

Palabras para ● cambiar vidas



- Una campaña que sana las heridas y
- genera cambios

“Cartas de mujeres” fue una campaña iniciada en Quito – Ecuador con el reto de visibilizar la violencia que viven las mujeres en su cotidianeidad y priorizar su prevención y combate en la agenda pública. Los logros alcanzados con esta iniciativa trazaron el desafío de su regionalización. Perú fue el país que asumió el reto buscando generar consciencia pública sobre todas las formas de violencia contra las mujeres, desde las más sutiles hasta las más extremas como los feminicidios, y sus consecuencias nefastas a todos los niveles.

La campaña es una acción preventiva e inclusiva que convocó a todas las personas, de todas las edades y de todos los lugares del país: mujeres, hombres, adolescentes, niñas y niños; de todas las extracciones sociales, geográficas y culturales a escribir cartas como una herramienta para visibilizar, sensibilizar y denunciar la violencia contra las mujeres y las niñas.

Las cartas firmadas, anónimas o con seudónimos, tomaron distintas formas: escritas, habladas, dibujadas, lo importante era manifestarse y expresarse. Fueron recolectadas en puntos de escritura, situados en lugares estratégicos; en talleres que se constituyeron en espacios de reflexión; mediante buzones, ubicados en instituciones de la capital y provincias; y a través de un entorno web interactivo que incluyó facebook y twitter.



- Una luz se expande desde Quito

En el marco del Encuentro Regional “Del Intercambio al Cambio”, espacio para la difusión y el intercambio de buenas prácticas para prevenir y erradicar la violencia hacia las mujeres, arribó a Lima, el 18 de setiembre de 2012, una luz proveniente de Quito. Así, la coordinadora residente del Sistema de Naciones Unidas en Perú, Rebeca Arias y la Directora del Programa Regional ComVoMujer/GIZ, Christine Brendel, entregaron a la alcaldesa de Lima, Susana Villarán y a la Concejala de Guayaquil, Cristina Reyes; respectivamente, una antorcha que simbolizaba el pase de posta de la Campaña a las ciudades de Lima y Guayaquil.



Fue en este evento que ambas funcionarias expresaron su compromiso político de liderar esta iniciativa en sus importantes ciudades. Además, desde un inicio plantearon la necesidad de generar una amplia convocatoria, llamando a todos los sectores sociales a involucrarse y comprometerse para el éxito de la misma.



- Tomando la plaza una noche
- para celebrar a las mujeres

En Perú, el lanzamiento oficial de la Campaña se realizó el 24 de noviembre, en la víspera del Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer, con un gran concierto en la Plaza Mayor de Lima, **“Noche de Mujeres”**, en el que se presentaron artistas nacionales e internacionales.

La Alcaldesa de Lima fue la anfitriona de este evento al que asistieron; además de autoridades nacionales como la Ministra de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, la Vice Ministra de la Mujer; el primer Secretario de la Embajada Alemana, una representante de Alemania del Ministerio de Cooperación (BMZ) representantes de la cooperación internacional, de los medios de comunicación, de la sociedad civil y empresas del sector privado, que desde el primer momento se comprometieron con la meta de promover una vida libre de violencia para las mujeres.

La “Noche” permitió a las mujeres adueñarse del espacio público y compartirlo con hombres que manifesten expresamente su rechazo a la violencia. La Plaza se convirtió en un espacio seguro para disfrutar de expresiones artísticas, culturales y espectáculos internacionales gratuitos. Hubo poesía, graffitis, mimos, teatro y estilistas del “Grupo

Montalvo” atendiendo a las miles de personas, especialmente mujeres, que se dieron cita.

Se colocaron 10 módulos de escritura durante todo el evento, lográndose recolectar más de 1.500 cartas en una noche memorable y medular para una campaña pública que rechazó masivamente toda forma de violencia contra las mujeres.

- Potenciando el movimiento:
- Una alianza no suma, ¡multiplica!

La puesta en marcha de la campaña fue bastante rápida dado que tuvo prevista una corta duración. La campaña concluyó el 08 de marzo del 2013, casi cuatro meses después de su lanzamiento, con la entrega pública a las autoridades de un documento político que expresó las demandas de las mujeres recogidas en las cartas.

Contando con un tiempo corto de ejecución, uno de los puntos medulares y de sus factores de éxito fue involucrar a más de 50 entidades que se comprometieron con un interés común: contribuir a fomentar una cultura de tolerancia cero a la violencia contra las mujeres. Todas ellas realizaron acciones independientes o conjuntas, aportaron recursos y le dieron a la campaña la exposición pública que requería.

