

## LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

### PALABRAS CLAVE

VBG – Desarrollo – Políticas – Cambio social – Capacidad de agencia –  
Enfoque de derechos – Empoderamiento de las mujeres – C4SC – TIC

### KEYWORDS

Gender based violence – Development – Politics – Social change – Agency –  
Rights approach – Women's empowerment – C4SC – ICT

### SUMILLA

La violencia basada en género (VBG) es uno de los principales obstáculos al desarrollo. El modelo de comunicación para el cambio social (C4SC) bajo un enfoque de derechos presenta una oportunidad insoslayable para que los comunicadores asumamos la urgencia ética de poner a la comunicación al servicio de políticas públicas que aborden este reto, pero sobre todo, para fortalecer la capacidad de agencia de las mujeres con miras a su empoderamiento. Aquí se superpone el modelo de C4CS al caso del acoso sexual callejero a fin de identificar líneas estratégicas que sirvan para el abordaje de otros casos de VBG desde la comunicación.

### ABSTRACT

Gender-Based Violence (GBS) is one of the most important obstacles in the way to development. The model of communication for social change (C4SC), under an approach of civil rights, presents an unavoidable opportunity for communicators to take over the urgent ethical demand of placing their work at the service of public politics in order to fulfill this goal; but mainly in order to strengthen the women agency in order to promote their empowerment. Here the model of C4SC is overlaid on the case of sexual harassment on the streets, in order to identify the strategic lines that can be used for addressing other cases of gender-based violence.

## MARÍA BEATRIZ ARCE

Licenciada en Comunicación para el Desarrollo por la Universidad de Lima y magíster en Gerencia Social por la PUCP. Tiene especial interés en el uso de las redes sociales como herramienta para avanzar objetivos de desarrollo.

## LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

*Gender remains one of the most challenging development issues because in many countries women are excluded from decision-making and their voices marginalized. Addressing these challenges demands a range of communication efforts: to pressure governments to introduce legal and constitutional changes; communications to and within institutions to remove barriers to women's participation; and to change social and cultural attitudes, both of women themselves and of men who often have power to effect the necessary change, but not the understanding. Media and ICTs can create opportunities for women to empower themselves, to make the case for equality and act together to overcome age-old prejudice and inequity. (Wilson y Warnock 2007: 17)*

El Perú ha experimentado un proceso sostenido de crecimiento económico en la última década, sin embargo este no se traducirá necesariamente en desarrollo humano mientras haya brechas estructurales que sigan manteniendo a vastos sectores de la población en condiciones de marginación.



Las brechas de género se encuentran entre las principales barreras para alcanzar el desarrollo, porque ¿cómo es posible lograrlo si subsisten condiciones que inhiben el ejercicio pleno de derechos de la mitad de la población? Uno de estos inhibidores es la violencia basada en género (VBG). Más aún, “la violencia contra las mujeres es uno de los principales problemas del país”, según un informe de Cladem (Comité de América Latina y el Caribe para la Defensa de los Derechos de las Mujeres) del 2014, y entre las principales dificultades para enfrentarlo señala el “limitado acceso a estadística diferenciada”.

La cita que abre este artículo plantea tres líneas estratégicas principales para contribuir desde la comunicación al abordaje de la VBG:

1. Incidencia política para introducir cambios constitucionales y legales.
2. Comunicación al interior de las instituciones y hacia ellas para remover las barreras a la participación de la mujer.
3. Cambio de actitudes sociales y culturales tanto de las propias mujeres como de los hombres, que suelen tener el poder para impulsar el cambio necesario pero no necesariamente el entendimiento para ello.

En relación con la primera línea estratégica, dado que la información basada en evidencia es la que debe guiar las políticas públicas que ayuden a superar estas brechas, resulta importante hacer referencia a los datos disponibles.

Posteriormente centraremos el análisis en la tercera línea estratégica.

