

## **Aquí estamos: juntas y creando**

*La industria digital ha sido, hasta el momento, un mundo mayoritariamente de hombres. Pero eso está cambiando y así quedó demostrado en Cultura BIT, Juntas y Creando. En este evento, que se realizó el 23 de julio de 2022 en Medellín, Colombia, se reunieron mujeres que hacen parte de la industria digital de América Latina para hablar de sus aprendizajes, logros y retos para los tiempos por venir. El propósito: lograr que cada vez haya más mujeres consumiendo y, sobre todo, creando experiencias digitales.*

La industria digital es amplia y diversa, tan diversa como las mujeres de Colombia y América Latina. En *Cultura BIT* se reunieron mujeres de Colombia, Panamá, México, Ecuador, Argentina, indígenas, afro, trans, creadoras, productoras, ejecutivas, animadoras, en fin, mujeres que, en sus múltiples facetas y desde distintos sectores, están haciendo crecer la industria. Fueron tres charlas, cuatro conversatorios y un espacio de networking en los que se reafirmó la importancia de hacer conexiones, de propiciar contextos favorables para que las mujeres -niñas, jóvenes y adultas- tengan acceso a nuevas oportunidades y de comprender que la tecnología es una vía inmejorable para transformar la cultura y mejorar la calidad de vida de las comunidades.

"Este es un ejercicio de reconocimiento y pensamiento crítico, en clave de construcción, con el que buscamos narrar y contar desde las mujeres y las diversidades", afirmó Andreiza Anaya, coordinadora de Comunicación y Medios Alternativos de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Alternativos del Ministerio de Cultura de Colombia. En su presentación ella agregó que, a pesar de que ha crecido la participación de las mujeres en el sector, uno de los mayores retos que enfrenta hoy el país es disminuir la brecha digital entre hombres y mujeres. Y se refirió a cifras que dan cuenta de cómo es el panorama actual: en el sector educativo, entre las personas matriculadas en áreas de ciencia, tecnología y matemáticas sólo el 35% son mujeres y, de ellas, sólo el 3% logra finalizar sus estudios. En términos laborales, hay una diferencia salarial que va del 15% al 20% entre hombres y mujeres que ocupan cargos similares. Así pues, *Cultura BIT* es una oportunidad para trazar nuevos caminos en la industria digital: "sí hay mujeres capacitadas, con un gran talento en el sector

y podemos mover con ellas esa estructura existente. Quienes han recorrido caminos desde la animación, los juegos, lo digital, han sabido reconocer los retos que nos quedan", agregó Anaya.

### **Condiciones favorables: la clave para el acceso a las oportunidades.**

¿Qué es lo que ocurre en Colombia para que la participación de las mujeres en el sector creativo y digital siga siendo aún tan inferior en comparación con los hombres? Algunas de las participantes en *Cultura BIT* trataron el tema durante sus intervenciones. Muchas coincidieron en afirmar que no hay un contexto favorable para que las niñas y jóvenes accedan a formación y oportunidades, lo cual se deriva, a su vez, en dificultades para que las mujeres hagan parte del mercado laboral en esta industria.

Catalina Escobar (Colombia), cofundadora de *Makaia* y Líder de Tecnología y Justicia Social del Foro Económico Mundial, llamó la atención sobre un asunto cultural que diferencia claramente los roles de hombres y mujeres: "no es falta de acceso, creo que las oportunidades están, y tampoco creo que sea falta de capacidades, pero definitivamente hay una brecha de mujeres en el mundo de la tecnología. La cultura es lo que más sigue pesando en este tema: la sociedad está diseñada con unos roles preconcebidos de género que, aunque ha mejorado, nos va a tomar muchos años superarlos. Creo que esos roles están tan naturalizados y tan intrínsecos en todas las dimensiones de la sociedad que de manera explícita tenemos que procurar su cambio".

