La CCL se suma a la campaña «Me alejo porque te quiero»

La pandemia de la **COVID- 19**, que tanto danõ causo´en la salud mundial, ha hecho que las personas nos planteemos una nueva normalidad donde el distanciamiento fıśico real sera´la principal medida de prevencioń de contagio, porque el virus seguira´presente. En ese contexto, la **Asociacioń de Empresas de Disenõ del Peru´(ADN**̃) ha puesto en marcha "Me alejo porque te quiero", una campanã de cultura ciudadana que pretende concienciar sobre el distanciamiento fıśico y social, haciendo que ese alejamiento sea la senãl maẋima de carinõ y preocupacioń.

> *"Acercarnos a las personas, darles la mano o besarnos es en nuestro pai´s una sen˜al de afecto y carin˜o; forma parte de nuestro ADN. Sin embargo, hoy en di´a es indispensable que cambiemos este comportamiento pensando justamente en el carin˜o que tenemos a quienes ma´s queremos", sen˜ala **Xabier Di´az de Cerio**, CEO de Fa´brica de Ideas, miembro de **ADN**˜.*

En ese sentido, **Diáz de Cerio** agrega que hace un mes todos los creativos de las nueve empresas de disenõ que conforman ADN˜ percibıán que, a pesar de los esfuerzos por mantenernos en cuarentena, la curva de contagios no se deteniá y que se debıá a que no todos estaḃamos evitando el contacto social; ya sea por necesidad o por razones culturales.

> *"Una tarde de abril nos reunimos a trave´s del Zoom para generar una tormenta de ideas que dio como resultado esta*

*campan˜a. Salio´ el primer concepto que maduramos en las siguientes dos semanas. Despue´s, lo aterrizamos en piezas visuales y buscamos la aprobacio´n te´cnica de las autoridades sanitarias y el apoyo de otras instituciones sensibles con la situacio´n”, explica **Xabier Di´az de Cerio**.*

El objetivo es llegar a todo el país

La campañ tiene como principal finalidad comunicar de una manera clara, directa e impactante que la distancia social es clave para que no se incrementen los contagios y que no se pongan maś vidas en peligro. Por ello, en **ADN˜** sumaron esfuerzos para llevar a cabo una serie de mensajes que motiven a un cambio de actitud. En el fondo se trata de una campañ de cultura ciudadana que implica reforzar valores, cambiar comportamientos y normas compartidas que faciliten la convivencia bajo la situacioń actual y futura.

Es muy importante resaltar que la campañ ha sido concebida como una donacioń para que pueda ser utilizada por todas las instituciones públicas o privadas, empresas y ciudadaniá en general, que quieran sumar esfuerzos entorno a su mensaje. Para eso se ha habilitado una página web –www.mealejoporquetequiero.com– donde cualquier persona puede descargar los archivos para que pueda utilizarlos.

La CCL ya difuende la campaña con sus colaboradores

“Solo pedimos que sean responsables respetando los derechos de creacio´n y difundiendo el mensaje en el contexto de la COVID-19. Pretendemos que llegue hasta los espacios de mayor aglomeracio´n de personas como mercados, bancos y vehi´culos de transporte pu´blico. Por eso, lo primero que hemos desarrollado son afiches, banderolas y pasacalles. Pero tambie´n pensamos que las redes sociales son un medio complementario para concienciar a la ciudadani´a. Una vez lanzada, sera´ la sociedad civil organizada quien haga suya la campan˜a y proponga, a partir de nuestro trabajo, nuevas formas de llegar hasta el u´ltimo rinco´n del pai´s”, advierte el representante de **ADN**˜.

El compromiso de la CCL

La **Camara de Comercio de Lima** (**CCL**) espera que en breve todos los sectores economicos reinicien sus actividades, pero eso pasa por la necesidad de que las empresas se organicen con los protocolos necesarios y obtengan las autorizaciones del caso; pero también comprende que la poblacioń tome consciencia de las nuevas normas de convivencia y poner una barrera al contagio. Es en ese marco es que nuestro gremio se suma a la campanã “Me alejo porque te quiero”.

> *“Nos parecio´ una gran y generosa idea que ADN˜ haya disen˜ado esta campan˜a de distanciamiento social que lo que*

*hace es advertir a las personas, de manera muy empa´tica, que mantener una separacio´n adecuada dentro de su rutina diaria, principalmente en la calle, obedece a cuidarnos todos. El mensaje es porque me importas mantengo una distancia, porque te quiero me alejo", destaca **Herna´n Lanzara**, director institucional de la **CCL**.*

Agrega que ya la **CCL** empezo´a difundir la iniciativa de ADN˜ entre sus colaboradores para que la adopten y, a la vez, la compartan con su familia, amigos y en sus actividades, conforme vayan regresando a sus labores. "Ademaś, estamos contribuyendo a la difusioń de la campañ entre nuestros asociados para que la pongan en praćtica; es la principal medida de proteccioń antes que se encuentre una vacuna. Se trata de un compromiso de la CCL para con nuestros colaboradores, nuestras familias, con la comunidad y con el paıś en general. Desde la CCL invitamos a las empresas a que se incorporen y adopten los mensajes de esta campañ", subraya Hernań Lanzara.

Finalmente, **Xabier Diáz de Cerio**, de ADN˜, detalla que también apoyan la campañ la Municipalidad Metropolitana de Lima, el **Ministerio de Cultura** –con la traduccioń de la campañ a siete lenguas originarias–, RPP, EsSalud y la organizacioń "Hombro a Hombro", entre otras instituciones.