Se debe ahora agradecer la visión estratégica de estas instancias que, más allá de cualquier diferencia, lograron articularse en aras de aportar al cumplimiento de un interés superior. Se destaca, en particular, la participación y el aporte sustantivo de:

Desde el Estado: Municipalidad Metropolitana de Lima, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), la Defensoría del Pueblo, la Mesa de Mujeres Parlamentarias Peruanas (MMP), el Banco de la Nación, el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), Municipalidad de Miraflores, Municipalidad Distrital de San Miguel y la Marina de Guerra del Perú.

Desde la cooperación internacional : La Cooperación alemana implementada por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ),



Fondo Fiduciario de las Naciones Unidas para Eliminar la Violencia contra la Mujer, ONU Mujeres, Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), Campaña ÚNETE del Secretario General de las Naciones Unidas para poner fin a la Violencia, la Mesa de Género de la Cooperación Internacional (MESAGEN), la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Unión Europea, la Cooperación Belga al Desarrollo, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID Perú) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Desde los medios de comunicación y grupos editoriales:

Grupo El Comercio, Grupo ATV, Grupo RPP Noticias, Revista Stakeholders, Grupo Editorial Santillana, Grupo Planeta, Caja Negra y Mapcity.com.

Desde el sector privado: Laboratorios Bagó del Perú, Montalvo Group, C.C. MegaPlaza, BELCORP y Taller de Fotografía Profesional.

Desde la sociedad civil: Asociación Pro Derechos Humanos (APRODEH), Centro de Culturas Indígenas del Perú (CHIRAPAQ), Estudio para la Defensa de los Derechos de la Mujer (DEMUS), CMP Flora Tristán, Instituto de Defensa Legal (IDL), Movimiento Manuela Ramos (MMR), Asociación de Comunicadores Sociales (CALANDRIA), Red Nacional de Promoción de la Mujer (RNPM), Musas Inspiradoras de Cambios y Consultores en Planificación (COPLAN).

Desde la academia: Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Universidad del Pacífico (UP), Universidad de San Martín de Porres (USMP), Universidad Inca Garcilaso de la Vega (UIGV), Instituto Cultural Peruano Norteamericano (ICPNA), Alianza Francesa, Asociación Cultural Peruano Británica, Corporación Educativa Pamer, Universidad Antonio Ruiz de Montoya y Universidad San Ignacio de Loyola (USIL).

Asimismo, la campaña expresa su gratitud a importantes líderes de opinión que participaron como voceros y voceras de la campaña: Baldomero Cáceres, Ángel Calvo, Katia Condos, Claudia

Dammert, Luis Davelouis, Fito Espinosa, Gustavo Rodríguez, Federico Salazar, Javier Torres Seoane, Ana Trelles, Diego Trelles y José Miguel Valdivia. También fueron voceras de la Campaña, las dos cantantes internacionales que participaron en la Noche de Mujeres: Andrea Echeverri y La India.



● Rompiendo el silencio: ● Espacios y mecanismos para la escritura de cartas

Para tratar públicamente un tema que provoca profundas emociones, sentimientos, pensamientos y reflexiones en torno a la violencia contra las mujeres, previo al inicio de la campaña se tuvo que capacitar y entrenar a un equipo de cerca de 30 personas, entre talleristas, editorialistas, documentalistas, especialistas en medios de comunicación y redes sociales así como profesionales de apoyo técnico-administrativo.

Este grupo humano coordinó permanentemente con el equipo del Programa Regional ComVoMujer/GLZ en Perú, el que le brindó asistencia técnica a lo largo de toda la Campaña.

Se instalaron **283 puntos de escritura** entre fijos y móviles, ubicados en lugares estratégicos, abiertos al público como centros comerciales, campus universitarios, ferias, entre otros. De la misma manera,

se llevaron a cabo **83 talleres** de información y **19 charlas taller** de sensibilización. Además, se realizaron **107 incursiones urbanas**, animando a las personas a escribir cartas en diferentes instituciones educativas y públicas.

También se recopilaban cartas a través de la **plataforma virtual** diseñada para la campaña: www.cartasdemujeres.pe, que recibió 6.725 visitas y cuyos contenidos fueron vistos en 15.756 ocasiones.

Además se alojaron enlaces de videos de **Youtube**: en: <http://www.cartasdemujeres.pe/?cat=24>, que alcanzaron **10.193 reproducciones**.