Sandra Castro (Colombia), embajadora de *Women in Games* para Colombia y directora de la organización *Tan grande y jugando*, coincidió con esta visión y la analizó desde su campo de acción, el de los videojuegos: "Para entrar a la industria del videojuego, el juego tuvo que haber sido importante en tu vida. Pero a las mujeres se les niega el derecho al juego y se reemplaza con responsabilidades. Me explico: a las niñas les damos juegos que son más relacionados con el trabajo. ¿Y a los niños? Juegos por juegos. Mientras al chico le doy una espada de láser, a la niña le doy una muñeca para que juegue a ser mamá, a la escuela, a ser doctora, a la veterinaria... Les enseñamos que el tiempo de ocio tiene que ser productivo. Desde edades muy tempranas les estamos diciendo a las mujeres qué está bien y qué está

mal, les amputamos el derecho al juego y así las hemos dejado por fuera de una industria cada vez más creciente en el mundo".

Al respecto, Joanna Prieto (Colombia), cofundadora de *Geek Girls Latam*, insistió en que al hablar de equidad y cierre de brechas es necesario diferenciar dos perspectivas: la de las oportunidades y la de las condiciones. "Oímos decir 'oportunidades hay y no las toman'. Cuando pienso únicamente desde la oportunidad estoy sesgado. Cuando yo empiezo a ver las condiciones favorables que la sociedad debe trabajar en conjunto para que cualquier persona las pueda tomar y las tome hacia un propósito que tenga marcado, ahí hay una transformación. Tienes que mirar cuál es el contexto y cómo empezamos a generar condiciones favorables para que esa transformación sistémica se dé".

El llamado de estas expertas a generar condiciones favorables es para toda la sociedad en su conjunto: el Estado, el sector educativo, las familias, las empresas privadas, el sector social, los medios de comunicación, etcétera. "He sido crítica de la industria de la moda y los medios tradicionales porque los mensajes que vemos y escuchamos siguen ratificando roles preconcebidos en la sociedad y, aunque las mujeres no quieran, esto empieza a calar, profundizarse y se termina normalizando -nos dijo Catalina Escobar-. Estoy convencida de que hombres y mujeres tenemos las mismas capacidades, pero como las mujeres estamos cargando un lastre, las habilidades lógico matemáticas que tenemos son menores. Las brechas existen por los mensajes que les ha ido dando la sociedad sobre lo que pueden y no pueden hacer".

Ese lastre al que se refiere Escobar tiene que ver también con el doble rol que cumplen muchas mujeres adultas: las responsabilidades familiares y las responsabilidades laborales, que en muchos casos terminan dificultando su acceso o su ascenso dentro del mundo laboral. Al respecto Liliana Rincón (Colombia), presidenta de la asociación GEMA Colombia (Grupo de Empresas de Animación de Colombia) y cofundadora de 3DADOS Media, hace un llamado: "No es solamente cosa de nosotras. Los hombres tienen un papel fundamental en esta transformación cultural. ¿Cómo hacemos para que el género masculino se vincule con esa premisa de cambiar el rol femenino?"

## **Acciones afirmativas: cuando la paridad no es suficiente.**

Después de dar ese vistazo rápido al contexto que afrontan las mujeres desde niñas, la pregunta -bastante difícil de resolver- es qué debemos hacer como sociedad para cambiar este panorama. Es fácil pensar en la responsabilidad gubernamental -que la tiene- pero, como vimos, es una tarea más compleja que involucra a todos los sectores. Durante las conversaciones se habló con insistencia de las acciones afirmativas y se llegó incluso a preguntar, hablando del campo laboral, si realmente son necesarias o si, por el contrario, en un panorama ideal las mujeres deberían ser contratadas por sus capacidades más allá del hecho de ser mujeres.

Esta pregunta surge cuando hay cifras, como las presentadas por Joanna Prieto, que nos indican que sólo 2 de cada 10 trabajadoras de la industria de ciencia y tecnología son mujeres. "Nos tienen que contratar por ser mujeres y nos tienen que mejorar los salarios, por eso existen las acciones afirmativas -argumentó Elizabeth Giraldo, asistente al evento-. A los hombres los contratan por ser hombres. Entonces creo que si estamos acá sentadas es porque estamos diciendo que la industria tiene que cambiar y somos nosotras las que tenemos que estar ahí, obviamente en paridad. No vamos a retroceder".