### **ALGUNAS CIFRAS**

La violencia contra las mujeres y niñas es una manifestación de la discriminación de género que impide seriamente sus capacidades de disfrutar sus derechos y libertades en condiciones de igualdad con hombres y niños. Tal vez sea este el abuso de derechos humanos más generalizado en el mundo de hoy, ocurriendo en todos los países. (ONU Mujeres 2013)

Veamos algunas cifras que describen la situación en el Perú:

El Perú ocupa el tercer lugar a nivel mundial en casos de violencia sexual contra la mujer, solo precedido por Etiopía y Bangladesh, según un estudio de la Organización Mundial de la Salud realizado en el 2013.

De acuerdo con un informe de Cepal del 2013, el Perú ocupa el segundo lugar en feminicidio en Latinoamérica. El Ministerio Público reporta 600 casos de feminicidio en los últimos seis años, cifra que podría ser mucho mayor considerando el subregistro debido a que este delito recién fue tipificado como tal en diciembre del 2011.

Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (Endes) del año 2013, 14 de cada 100 adolescentes están embarazadas o ya son madres. En regiones de la selva esta cifra aumenta a una de cada 4 y en las comunidades indígenas de la sierra se llega al 38% de adolescentes embarazadas o que ya son madres.

En Lima, 9 de cada 10 mujeres manifestaron haber experimentado alguna forma de acoso sexual callejero según cifras publicadas por el Observatorio Ciudadano de Acoso Sexual Callejero en el 2013.

### **POLÍTICAS, GÉNERO Y COMUNICACIÓN**

Panos, una red mundial con base en Londres cuyo trabajo busca asegurar que la información se use efectivamente para promover el debate, el pluralismo y la democracia ([www.panos.org](http://www.panos.org)), realizó una investigación para el Ministerio del Desarrollo Internacional (DFID) del Reino Unido sobre los avances en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Básicamente, esta da cuenta de por qué los esfuerzos por el desarrollo no se están dando en la medida esperada para la consecución de las metas de los ODM al 2015. Los hallazgos atribuyen gran parte de este incumplimiento a que los hacedores de política y los expertos del desarrollo no reconocen el rol esencial que la información y la comunicación juegan en el desarrollo.

Tomemos como ejemplo el principal instrumento de política sobre género en el Perú: el Plan Nacional de Igualdad de Género 2012-2017. Dicho instrumento no considera a la comunicación como un componente en ninguno de sus ocho objetivos estratégicos, menos aún la menciona como un eje transversal.

El objetivo 6: reducir la violencia basada en género en sus diferentes expresiones, tampoco hace referencia a elementos comunicacionales en su abordaje.

Llama también la atención que el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, cuya competencia es la transversalización del enfoque de género en las políticas públicas, no considere a la comunicación como un elemento para dicha transversalización.

Asimismo, el reporte de Cladem 2014 señala las

dificultades de los operadores/as de justicia y de servicios para comprender las dimensiones de género, al no tener interiorizados este y otros enfoques suplementarios como el intercultural. Según un reciente estudio sobre el acceso a la justicia de las mujeres en el Perú, el sistema judicial y las autoridades que lo gestionan están fuertemente influenciados por una misma concepción familista que obstaculiza conductas guiadas por una lógica de derechos, de tal manera que por encima del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia prevalecen actitudes y prácticas que buscan preservar la unión familiar y perpetúan los estereotipos de género. (Cladem 2014: 7)

Justamente, en el contexto del cumplimiento de los ODM y su relación con el enfoque de género, se da cuenta de que

las aproximaciones a los Objetivos del Milenio desde un enfoque de género no se limitan al acceso de las mujeres a servicios o espacios antes restringidos para ellas (la educación, la justicia, la salud o la participación política). Más bien, estas apuntan hacia el cuestionamiento de un sistema social estructuralmente excluyente y jerarquizante como la sociedad peruana. (Ruiz Bravo y Rosales 2006: 10)

Contamos con los instrumentos de política, y estos son contundentes:

Desde el enfoque de género se reconoce que la igualdad no solo se orienta al acceso a oportunidades, sino también al goce efectivo de los derechos humanos. El desarrollo con igualdad de género implica desmontar la cultura, los

valores y los roles tradicionales de género que reproducen y mantienen la subordinación de las mujeres. (Plan Nacional de Igualdad de Género 2012-2017)

El marco político es claro en señalar un abordaje de la VBG desde un enfoque de derechos e interculturalidad. La comunicación, la gran ausente, puede sin embargo marcar grandes diferencias en el avance de estas políticas mediante su acercamiento a los ciudadanos. Asimismo, puede ser la portadora de la información necesaria para la gestión con base en la evidencia, tanto cuantitativa como cualitativa.

Los comunicadores tenemos entonces la urgencia ética de hacer relevante la comunicación y ponerla al servicio de los procesos de desarrollo y de cambio de la norma social. Las políticas sin comunicación son letra muerta. Una comunicación sin involucramiento y compromiso termina siendo un adorno.

Por ello, arriesgaremos algunas líneas estratégicas para el abordaje de la VBG desde una propuesta comunicacional, tomando como base el modelo de comunicación para el cambio social (Figuroa *et al.* 2002).

Revisaremos principalmente los procesos de diálogo comunitario y acción colectiva para el cambio de la norma social en relación al acoso sexual callejero. Asimismo, bajo el lente de la capacidad de agencia de Sen (2003), analizaremos el empoderamiento de las mujeres como agentes del cambio social a través de su participación en los colectivos que promovieron este cambio.

#### **EL ENFOQUE: LA CAPACIDAD DE AGENCIA DE LAS MUJERES**

Un enfoque de derechos y de interculturalidad debe considerar la necesidad de incrementar la agencia de las mujeres, abriéndoles espacios seguros para el empoderamiento donde pueden convertirse en “agentes activos de cambio: como promotores dinámicos de transformaciones sociales que pueden alterar tanto la vida de las mujeres como la de los hombres” (Sen 2003: 233).

En tal sentido, es necesario pensar en los colectivos de mujeres que vienen trabajando desde diferentes espacios y con agendas distintas pero articuladas en torno al interés común de eliminar la violencia basada en género.

Asimismo, es importante tomar en cuenta el sentido de identidad que aglutina a estos colectivos y congrega a sus miembros. La potencialidad de construir identidades (Sen 2003) a partir de asociaciones, afiliaciones y otras dinámicas sociales surgidas de la combinación de enfoques, donde las mujeres puedan encontrar pares, o dicho de otro modo, se agrupen en torno a intereses comunes.

...nuestra libertad de elegir la manera en que nos vemos a nosotros mismos —nuestras afiliaciones, nuestras asociaciones, nuestras identidades—. Este es un ámbito en el cual la privación no suele causar la muerte (aunque puede también inducirla...) pero sí puede ahogar nuestra voz, nuestra independencia y nuestra facultad para actuar como ciudadanos políticos de un país —o del mundo—. (Kliksberg y Sen 2007: 31)

Es en la capacidad de agencia de las mujeres donde la comunicación puede encontrar el mayor potencial para diseñar estrategias que ayuden a desmontar paradigmas culturales hegemónicos patriarcales. La capacidad de agencia no solo para afectar sus propias vidas, sino sobre todo para proponer y llevar a cabo cambios paradigmáticos en las estructuras sociales que las han mantenido fuera de los centros de decisión. Entonces,

cambiar la agencia de las mujeres es uno de los principales factores que intervienen en los cambios económicos y sociales, y tanto su determinación como sus consecuencias están estrechamente relacionadas con muchos aspectos fundamentales del proceso de desarrollo. (Sen 2003: ¿?)

### COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

La comunicación para el cambio social (C<sub>4</sub>SC) requiere de un modelo cíclico, relacional y que refuerce el sentido de autoeficacia de las comunidades intervinientes, de tal manera que el impacto no solo se mida en términos de los resultados en el cambio propuesto, sino en relación al empoderamiento de tales comunidades como agentes de cambio (Figueroa *et al.* 2002).

Es en este refuerzo mutuo donde el enfoque de la capacidad de agencia se hace totalmente pertinente en un modelo como el de cambio social.

Del modelo propuesto podemos destacar algunas condiciones que caracterizan a la C4CS y que son relevantes para abordar la VBG:

- **Apropiación:** la sostenibilidad para el cambio social es más factible si los individuos y las comunidades se apropian de los contenidos y los procesos de comunicación.
- **Empoderamiento:** la C4CS debe empoderar a los agentes del cambio, debe ser horizontal, debe otorgar una voz a los miembros no escuchados de las comunidades y estar orientada a la producción de contenidos locales.
- **Diálogo:** el énfasis debe pasar de la persuasión y la transmisión de información desde fuera, al diálogo, el debate y la negociación alrededor de asuntos que “resuenan” en los miembros de la comunidad.
- **Cambio de la norma social:** el foco de la comunicación debe transitar del cambio de comportamientos al cambio de las normas sociales, escalando a políticas, cultura y condiciones que faciliten dicho cambio.

**Gráfico 1**



Elaboración propia.



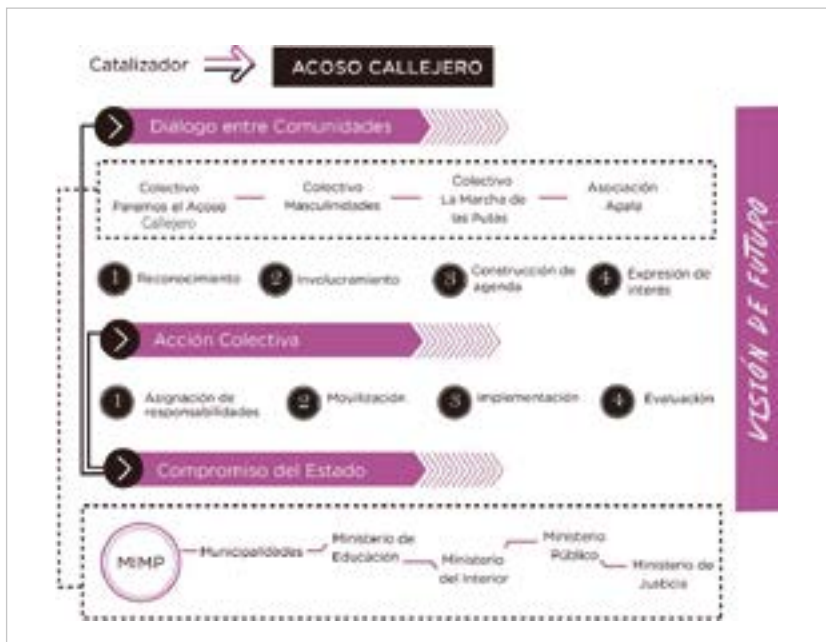
Asimismo, es importante definir “comunidades” bajo este modelo en la medida que el mismo propone que el cambio social se da en el marco de un proceso de doble vía: (i) el diálogo comunitario y (ii) la acción colectiva.

Comunidad es un concepto multinivel en el que puede existir una delimitación geográfica (local, nacional, regional, internacional) o puede darse una dispersión en el espacio y el tiempo donde el hilo conductor es una agenda común, principalmente construida *on-line* mediante el uso de internet.

### ACOSO SEXUAL CALLEJERO: UN CASO EMBLEMÁTICO DE CAMBIO SOCIAL

Tomaremos el caso del acoso sexual callejero no solo por el éxito alcanzado en materia de incidencia política —se logró la dación de una ley (Ley para prevenir y sancionar el acoso sexual callejero en espacios públicos, marzo del 2015)—, sino sobre todo por el cambio que se viene produciendo en la norma social.

