vividas, sentimientos, influencias sociales... También puede facilitar la reproducción del monólogo interior de un personaje en un momento clave de la escena en la que el público quiere participar.

En el foro de *Mercaderes de Datos*, las personas del público participaron “colándose” en la reunión de directivos de Google en la primera escena, sustituyendo a Juan en la negociación de sus objetivos profesionales en su nuevo contrato poniendo algunas objeciones éticas en la segunda escena, probando a convertirse en la profesora de Manuel en el instituto que cuestiona sus intenciones

comerciales en la tercera escena, poniéndose en la piel de un adolescente colega de Manuel para que caiga en la cuenta de que hay “algo raro” en esas ofertas en la cuarta escena, o sentándose a la mesa con la familia analizando la propuesta que trae Manuel y cuestionando que en la escuela puedan llegarle informaciones comerciales en la quinta escena.

Éstos son solo algunos ejemplos de participación: el público tiene herramientas porque se trata de situaciones cotidianas, que todos hemos vivido alguna vez o nos han contado, sin mayores requisitos de interpretación. Los intentos del público permiten dialogar sobre cuestiones de ámbito personal, familiar, social, institucional, legal.

Cuando el foro terminó el público todavía tenía más preguntas que antes de empezar, quería saber más y quería una solución. Pero no hay una única solución. Y desde luego no es simple, fácil o mágica. Como en la vida misma. Aprendemos a ver la realidad en su complejidad y dinamismo. Y lo más importante, juntos nos regalamos la oportunidad de probar ideas que teníamos, de relacionar las causas y las consecuencias en varios planos de la realidad, en definitiva, de comprender juntos el mundo en que vivimos. En definitiva, podemos decir que con el teatro foro ganamos un tiempo precioso, jugamos a la vida para poder afinar mejor nuestras acciones como personas y como ciudadanos en el momento presente.

## 5. Así lo vivimos las participantes

Pensamos que una sistematización de experiencias como ésta debía rescatar también tanto las expectativas e ilusiones personales que nos motivaron como las reflexiones que nos fueron surgiendo. Es decir, el testimonio de las propias personas participantes. Por ello, pusimos en marcha un diálogo que constó de una parte de conversación grupal (reuniones de evaluación y conclusiones) y de otra más orientada a sistematizar las visiones personales, a través de una recogida de opiniones.

Tras la lectura de las entrevistas, destacamos algunos puntos relevantes para la evaluación de la experiencia:

### *Eje 1. Sobre la forma de injusticia que se identificó y trabajó en los talleres*

- Al comenzar el taller no había un conocimiento previo homogéneo sobre el tema. Estábamos las que no habían reflexionado o no tenían conocimiento sobre el modelo de negocio de Google, las que conocían algo aunque sin profundizar y las que conociendo el procesamiento de datos privados que hace el buscador, les llamaba la atención la poca importancia que se le da a este hecho.
- Y a la hora de enunciar con palabras propias la forma de injusticia que supone el tratamiento de datos que realiza Google, se apuntan una serie de conceptos que –de alguna forma– recorre una gama de implicaciones que partiendo de la necesidad de un ejercicio crítico y desmitificador sobre la imagen de “empresa buena, informal, etc.” que ha construido Google y de la

poca conciencia que hay en torno al uso de nuestros datos, se avanza hacia identificar esta práctica como una vulneración a los derechos de privacidad y de intimidad, llegando incluso a concebirlo como una auténtica técnica de poder y control social.

### *Eje 2: Sobre la utilidad del Teatro Foro (TF) como instrumento de conciencización y conciencia,*

- En general, no había experiencia actoral previa, pero esto no constituyó un obstáculo para el desarrollo creativo y útil de los talleres.
- Tampoco había un conocimiento profundo sobre las técnicas de TF, más bien conocimientos dispersos por referencias o por haber asistido a algunas representaciones teatrales basadas en esta modalidad de trabajo social.
- Todas coinciden en destacar la utilidad del TF, fundamentándolo en que constituye una herramienta muy eficaz de análisis social en tanto permite descomponer problemas complejos en factores más fáciles de entender y comunicar, y en que es una forma de congelar el tiempo del acontecer social y verlo colectivamente. También se afirma que es un instrumento de trabajo colaborativo que facilita la construcción de un posicionamiento del grupo sobre el tema. Y posteriormente, en las representaciones teatrales, que logra la transformación del público sacándolos del rol de asistente pasivo para integrarlo como actor de una realidad social que es de todas.