¿Y cómo ir más allá de la ley de cuotas o promover la equidad entre géneros por una verdadera convicción y no por obligación o tendencia? Desde el punto de vista de Karina Acuña (Colombia), directora de *Shift Active*, para que las empresas vayan más allá de las cuotas, es necesario que estas comprendan que "el hecho de que haya mujeres en la creación de un producto hace que no esté sesgado porque va a tener otros puntos de vista, que nosotras lleguemos a crear va a ser un plus para las empresas". Por su parte Nazly López (Colombia), directora del proyecto inmersivo patrimonial *Entre luces y sombras*, considera que llegar a la paridad es un proceso que toma tiempo, una especie de entrenamiento que tenemos que hacer como sociedad, "llegará el momento en el que ya no nos vamos a dar cuenta porque habrá tantas mujeres en los cargos que no va a ser necesario hablarlo. Como cuando los bebés aprenden a caminar, es un ejercicio de repetición hasta que se comprende".

Es claro, entonces, que las acciones que se deben emprender para superar las brechas no son únicamente responsabilidad del Estado, que las empresas tienen también un rol fundamental, así como las mujeres que ya hacen parte del sector: "Tenemos una responsabilidad en el liderazgo de hacer de la industria un espacio seguro y tranquilo para que la mujer quiera estar", afirmó Sara Giraldo (Colombia), cofundadora y CEO de *Indie Level Studio*. Y esto se complementa con lo que dijo Catalina Escobar: "en *Makaia* decidimos hacer un esfuerzo explícito, afirmativo, para tener mujeres formadoras. En la medida en que haya mujeres en este rol, otras mujeres se darán cuenta de que el conocimiento puede estar en cualquier lugar. Nuestro interés nos ha llevado también a capacitar formadores en lenguaje incluyente y pedagogía de género. Suena elemental, pero es importante".

"A eso nos referimos con acciones afirmativas que no dependen solamente de los estados y que incluso las empresas pueden asumir aun cuando los estados en los que se encuentran no permitan la vida de la diversidad -afirmó Martina Ansardi (Argentina), directora de la plataforma *Contratá Trans-*. Hace poco se supo la noticia de que *Nintendo* permitió la unión de parejas del mismo sexo dentro de la empresa a pesar de que Japón es un país que no las reconoce. Estas son acciones afirmativas que nacen de una empresa que es socialmente responsable con la sociedad que le da justamente el sostén". Ella, además de recordar que cuando hablamos de acciones afirmativas no hablamos solamente de la participación de las mujeres, sino de lograr que ésta sea una industria más inclusiva en relación con todas las diversidades, indicó que las empresas también necesitan comprender que "esa acción afirmativa le devuelve a la empresa un montón de ganancia porque tener un proyecto que esté integrado por la mayor diversidad posible también hace que las soluciones a los problemas sean lo más diversas posible, lo más efectivas, y también hace que quienes lo integran sean más comprometidos porque son respetados dentro de su trabajo",

### **Sacar la voz: romper juntas las barreras.**

Hasta ahora la reflexión nos ha hablado de las condiciones favorables o desfavorables que ofrece la sociedad; del papel de los estados y la necesidad de crear y poner en práctica políticas públicas que favorezcan la participación de las mujeres y fortalezcan la diversidad dentro de la industria tecnológica y digital; de la necesidad de implementar acciones afirmativas también dentro de las empresas para ir más allá de los números y alcanzar una

verdadera cultura de la paridad. Y, mientras todo esto sucede, ¿a qué están llamadas las mujeres que quieren hacer parte de la industria? La opinión de las participantes en *Cultura BIT* fue unánime: hay que perder el miedo, hacer conexiones, trabajar juntas para romper las barreras.

“Creo mucho en las conexiones, el networking. Si tú eres una persona que quiere sacar la voz, necesitas una persona que te jale -dijo Paulina Donoso (Ecuador), creadora de la experiencia inmersiva *When silence talks* y líder del clúster de industrias creativas en su país-. Cuando yo hice mi proyecto, tuve la suerte de participar en un festival que se llama *Mediamorfosis* y ahí comprobé que cuando quieres hacer algo debes buscar a alguien que te dé una mano, sobre todo en esta área visual en que no puedes trabajar sola, tienes que trabajar en un proyecto multidisciplinario. Siempre tienes que tener un grupo de personas que están tratando de ayudarte. Es cuestión de atreverse”.