Gráfico 2



Adaptación propia con base en el modelo de comunicación para el cambio social.

Como mencionamos, el modelo para el cambio social implica un proceso cíclico y relacional, de tal manera que las etapas definidas en él no se dan necesariamente de manera consecutiva, sino que en muchos casos existe una superposición entre un estadio del cambio y otro. Tal superposición puede darse también entre los niveles de diálogo comunitario y acción colectiva. El gráfico 2 intenta describir cómo operó el modelo en el caso del acoso sexual callejero.

Como se aprecia en el gráfico 2, la concurrencia de una serie de comunidades de interés, representadas en este caso por colectivos, inicia el proceso de diálogo comunitario. En esta etapa es crucial la intervención de un colectivo gestado al interior de la PUCP que luego trasciende los límites del campus y despliega un gran poder de convocatoria.

El proceso se inicia con el reconocimiento del problema. Este hito es sumamente importante ya que sin la toma de conciencia por una o varias comunidades de interés las demás etapas del proceso no se desencadenarían. En el reconocimiento del problema está implícita la identificación de una solución probable. De hecho, el proceso para el cambio social implica una visión común del cambio que se desea realizar. A diferencia de los modelos para el cambio de comportamiento, donde las acciones están orientadas a los individuos, el modelo para el cambio social propone un cambio paradigmático, y es esta su virtud para enfrentar retos como los planteados por la VBG.

Luego del reconocimiento del problema y a partir del involucramiento de las comunidades de interés, se empieza a construir la agenda común, respecto de la cual los colectivos determinarán su nivel de involucramiento y expresarán su grado de interés para dar paso al siguiente nivel, el de la acción colectiva.

En el caso del acoso sexual callejero, el involucramiento de entidades del Estado encargadas de dar institucionalidad a las acciones y compromisos fue fundamental. Destaca también la claridad en la asignación de roles desde la pertinencia de cada una de estas instituciones y colectivos, como se aprecia en el gráfico 3.

**Gráfico 3**

Alianza contra el acoso, actores, roles y compromisos ( Agosto 2014 )		
COMPROMISO	ROL	INSTITUCIÓN
<p>ANCLAR un protocolo de acciones DESARROLLAR acciones informativas BRINDAR asistencia técnica en capacidad reactiva</p>	<p>ESTR. recibir en promoción y protección de los derechos de las mujeres ARTICULAR CREAR ENERGÍA ELEVAR A NIVEL DE POLÍTICA</p>	<p>Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables</p> 
<p>INCORPORAR contenidos INFORMAR en campañas TRABAJAR en futuro</p>	<p>INFORMAR - FORMAR</p>	<p>Ministerio de Educación</p> 
<p>CUMPLIR con funciones de protección y asesoría CREAR un registro DICTAR directivas para el cumplimiento EJECUCIÓN normativa legislativa</p>	<p>PROTEGER - PROMOVER</p>	<p>Ministerio Público</p> 
<p>APROBAR ordenanzas, protocolos, campañas y registros</p>	<p>REGULAR - REGISTRAR</p>	<p>Gobiernos Locales</p> 
<p>FORMULAR y APLICAR protocolos DIFUNDIR directivas en transporte público PRESTAR asesoría legal y técnica REALIZAR campañas</p>	<p>INFORMAR - APOYAR</p>	<p>Municipalidad Metropolitana de Lima Municipalidad Metropolitana de Lima</p> 
<p>PROMOVER campañas DIFUNDIR procedimientos para denuncia CAPACITACIÓN de personal de municipalidad y empresas de transporte</p>	<p>CAPACITAR - INFORMAR</p>	<p>Municipalidad Provincial del Callao Municipalidad Provincial del Callao</p> 
<p>PROMOVER normativas DIFUNDIR procedimientos de denuncia REGISTRO casos COORDINACIÓN con fuerzas del orden</p>	<p>PROMOVER - COORDINAR</p>	<p>Asociación de Municipalidades del Perú</p> 
<p>PROMOVER difusión de mensajes CAMPAÑAS y redes sociales</p>	<p>DIFUNDIR</p>	<p>Empresas de Transporte Público</p>
<p>PORTALECER atención DIFUNDIR mensajes</p>	<p>DIFUNDIR - ATENDER</p>	<p>Autoridad Autónoma del Sistema Eléctrico de Transporte Masivo de Lima y Callao</p> 
<p>DIFUNDIR información del Observatorio MANTENER en vigencia SEGUIR PROMOVENDO conciencia</p>	<p>VIGILAR - DIFUNDIR - PROMOVER</p>	<p>Colectivo Padres el Acoso Callejero</p> 