Facebook: www.facebook.com/CartasdeMujeresPe con **2.415 fans** y;

Twitter: www.twitter.com/CartasdeMujPe, con **164 seguidores/as**.

El uso de redes sociales generó espacios para que muchas personas se animaran a comentar, opinar y compartir sus testimonios.

Youtube:

<http://www.cartasdemujeres.pe/?cat=24>
10.193 reproducciones.

Facebook:

www.facebook.com/CartasdeMujeresPe
2.415 fans

Twitter:

www.twitter.com/CartasdeMujPe,
164 seguidores/as.



"Amo a mi cuerpo sin dolores aunque me cuesten amores"

- Las otras formas de expresión:
- Imágenes que enseñan y conmueven

El equipo de documentalistas produjo material audiovisual de todo el proceso de la campaña. Los aproximadamente **70 videos producidos** fueron tomados en talleres, puntos de escritura e incursiones urbanas en Lima, Arequipa y Chimbote; también se elaboraron videos tutoriales para sensibilizar sobre el tema, spots publicitarios con la Mesa de Mujeres Parlamentarias, las vocerías y la canción de la campaña "Amo mi cuerpo sin dolores"; así como videos y documentales de cierre tanto para la exposición museográfica en el Centro Cultural de España como para el evento paralelo en el marco de la 57 Sesión de la Comisión sobre el Status de la Mujer en Nueva York.

La utilización del video permitió ampliar las formas de expresión del público, a través de la realización de "**Cartas habladas**".

Dada la sensibilidad del tema, se fijaron lineamientos éticos, acordándose que en todo momento se trataría de mantener distancia visual de las personas y se abstendría de generar tomas con expresiones demasiado artísticas. Es decir, que se buscó generar otro canal de expresión, con imágenes respetuosas de las personas participantes.

Todo el material audiovisual, incluyendo las más de **4.500 fotos** producidas, se subió, difundió y promovió a través de medios virtuales y todavía se encuentra disponible en: <http://www.cartasdemujeres.pe/?cat=20> y en: <http://www.cartasdemujeres.pe/?cat=25>

- El ingrediente indispensable:
- Cobertura mediática

La alianza estratégica con los medios de comunicación, tres de ellos con una innegable alta cobertura y alcance: **el Grupo El Comercio, el Grupo ATV y el Grupo RPP**, permitió que fuera una campaña participativa e interactiva. Estas alianzas garantizaron una visibilidad indispensable para que el público conociera, entendiera y se identificara con la campaña.

Otro factor que contribuyó a la visibilidad fue la activa participación de **12 voceros y voceras de la campaña**, que filmaron **spots publicitarios**, invitando a las mujeres liberarse de la violencia y a los hombres a rechazarla en todas sus manifestaciones. Escritores/as, artistas, diseñadores/as y periodistas, hombres y mujeres, reconocidos/as en el medio, hicieron suya la lucha contra la violencia hacia las mujeres, dieron a conocer la campaña e invitaron a todas las personas a escribir una carta.

Fue precisamente esta misma visibilidad la que hizo posible que otros medios también cubrieran la campaña, manteniendo informado al público de forma sostenida especialmente en momentos sustanciales como el pase de posta, la conferencia de prensa pre-lanzamiento, la noche de mujeres y la muestra museográfica, además de información periódica sobre los avances y objetivos de la misma, mediante la emisión de noticias y entrevistas.

Todo ello permitió que la campaña alcanzara una difusión y publicidad valorizada en **más de medio millón de nuevos soles**, que de ser pagada, no hubiese sido posible solventar. Fueron **más de 50** apariciones en medios, incluyendo **12 entrevistas** en televisión y radio, así como **noticias** y entrevistas en periódicos, revistas y páginas virtuales, y un **encarte** difundiendo todo el contenido y objetivos de la campaña.

- Leyendo y procesando las miles de
- historias compartidas

Recopilar, procesar y sistematizar las cartas para hacer visibles las palabras de las mujeres fue un trabajo

arduo y riguroso. A cada una de las cartas se les asignó primero un código que permitía identificar su procedencia: el lugar, la institución o grupo solicitante; la modalidad en la que se produjo: taller, punto de escritura, incursión urbana, etc.; la fecha de ingreso al centro de acopio y el número de buzón utilizado para el traslado.