Catalina Escobar aseguró que “tenemos que fomentar una mayor capacidad de tomar riesgos en las mujeres. Desde ese interés por la perfección y la dificultad para arriesgarnos es que nos falta visibilidad”. Y esta mirada se complementa con la de Paulina Donoso: “Me encanta decirle a mis alumnas ‘¿por qué te quedas sentada ahí si tienes tanto potencial? ¡Haz, cuenta tu historia, lánzate! Saca tu voz”.

En palabras de Gabriela Acosta (México), cofundadora del *Grupo MUV*, es cuestión de “acercarte a gente que te pueda llevar, apapachar dentro de cierto camino, acercarte a mujeres como las que estamos aquí para tener una especie de madre adoptiva. Y también acercarte a las personas expertas y no tener miedo de pedirles ayuda, eso es también lo que yo he hecho: llegar y decir ‘¿eres mi mentor, por favor?’ Así es como yo he trabajado y es lo que me da más confianza para creer en mí y en mis capacidades”.

Una de esas mujeres que “apapachan” a otras es Sandra Castro: “Mi trabajo como game changer es empujarlas a hacer cosas. Y eso quiere decir también que sepamos que la podemos embarrar. A nosotras nos cuesta mucho dar el primer paso en el escalón, no queremos fallar. Mi experiencia me ha mostrado que después de un *Game Jam* (maratón de creación de videojuegos) salimos con un estado de creatividad que nos impulsa a crecer nuestro conocimiento. Y puedo decir que en el país ya hay un incremento en el porcentaje

de mujeres en cargos creativos, pasando del 5% al 12%. Incluso, hay un caso de un estudio en Colombia que es cercano al 25%, que es el porcentaje de Europa”.

Jacqueline Hernández (Colombia), gerente y directora del estudio de animación *Trébol* y directora del festival *Caribetoons*, comprende bien la importancia de las conexiones: “Conocimos *GEMA Colombia* y partimos el chochito para entrar. Ha sido una oportunidad muy grande para llegar a encuentros y espacios a los que no habíamos podido llegar desde la región. Mostrar lo que hacemos desde Santa Marta es un gran aporte”. Y así como su proyecto se ha beneficiado al hacer parte de este colectivo, ella y su equipo impulsan el trabajo de otras mujeres: “Nosotras estamos trabajando en ser manager o marketplace de talentos que tal vez no tienen acceso al mercado. Es muy importante tener esos perfiles y más con mujeres porque sí hay muchas animadoras, pero la gente no las conoce. Estamos rodeadas de puros hombres, entonces empezamos esa tarea de buscar mujeres animadoras y capacitarlas. No se trata de reemplazarlos, sino de enriquecer el mercado”.

Con esta visión coincidió Karina Acuña: “Si tú eres una mujer líder en tu entorno, puedes llegar a hacer que otras mujeres se sientan más seguras de sus capacidades. Es fundamental el trabajo de comunidades. Para nosotras es importantísimo tener referentes, la visibilidad de otras mujeres que están haciendo lo mismo que nosotras”.

Y estas opiniones se reafirman cuando escuchamos a Joanna Rivera decir “hay que rodearse de visiones diversas. Yo, por ejemplo, nunca había tenido la oportunidad de sentarme con una persona trans. Los prejuicios mueren en la interacción” o con Martina Ansardi cuando expresa que “siempre que tenemos estos encuentros entre compañeras, salimos más empoderadas”.

### **Diversidades: “lo digital tiene que ser con todes”.**

Decíamos al comienzo que la industria digital es amplia y diversa, y así tiene que ser. Hasta el momento hemos abordado la inclusión de las mujeres en el sector pero, para que sea una inclusión real, es necesario que hablemos de las múltiples diversidades. ¿Qué pasa con la industria si no tiene en cuenta la perspectiva afro, por ejemplo? ¿Si deja por fuera la mirada indígena? ¿Si no abre caminos para que en ella quepan todas las identidades de género? ¿Si

no se pregunta por la participación de mujeres y hombres con discapacidad? Todas estas son barreras que hay que derribar si queremos hablar de una industria verdaderamente inclusiva.