*Eje 3: Sobre las vivencias y emociones generadas por la implicación del cuerpo y las emociones a la investigación que se aplicó en los talleres.*

- En general, todas coinciden en que fue una experiencia positiva lo cual no implica ocultar que al principio a veces fue duro o complicado dejar que el cuerpo fluyese.
- Implicó un beneficio en dos planos: i) a nivel individual, al romper las rigideces corporales, genera una mayor exposición y compromiso con el grupo e incluso, un aprendizaje de escucha del propio cuerpo; ii) a nivel colectivo, ya que permitió avanzar muy rápidamente en la construcción de la visión colectiva del grupo (posicionamiento frente a la injusticia), entre otras cosas, porque supera las dinámicas de esos debates intelectuales que tienden a ser farragosos o a quedar estancados antes de llegar al consenso y porque obliga a “vivenciar” la injusticia que se analiza.

*Eje 4: Sobre que cambió en nuestras percepciones y conductas respecto al uso y funcionamiento de los servicios de Google.*

- Todas reconocen que a pesar del poco tiempo que se tuvo para investigar y crear la obra, se ha comprendido mucho mejor que significa en nuestra vidas un servicio como el que ofrece Google.
- Sin embargo, aunque hay conciencia de cómo nos afecta y por tanto, que se ve claramente la necesidad de ser críticas y cuidadosas con los datos que volcamos a la red, se expresa que no es factible cambiar drásticamente de

un día para otro y que tampoco es fácil “salirse” del uso de las redes digitales y los buscadores de información que registran nuestras actividades en la red. Ello genera contradicciones e intentos de buscar otras herramientas que no nos registren, lo que supone también una necesidad de tener mayor conocimiento técnico sobre estos temas, algo que no resulta fácil en nuestras vidas.

*Eje 5: Sobre qué podemos hacer como ciudadanos a partir de ahora*

- Hay una cuestión en la que prácticamente todas coinciden: la necesidad de ser más conscientes de lo que implica volcar datos a la red y de ser más críticas sobre la publicidad con que nos inundan a partir de los perfiles de consumidores que se nos crea.
- Hecho esto, se aportan algunas ideas sobre cómo continuar con este proyecto: i) compartir la experiencia (representaciones) con más público y llegar a colectivos más vulnerable frente a estas cuestiones; ii) reclamar ante las asociaciones de usuarios y la propia Administración Pública para que haga eficaz la custodia de nuestros derechos; iii) continuar investigando el tema dentro de un marco teórico que sitúe la apropiación de nuestros datos como parte de una dinámica de poder y control social más general y en ese esquema, profundizar en el estudio del impacto de los negocios de las corporaciones multinacionales en nuestras vida.

## 6. Conclusiones

Por medio de este documento hemos querido rescatar de la memoria el proceso formativo del Taller de Teatro Foro sobre Cultura Digital, con una mirada amplia, atendiendo al método, a la temática decidida por el grupo y a la experiencia de las personas participantes. De este ejercicio narrativo destacamos algunas ideas a modo de resumen:

- La temática que abordan la investigación y el guión de “Mercaderes de Datos” es una cuestión de rabiosa actualidad. Se trata de un tema complejo y amplio, del que van surgiendo numerosas ramificaciones a medida que avanzamos en su conocimiento técnico, económico, social, psicológico. Antes del taller, las personas participantes tenían algunas nociones de lo que sucede, pero generalmente le habían dado poca importancia o pensaban que era algo demasiado complicado para opinar. Este proceso de aprendizaje ha permitido que las personas de a pie comprendamos cómo funciona una parte importante del sector telemático, generalmente muy alejada de las personas usuarias, y que podamos pensar dialogar y probar alternativas colectivamente.
- El teatro foro ya había se había demostrado como una herramienta metodológica transformadora en diversos contextos sociales y políticos desde hace casi cincuenta años. Ahora hemos visto que esta forma de trabajo es una herramienta de análisis social que permite desglosar cuestiones complejas, reafirma la posibilidad de la construcción colectiva en proceso de aprendizaje compartido y, en la representación con el público, resulta una enseñanza revolucionaria en la que las personas espectadoras dejan su sillón y salen a dialogar y proponer alternativas, siendo protagonistas (como en la vida misma) de una de las realidades más acuciantes del siglo XXI.
- El planteamiento de teatro foro sobre cultura digital constituye una propuesta genuina de Alfabetización Digital Crítica, en tanto que las personas participantes tuvieron que preguntarse cuestiones técnicas (¿qué es un algoritmo? ¿cómo funciona un buscador web? ¿qué hace un operador de telecomunicaciones y un OMV?), económicas (¿cuál es el modelo de negocio de una empresa como Google? ¿qué esquemas de tarifas existen? ¿cómo funciona la economía familiar?), sociales (¿cómo afecta a las personas consumidoras? ¿qué desigualdades genera? ¿cómo afectan los móviles a la forma de relacionarse de los adolescentes?), éticas (¿es legítimo lo que sucede? ¿es lo mismo legal que ético?), etc.
- Las personas que han participado de este proceso alfabetizador reconocen que han aprendido sobre la temática investigada, que su marco conceptual se ha ampliado, y resaltan la experiencia liberadora que supone la creación desde la implicación y la expresión corporal, tanto a nivel individual como colectivo.
- La reflexión posterior y el sentir de las personas participantes sugieren que la potencialidad de este tipo de aprendizaje amerita darle continuidad a este proyecto, invitando a quienes quieran vivir desde dentro la creación investigadora, y extendiendo la experiencia del foro a diversos públicos: escuelas, institutos, colectivos sociales, etc.

En un momento en el que se reconoce ampliamente la utilidad de desarrollar las competencias digitales, desde el aprendizaje de la programación en las aulas de educación primaria a la formación para el empleo con personas adultas, reivindicamos la necesidad de una Alfabetización Digital Crítica, que permita conocer no sólo lo que sucede en una pantalla sino lo que sucede detrás de ella, lo que hacen esos famosos algoritmos, lo que vivimos en el día a día, lo que mueven los mercados internacionales. Reivindicamos también un aprendizaje más que transdisciplinar, holístico, integrador, que nos permita desarrollarnos como personas conscientes, críticas, creativas, transformadoras. Reivindicamos la necesidad de conocer y transformar la realidad, también en lo digital.

# Referencias

[1] Castells, M.

- (1997). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I. LA SOCIEDAD RED*. Madrid: Alianza Editorial.

- (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II. EL PODER DE LA IDENTIDAD*. Madrid: Alianza Editorial.

- (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen III. FIN DE MILENIO*. Madrid: Alianza Editorial.

[2] Blondeau, O., Whitefordm D., Vercellone, C., Kyrou, A., Corsani, A., Rullani, E., Boutang, Y., Lazzarato, M. (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños

[3] Serrano Muñoz, E., Cabello Fernández-Delgado, F. (2015) *Crisis y ciber mundo: Mutaciones históricas entre cibercapitalismo y postcapitalismo*. Revista Teknokultura Vol 12(2). 337-363

[4] Tiqqun. (2015). *La hipótesis cibernética*. Acquarela Libros y Machado Grupo de Distribución, S.L. Madrid

[5] Tom Simonite, *Así funciona la compra-venta de tu información privada*, 2014. URL: <https://www.technologyreview.es/internet/46008/asi-funciona-la-compra-venta-de-tu-informacion/>

[6] Jason Morris y Ed Lavandera, *Empresas en Internet que venden tus datos o borran tus huellas*, 2012. URL: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2012/09/02/empresas-en-internet-que-venden-tus-datos-o-borran-tus-huellas>

[7] Gemma Galdon, *¿Qué hacen con nuestros datos en Internet?*, 2015. URL: [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/06/12/actualidad/1434103095\\_932305.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/06/12/actualidad/1434103095_932305.html)

[8] Mikel Cid, *Project fi, el operador virtual de Google, ya es una realidad cumpliendo con los rumores*, 2015. URL: <http://www.xatakamovil.com/mercado/project-fi-el-operador-virtual-de-google-ya-es-una-realidad-cumpliendo-con-los-rumores>

[9] Manuela Astasio, *Google venderá planes de datos en EE.UU*, 2015. URL: <http://www.ticbeat.com/sim/google-vendera-planes-de-datos-en-eeuu/>

[10] *La democracia del consumidor*, 2014. URL: <http://www.lagarbancitaecologica.org/dialogo-campo-ciudad/economia-sociedad-naturaleza/la-democracia-del-consumidor>

[11] *Teatro del Oprimido*, Wikipedia. URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro\\_del\\_oprimido](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro_del_oprimido)