Luego de su codificación, las cartas pasaban a ser categorizadas de acuerdo a unos parámetros establecidos por el equipo editorialista, para que, finalmente, todas las historias narradas pasaran a convertirse en información acumulada y sistematizada, en datos, que luego de ser analizados pasaban a transformarse en evidencias y demandas.

El resultado fue un informe, de corte académico, donde se presentan los hallazgos recogidos de las miles de voces que se animaron a participar en la campaña, expresando la violación del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia así como las demandas de justicia frente a este flagelo. El documento permite observar, a través de cada uno de los episodios narrados por sus protagonistas:

mujeres, hombres, niñas y niños, el reflejo de una realidad cotidiana plagada de violencia para las mujeres, en una sociedad que tiende a ocultarla, naturalizarla y, en algunos casos, incluso justificarla.

● Revelando las heridas para renacer: ● La exposición museográfica

El 8 de marzo del 2013 con el motivo de celebrar el Día Internacional de la Mujer, en el Centro Cultural de España, se llevó a cabo la exposición museográfica de la campaña “Cartas de mujeres”.

Cartas, dibujos, fotos y videos formaron parte de una muestra que exhibe por un lado el proceso y las metodologías seguidos en la campaña, y del otro los testimonios de una violencia experimentada o atestiguada por todas las personas. El concepto artístico buscaba que, sin hacer una dicotomía ética entre buenos y malos, se reconozca la violencia dentro de sí mismo/a, las maneras cómo se sublima la violencia y la necesidad de transformarla en potencial compasivo y creativo.



Para ello, en cada sala, se experimentaron distintas maneras de identificarse con los testimonios y de dejar los propios. Se motivó así, desde la sensibilidad artística, el compromiso personal por evitar, combatir y denunciar la violencia hacia las mujeres y por avanzar hacia una sociedad más justa, solidaria y humana.

La inauguración de la exposición comenzó con una ceremonia que contó con la participación especial del Sr. Juan Carlos Sánchez, Embajador de España y anfitrión del evento, y del Sr. Joachim Christoph Schmillen, Embajador de la República Federal de Alemania. Participaron también representantes de la cooperación internacional y de cada una de las entidades aliadas en la campaña.

Al término de la misma, se hizo una entrega simbólica a la representante de la Municipalidad de Lima, al representante del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), así como a los representantes de los medios de comunicación, en calidad de veeduría, de las demandas expresadas por las mujeres, hombres, niños y niñas que valientemente participaron a lo largo de la campaña en sus casi cuatro meses de duración. La inauguración concluyó con el “corte de la cinta” del ingreso a la muestra, realizándose a continuación una primera visita guiada, a cargo de la curadora.

La muestra estuvo abierta al público hasta el 31 de marzo del 2013 y la información completa sobre la ceremonia y la exposición pueden ser vistos en: <http://www.cartasdemujeres.pe/?p=334>.



● Historias únicas: El libro “Cartas de mujeres Perú”

La campaña recogió historias de vida de mujeres, hombres, niñas y niños alrededor de la violencia contra las mujeres. Las palabras de estas historias son potentes, desgarradoras y pueden convertirse en escudos para la defensa de los derechos de las mujeres.

No se debe perder de vista que esta campaña transmitió voces, voces reflejadas en palabras de mujeres que sufren y que, en muchos casos por primera vez, refugiadas en el anonimato, se atrevieron a verbalizar un “terrible secreto”, convirtiéndose así la escritura en un acto liberador. Ese solo hecho, al margen de cualquier número o análisis académico, ya es digno de ser valorado en su real dimensión.

Por ello, en alianza con la **Unión Europea**, el **Grupo Editorial Santillana** y la **Municipalidad Metropolitana de Lima** y como último producto de la misma, se publicó el libro “**Cartas de mujeres Perú**”, un libro que descarna la realidad de la violencia contra las mujeres y el dolor que ocasiona. Es un libro que susurra, recuerda, cuestiona y demanda, que espera ser leído atentamente y que convoca a dar el siguiente paso.

Se introduce al lector o la lectora, a cada parte del texto, mediante narraciones de algunas personalidades del mundo de las letras y el periodismo, para luego abordar, a través de testimonios de “ellas” y “ellos”, las violencias que han sufrido las mujeres a lo largo de su ciclo vital.



● Historias de vida recurrentes que se transforman en evidencia

Durante la ejecución de la campaña, entre noviembre del 2012 y marzo del 2013, se recibieron **14.687 cartas a nivel nacional**. Del universo de cartas recolectadas el 88,6% fueron de Lima y el resto de otras regiones del país. El 60% fueron escritas por mujeres, adolescentes y niñas, un 20% por varones y niños el resto no indicó sexo. El mayor número de cartas provino de mujeres y varones adolescentes y jóvenes, entre los 13 y 25 años. Más del **50%** de cartas fueron **autorizadas para publicarse**.