Tendríamos que empezar, por ejemplo, por hablar siempre de mujeres, en plural, porque no existe una sola forma de ser mujer. "Se dijo mucho acerca de lo natural en la mujer, que siempre está centrada en la mujer cis, y también repitieron muchas veces que somos creadoras porque somos entes que engendramos por naturaleza. Acá hay personas que son dueñas de empresas, que tienen emprendimientos, que toman decisiones al respecto y es importante que quede impregnado de la perspectiva trans porque, si no, seguimos reproduciendo este estigma del binarismo, que existen sólo dos géneros y que esos dos géneros tienen características asignadas fijas -llamó la atención Martina Ansardi-. Son estereotipos que hacen que las plataformas no lleguen a la diversidad como corresponde".

"Lo digital tiene que ser con todes. Será con nosotres o no será. Eso es lo bonito: la diversidad, ahí es donde podemos aprender", nos dijo Olowaili Green (Colombia), creadora indígena de contenidos audiovisuales y digitales, cofundadora y gestora cultural de *SentARTE*. "Desde mi visión de mujer indígena, hacer cine es un acto político. Desde el quehacer audiovisual, buscamos que nuestra sociedad respete, entienda y comparta las miradas y cosmogonías de nosotros como pueblos, no sólo los indígenas sino los diferentes pueblos que existen en Colombia. Si conoces otra cultura, le das importancia y la respetas. Si no, la invisibilizas y ahí hay una exclusión".

Para Ninna Marie Ottey (Panamá), activista digital afropanameña, el entorno tecnológico es también un campo para las reivindicaciones. En sus palabras, la suya fue una decisión bastante espontánea: "Fue simplemente ir al buscador de *Google* y darme cuenta del sesgo que existe y los estereotipos que hay en el entorno digital hacia las personas afrodescendientes. Al buscar una imagen de una mujer negra o buscar la palabra afrodescendiente y ver que no lleva las terminologías correctas que nosotros usamos a nivel social o político. Esto fue lo que me llevó a mí a y mis compañeras a crear *Memoria Digital Afro*, para tener ese espacio donde pudiéramos convergir todas las producciones que estamos haciendo para, desde y con nosotras, y también precisamente para jugar un poquito

y combatir esto, jugar con *Google* y el SEO, y empezar a cambiar y mostrar lo que hacemos las personas afrodescendientes en América Latina".

"Hace falta conciencia, esa es la base para vencer cualquier tipo de barrera -indicó Adriana Pulido (Colombia), líder de *Convertic*, proyecto para la apropiación digital en población con discapacidad visual-. Lo que nos hace falta es ver al otro, qué necesita ese otro o esa otra para acceder a los contenidos. Ser conscientes de cómo esa persona quiere ser vista o quiere ser percibida. Para la población con discapacidad es igual: hace falta que nos incluyan, que nuestra voz cuente. Hay mucho mercantilismo acerca de la discapacidad, pero eso no significa que se tenga un conocimiento real. Lo digital va a ser con nosotros el día que se tenga esa toma de conciencia. Mi sueño no es solamente ver en pantalla más personas con discapacidad, sino que estén en posiciones top de la industria creativa, tomando decisiones, creando contenidos; eso toma tiempo".

¿Y cómo lograr que esa inclusión sea real, efectiva? Varias de las expertas invitadas coincidieron en el poder de la cocreación, incluir a las diversas poblaciones en los procesos creativos para que todas las identidades se hagan visibles desde sus propias características y realidades. "Yo veía películas de pueblos indígenas y sentí que nos están representando como no somos. Las historias tienen que ser cocreadas con las comunidades con las que trabajamos", nos dijo Olowaili Green. Por su parte, María Isabel Villa, coordinadora de la Maestría en Comunicación Transmedia de la Universidad EAFIT, habló de su experiencia en la academia: "Hemos generado metodologías como laboratorios vivos, prototipado colaborativo, hemos desarrollado una especie de decálogo para que esto realmente le funcione a la gente. En las universidades siempre creemos que tenemos mucho que enseñar, pero cuando nos damos cuenta de que tenemos mucho que aprender es cuando podemos replicar. Así se trabaja en un medialab: horizontalidad en el conocimiento, el otro no es un destinatario, sino un cocreador".