Elaboración propia con base en el Acta de compromiso de la Alianza para la prevención del Acoso Callejero.

En el proceso de acción colectiva destaca la movilización lograda por los colectivos contra el acoso sexual callejero. Así,

se entiende a la comunicación como el compromiso de las comunidades y los individuos en la producción de significado. Se trata de un proceso horizontal des-institucionalizado y múltiple en que los emisores y receptores desempeñan funciones intercambiables. (Waisborg Servaes 1996)

Esta movilización se vio potenciada por una estrategia multifuncional que combinó de manera dinámica y sinérgica los espacios *on-line*, *off-line* y los medios de comunicación, donde efectivamente los individuos y las comunidades de interés resignificaron prácticas culturalmente aceptadas o toleradas como el acoso sexual, cambiando la norma social a través del refuerzo colectivo.

De esta manera, la gestión colectiva de contenidos en las redes se retroalimentaba de las manifestaciones en el espacio público, las que eran cubiertas por los medios de comunicación aliados para luego devolver contenidos a las redes (gráfico 4).

**Gráfico 4**



Elaboración propia.

### UN FENÓMENO GLOBAL CON RESONANCIA LOCAL

Observemos algunos ejemplos icónicos del impacto de las TIC en el abordaje de casos de VBG: Women2Drive (originado en Arabia Saudita) y The slot walk (originado en Canadá) y su correlato en el Perú, “La marcha de las putas”. Ambos movimientos nacidos del activismo defienden el derecho de las mujeres a moverse libremente en el espacio público sin ser violentadas. En el caso de Women2Drive, el catalizador fue la decisión de una mujer por reivindicar su derecho a conducir un automóvil, práctica que los líderes religiosos musulmanes tienen prohibida en Arabia Saudita. La movilización se inició con la viralización a través de YouTube de un video de la mujer manejando un automóvil.

The slot walk nace en Canadá cuando una niña es agredida sexualmente y la autoridad local relativiza la responsabilidad del agresor trasladándola a la víctima por su forma de vestir. La indignación que generó esta respuesta trascendió las fronteras de la localidad en Canadá hasta convertirse en un movimiento internacional. “La marcha de las putas” es uno de los colectivos participantes en la movilización contra el acoso sexual en el Perú. Veamos algunas de las características de la potencialidad de las TIC en la gestación y consolidación de estos movimientos.

#### *Las TIC y el empoderamiento de las comunidades de interés basadas en género*

- Potencialidad de desatar un diálogo real (*off-line*) y virtual (*on-line*) alrededor de la construcción de una agenda común.
- La posibilidad de generar activismo, y con ello, presión para alterar una norma social.
- Uso de la tecnología como un medio para desatar, dinamizar y fortalecer las acciones orientadas al cambio tanto a nivel de diálogo comunitario como de acción colectiva, basándose en evidencia (por ejemplo, el Observatorio de Acoso Sexual Callejero).
- Generación de contenido desde la gente (*people generated content*), garantizando la total relevancia de los mensajes entre las comunidades de interés.
- Formación de “nodos” o puntos críticos en la circulación de los contenidos mediante la viralización de mensajes.