Las cartas evidenciaron que la violencia contra las mujeres es una **práctica generalizada** en la sociedad peruana, que se encuentra naturalizada y tiene impactos en la salud física, sexual y mental de las mujeres.

La violencia hacia las mujeres **se identifica claramente desde la infancia**. Durante la realización de talleres los/as niños/as produjeron cartas a través de dibujos, con manifestaciones ligadas casi siempre la violencia doméstica que destacaba por su explicitación y crudeza. Los niños y niñas la conocen tempranamente en su ser más cercano: su madre. Asocian violencia física con el “golpe”, violencia psicológica con el “grito” y la violencia sexual con la “violación”. La violencia también la experimentan ellas/os en episodios recurrentes de maltrato por parte de su padre, padrastro, madre o algún familiar cercano. Se percibe en sus cartas que la violencia es aprendida y se aprende en casa, identificando al hombre como agresor y a la mujer como su víctima, que la violencia es “mala” y también que la violencia “mata”.

Los/as adolescentes buscaron espacios menos públicos para exponer sus dudas y sentimientos. En el caso de los/as adultos/as mayores se pudo identificar casos en los que sufren violencia al interior de sus hogares sin contar con espacios donde poder denunciar o ser escuchados. Las mujeres que participaron de los talleres mostraron desconfianza frente a las autoridades para combatir la violencia, en algunos casos se mostraron resignadas e incrédulas frente a la posibilidad de una vida libre de violencia.



La desvalorización permanente de la mujer por parte de su agresor ha sido evidenciada en las cartas como una de las formas de violencia que deja mayores secuelas en la salud mental de las mujeres. Esta violencia psicológica puede ir acompañada o no de violencia física. Los insultos recurrentes están referidos a su valía personal, la burla o crítica a su apariencia física (no se sujetan a las normas o cánones de belleza existentes), el menosprecio de su intelecto, su desempeño sexual y los que explotan su miedo al abandono y la soledad.

La violencia sexual sigue siendo un episodio doloroso y difícil de expresar por las víctimas, se prefiere hablar de lo ocurrido a otras. En algunos casos es el temor a que le pueda ocurrir algo a sus familiares lo que las limita a denunciar. El abuso sexual o intento de violación muchas veces ha estado presente en la infancia, teniendo al agresor en el entorno familiar: el padre, padrastro, cuñados, primos, tíos, hermanos, hermanastros y abuelos.



Los “piropos subidos de tono”, los tocamientos en el bus, las miradas lascivas fueron expresados en las cartas como conductas cotidianas que volvían agresivo el entorno de las mujeres en el ámbito público. El acoso sexual callejero afecta a niñas, adolescentes y a las mujeres en general. El acosador puede ser cualquier persona, independientemente de su profesión u oficio, y basta con ser mujer para experimentarla.

La violencia económica más mencionada es el incumplimiento del padre con la manutención de los hijos/as, condenando a la madre a jornadas extensas de trabajo, a la precariedad económica y a pasar penurias con sus hijos/as. Los costos del proceso, la reducida pensión recibida, la impunidad cuando no cumplen con la manutención y la complicidad del sistema judicial con el padre irresponsable hará que se violenten permanentemente los derechos del/a menor/a y la de la madre.

Otro tema denunciado, es que la manutención de los/as hijos/as es utilizado como un chantaje para obtener favores sexuales (generalmente cuando están separados). También se encontraron casos de obstrucción laboral de parte de las parejas de algunas mujeres, presionando para que renuncien, impidiendo que culmine con sus estudios, denigrando la labor que realiza, causándoles problemas en su centro de labores o impidiendo cualquier posibilidad de trabajo fuera de casa.



● Demandas y propuestas para cambiar ● patrones que dañan vidas

Las cartas evidenciaron que, en todas las etapas del ciclo de vida de las mujeres: desde el embarazo, la infancia, adolescencia y la adultez, se ha experimentado violencia en sus diversas formas. Más aún, que ésta se encuentra tan naturalizada, que la impunidad es una constante para la mayoría de quienes se atrevieron a denunciar.