En este sentido, Martina Ansardi habló de su experiencia con la plataforma *Contratá Trans* en Argentina: "En vez de poner el foco en las personas trans, empezamos a poner el foco en la cultura corporativa. Decidimos capacitar a las empresas para que entiendan cuáles son los protocolos, procesos y normas que tienen que seguir para evitar esa discriminación y ese sesgo. También recurrimos a un colectivo de personas trans para que guiaran cómo se podría

hacer una plataforma de acceso al trabajo para las personas trans. Hay que hacer trabajo de campo, consultar cuáles son sus capacidades y cuáles son los obstáculos. Y es importante también reconocer que cuando se utiliza una comunidad o un colectivo para construir un producto, sea o no vendible, también se tiene responsabilidad con esa comunidad que dio la información para impulsarla y seguir mejorando. Si no, es extractivismo cultural".

Adriana Pulido coincidió en este tema: "Cuando uno está haciendo un ejercicio de creación, es importante recurrir a las fuentes. Asesorarse de personas con discapacidad para asegurarse desde el principio de que haya accesibilidad. En el caso de la web, hay que garantizar que las plataformas donde se van a alojar los contenidos tengan responsive design, no solamente para personas con discapacidad. Pensar en los principios del diseño universal, que la mayor cantidad de personas posible lo puedan usar".

### **Transformación: la razón de todo lo que hacemos.**

¿Para qué sirve todo este desarrollo si no lo enfocamos en transformar realidades? Conceptos como serious games, humanismo digital, tecnología para proteger los conocimientos ancestrales, creatividad con propósito, tienen la respuesta a esta pregunta y amplían el enfoque y el alcance de la industria digital. Tiene que ser entretenida, sí; con una alta calidad técnica, sí; y, además, servir a las personas.

"El humanismo digital lo que plantea es cómo, en medio de toda esta revolución tecnológica, lo más importante es el proceso humano donde quienes creamos la tecnología, quienes la usamos, quienes estamos poniendo este ojo en el futuro somos seres humanos. Por lo tanto, el replanteamiento no es hacer tecnología perfecta o tener los algoritmos mejor desarrollados, sino quiénes estamos creando y desarrollando esa tecnología -nos dice Joanna Prieto-. Humanicemos el desarrollo y esta revolución que estamos teniendo".

"La tecnología, como la economía, tiene la capacidad de regular a las personas, de intervenir en sus vidas, para bien o para mal. Esto quiere decir que no son neutras -nos dijo Martina Ansardi-. La tecnología está creada por personas y estas personas las crean con base en sus principios. Por eso es necesario capacitar a las personas y preguntarnos qué responsabilidad tenemos para modificar esa cultura para que esté más a favor de la diversidad".

El trabajo de Paulina Donoso, en Ecuador, es uno de los que ejemplifican con más claridad lo que estamos diciendo. Su proyecto *When silence talks* es una experiencia inmersiva que busca generar conciencia sobre la violencia sexual. "Empecé el tema porque estaba harta de la violencia sexual hacia la mujer. En mi país es un tema muy fuerte. Y dije 'necesitamos hacer algo al respecto'. Trabajé con un colectivo de mujeres y decidimos crear un juego de realidad virtual en el que las personas experimentan lo que siente una mujer víctima de violencia sexual. Hay un personaje ficticio que representa a una mujer: ella es todas y ninguna. El recorrido empieza en un mundo en el que te presentan lo que se siente al haber sido abusada. Después de transitar por cuatro mundos, al final llegas a un quinto mundo de liberación, que te da esperanza de que puedes salir. Es una inspiración para que las mujeres que han sufrido abuso puedan empezar su proceso de sanación y para que las personas que no lo han sufrido vean otra perspectiva. Así me convertí en una voz segura para las mujeres a nivel mundial".