- Posibilidad de incrementar la agencia de las mujeres abriéndoles espacios seguros para el empoderamiento, donde pueden convertirse en agentes activos de cambio (Sen 2003).
- Potencialidad de construir identidades a partir de asociaciones y afiliaciones (Sen 2003).

### *Capacidad de generar solidaridad de género a través de las TIC*

- Porque la VBG es un problema local pero tiene resonancia global, existiendo una retroalimentación en ambos sentidos.
- Porque se trata de un tema de derechos humanos y como tal tiene pertinencia universal.
- Porque dinamizan las etapas de la C4SC (apropiación, empoderamiento, diálogo y cambio de norma social).

### **SOSTENIBILIDAD DE LOS CAMBIOS**

Cabe preguntarse si sobre la experiencia ganada por estos movimientos internacionales así como por los colectivos en contra del acoso sexual callejero, otros colectivos relacionados con la agenda contra la VBG como “Déjala decidir” pueden generar cambios paradigmáticos en el camino al pleno empoderamiento de las mujeres.

Particularmente, será importante revisar el rol de la comunicación para dar el paso del ejercicio irrestricto de derechos en el espacio público hacia la reivindicación del derecho a decidir sobre el propio cuerpo. Paradójica o sintomáticamente observamos que se ha ganado más terreno en el primer aspecto.

Quizá uno de los aportes más destacados de la experiencia en torno al acoso sexual callejero sea que la mayor prueba de su éxito está en la reafirmación del sentido de autoeficacia de los colectivos que la conforman. Es precisamente a partir de tal sentido que se puede seguir contribuyendo en el fortalecimiento de la capacidad de agencia de las mujeres en otras áreas.

Justamente, el sentido de autoeficacia es uno de los indicadores propuestos por el modelo C4SC para medir el impacto en el proceso de cambio social.

Este tiene que ver con la percepción grupal de que la comunidad ha desarrollado las capacidades para emprender cambios sustantivos. Es este un punto neurálgico donde la capacidad de agencia se reafirma y contribuye al empoderamiento de las mujeres.

Frente a la urgencia ética de abordar la VBG como un reto para el desarrollo, la contribución desde la comunicación encuentra interesantes experiencias para el aprendizaje y la gestión del conocimiento basado en evidencia. Como comunicadores debemos también reforzar nuestro sentido de autoeficacia.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

2013 Informe anual del Observatorio de Igualdad de Género (OIG) de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

### **COMITÉ DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS MUJERES**

2014 Informe alternativo al sétimo y octavo informe periódico del Estado peruano para el 58 período de sesiones del comité CEDAW (UN Women Convention on the Elimination of all Form of Discrimination against Women). CLADEM Perú.

### **FIGUEROA, María Elena, Lawrence KINKAID, Manju RANI y Gary LEWIS**

2002 “Communication for social change: an integrated model for measuring the process and its outcomes”. Communication for Social Change Working Papers Series, número 1. Rockefeller Foundation.

### **KLIKSBERG, Bernardo y Amartya SEN**

2007 *Primero la gente, una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Barcelona: Ediciones Deusto.

### **ONU MUJERES**

2013 *Un objetivo transformativo e independiente para lograr la igualdad de género, los derechos y el empoderamiento de las mujeres*. Nueva York: ONU Mujeres.

### **RUIZ-BRAVO, Patricia y José Luis ROSALES (editores)**

2006 *Género y metas del milenio*. Lima: PNUD, UNIFEM, UNFPA.

**SEN, Amartya**

2003 *Desarrollo y libertad*. Bogotá: Editorial Planeta.

**SERVAES, Jan**

1996 “Communication for development in a global perspective: the role of governmental and non-governmental agencies”. *Communications*, volumen 21, número 4, pp. 407-418.

**WAISBORD, Silvio**

s/f “Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo”, preparado para la Fundación Rockefeller.

**WILSON, Marky Kitty WARNOCK**

2007 *At the heart of change, the role of communication in sustainable development*. Londres: Panos.