Frente a esta situación las **principales demandas** de la población a sus autoridades fueron:

1. Voluntad política para generar una respuesta frontal e integral de lucha contra la violencia hacia las mujeres por parte de todas las autoridades y desde el más alto nivel. Para producir cambios concretos en la vida de las mujeres, llevando adelante políticas públicas concertadas e integrales que generen confianza y resultados en la detección y atención temprana e inmediata de los casos de violencia contra las mujeres. Con ello velar por el cumplimiento de las normas nacionales e internacionales que reconocen los derechos fundamentales de las mujeres, específicamente el de una vida libre de violencia y discriminación.

2. Formación y sensibilización de los y las funcionarios/-as y servidores públicos vinculados con la prevención, atención, protección y sanción de la violencia contra las mujeres. El enfoque de derechos y la debida diligencia deben estar presentes en todos los programas y servicios, para evitar la re-victimización y naturalización de la violencia, que genera limitaciones en el acceso a la justicia para las mujeres y la existencia de una impunidad institucionalizada.



3. Incorporar en el sistema educativo, formal e informal, la prevención de la violencia contra las mujeres

desde las edades más tempranas. La comunidad educativa en su conjunto, debe convertirse en agente de prevención y cambio. Se deberá sancionar toda acción que reproduzca comportamientos discriminadores hacia las mujeres, agresiones contra las alumnas y compañeras, tanto físicas, sexuales, psicológicas como simbólicas. Es decir, dejar de reproducir estereotipos que otorguen mayor valor a los hombres que a las mujeres, tanto en la currícula formal como en la expresada por los propios educadores/as.

4. Realizar campañas que desmitifiquen al hogar y a las familias como espacios seguros para las mujeres

si no que llamen a estar atentos y atentas a las graves violaciones de derechos contra las mujeres que ocurren en estos ámbitos.

5. Todas las campañas públicas deben tener mensajes claros que contribuyan a derribar mitos, especialmente:

- a. Aquellos que eximen de responsabilidad al agresor respecto de su conducta violenta y por ende no son parte del problema ni de su solución.
- b. Aquellas que culpan a las mujeres haciéndolas responsables de la violencia de la que son objeto.
- c. Aquellos que señalan a las mujeres como quienes tienen la obligación de salir de esta situación sin tener en cuenta el grave daño que la violencia les produce a nivel individual.

Los mensajes deben señalar claramente que eliminar la violencia contra las mujeres es un asunto público que le concierne a toda la sociedad y no sólo a las mujeres afectadas.

6. Sancionar y erradicar el acoso sexual callejero

por ser una forma de violencia contra las mujeres en el espacio público. Estableciendo mecanismos eficaces de prevención, denuncia y protección efectiva a las mujeres. Se debe tener en cuenta que no solo es un problema recurrente y habitual sino que puede ser la puerta de entrada para casos de violación sexual, cuya prevención puede generar



mejores resultados para una vida libre de violencia contra las mujeres.

7. Promover una política pública que brinde atención en salud integral, que incluya salud mental,

para las mujeres que atraviesan o han atravesado historias de violencia, así como a su entorno cercano, enfrentando de manera adecuada este grave problema de salud pública.

8. Incorporar a los hombres y a los niños

en las políticas de prevención de la violencia contra las mujeres a fin de que, además de reconocer los derechos de las mujeres, no sean cómplices de los agresores sino promotores de cambio para una sociedad más justa y equitativa.

9. Involucrar a todos los sectores de la sociedad en la lucha por la erradicación de la violencia contra las mujeres

a fin de que los impactos de las campañas, de las medidas y políticas aplicadas se vean multiplicados y fortalecidos desde todos los ámbitos de la sociedad. Que no haya espacio donde los agresores se sientan cómodos y libres para ser violentos con las mujeres.

10. Promover la participación

de las mujeres en el diseño, seguimiento, monitoreo y evaluación de las políticas públicas destinadas a prevenir, atender, proteger, sancionar y erradicar la violencia de género.

Cartas de Mujeres Perú quiere expresar una vez más, su más sincero agradecimiento, a las instituciones y personas que participaron, de muy distintas maneras y cumpliendo diversos roles, a lo largo de la campaña. Todas ellas, provenientes de diferentes sectores sociales pero compartiendo una firme voluntad política, se comprometieron con esta ambiciosa iniciativa común por un mundo libre de violencia para las mujeres.

Un agradecimiento particular a quienes fueron el centro de la campaña, las personas que con mucha valentía, lograron dar a las y los demás, el invaluable regalo de su experiencia de vida reflejada en palabras.