Esta experiencia se enmarca en la categoría de los serious games, es decir, juegos cuyo propósito va más allá del entretenimiento y se dirigen más hacia lo formativo. "El juego es una herramienta muy valiosa que hemos infravalorado -nos explicó Sandra Castro-. Yo digo que es el santo grial de la comunicación y por eso mismo tratamos de que los desarrolladores de videojuegos repiensen su contenido, que no se metan solamente con la programación, sino que repiensen cada una de las acciones que están generando dentro del juego porque estas mandan un mensaje, quieranlo o no, político. El juego es un espacio seguro de aprendizaje, no solamente porque sea videojuego, sino por las mecánicas que tiene. En un videojuego, por ejemplo, la muerte puede pasar y tú siempre puedes intentarlo de nuevo".

Además de la enseñanza y el aprendizaje, los entornos digitales tienen el poder de acercarnos a otras culturas, de abrirnos ventanas hacia mundos que necesitamos descubrir, de llevarnos hacia el futuro y también hacia el pasado. "Llegué al mundo audiovisual porque sentí que en mi comunidad se estaban perdiendo muchos conocimientos -dijo Olowaili Green-. Por ejemplo, si un sabedor de plantas se muere, se lleva ese conocimiento porque los pueblos tradicionales somos netamente orales. Mi preocupación ha sido querer salvaguardar estos conocimientos". Así también, en palabras de Ninna Ottey, "la tecnología nos está permitiendo ser más empáticos. En estos formatos digitales podemos hacernos

visibles. Por mucho tiempo vivimos en una sociedad que no entendía nuestra pluralidad y los formatos digitales han ayudado a que se den este tipo de aperturas".

Si logramos afirmar que la industria digital ha empezado a contribuir a cambiar el mundo, podremos pensar que vamos por buen camino. Sin embargo, no podemos olvidar la dimensión de los retos que tenemos que afrontar: "Este es un ecosistema con grandes complejidades. Hay retos económicos para la creación y de acceso para el consumo de estos contenidos -afirmó Andreiza Anaya-. Desde Mincultura insistimos en que las acciones afirmativas, los enfoques diferenciales, deben ir acompañadas de las capacidades y los criterios de las mujeres. Si se piensan las narrativas digitales como un entorno protector de las nuevas generaciones, hay que pensarlo en todas las regiones. Y, si hablamos de conexión, si bien decimos que hoy hay mayor acceso, no podemos olvidar que más del 49% de nuestro país está desconectado. En el Pacífico, por ejemplo, sólo el 2% tiene banda ancha. Si entendemos el contexto, el proceso de formación desde lo digital como entorno seguro y protector para fortalecer las agendas de las mujeres, nos toca pensar cómo llegar ahí donde, además, están todas las complejidades sociales".

¿Y qué sucede después de un evento como este? "Lo que está sucediendo es un ejercicio de provocación a partir de *Cultura BIT*, y cuando de provocación hablo de movimiento, la provocación genera acción -nos dijo Andreiza Anaya-. Lo que viene es el desarrollo de procesos de formación con enfoques diferenciales y en clave de acción afirmativa en regiones y territorios que no tienen todas las capacidades fortalecidas y los conocimientos técnicos para estar dentro del sector digital. Y desde el Ministerio esperamos que este espacio de relacionamiento permita que los sectores aquí presentes (empresas, academia, Estado, sociedad civil) puedan interconectarse y fortalecer sus propios proyectos a través de alianzas y creación de redes".

Es claro que aún quedan grandes retos, pero un encuentro como este nos permite ver que hay talento y voluntad para seguir avanzando. "Es sumamente inspirador escuchar las experiencias de mujeres de otras identidades, como Martina, por ejemplo. Me parecen sumamente importantes este tipo de espacios que están impulsando en Colombia, enfocados en digital y género", nos dijo Ninna Ottey. "Todas las mujeres que estamos aquí somos un ejemplo -afirmó María Isabel Villa-. No creo que seamos minoría, lo que pasa es

que no han contado esa historia que necesita ser contada y reconocida. Creo que siempre hemos estado aquí y ahora tenemos un lugar con una silla marcada y eso me pone muy contenta”.

La industria digital tendrá cada vez más sillas marcadas con nombres de mujeres que permanecerán juntas y creando para demostrar que, como dijo Ninna Ottey, “cuando las mujeres nos reunimos es que salvamos vidas”.