

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

La pandemia de la **COVID- 19**, que tanto daño causó en la salud mundial, ha hecho que las personas nos planteemos una nueva normalidad donde el distanciamiento físico real será la principal medida de prevención de contagio, porque el virus seguirá presente. En ese contexto, la **Asociación de Empresas de Diseño del Perú (ADN)** ha puesto en marcha “Me alejo porque te quiero”, una campaña de cultura ciudadana que pretende concienciar sobre el distanciamiento físico y social, haciendo que ese alejamiento sea la señal máxima de cariño y preocupación.

*“Acercarnos a las personas, darles la mano o besarnos es en nuestro país una señal de afecto y cariño; forma parte de nuestro ADN. Sin embargo, hoy en día es indispensable que cambiemos este comportamiento pensando justamente en el cariño que tenemos a quienes más queremos”, señala **Xabier Díaz de Cerio**, CEO de Fábrica de Ideas, miembro de ADN.*

En ese sentido, **Díaz de Cerio** agrega que hace un mes todos los creativos de las nueve empresas de diseño que conforman ADN percibían que, a pesar de los esfuerzos por mantenernos en cuarentena, la curva de contagios no se detenía y que se debía a que no todos estábamos evitando el contacto social; ya sea por necesidad o por razones culturales.

“Una tarde de abril nos reunimos a través del Zoom para generar una tormenta de ideas que dio como resultado esta

*campanãa. 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 pa´s

La campanãa 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 ma´s 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 campanãa de cultura ciudadana que implica reforzar valores, cambiar comportamientos y normas compartidas que faciliten la convivencia bajo la situacio´n actual y futura.

Es muy importante resaltar que la campanãa ha sido concebida como una donacio´n para que pueda ser utilizada por todas las instituciones p´blicas o privadas, empresas y ciudadanãa en general, que quieran sumar esfuerzos entorno a su mensaje. Para eso se ha habilitado una pa´gina web –www.mealejoporquetequiero.com– donde cualquier persona puede descargar los archivos para que pueda utilizarlos.

La CCL ya difunde la campaña con sus colaboradores

“Solo pedimos que sean responsables respetando los derechos de creación y difundiendo el mensaje en el contexto de la COVID-19. Pretendemos que llegue hasta los espacios de mayor aglomeración de personas como mercados, bancos y vehículos de transporte público. Por eso, lo primero que hemos desarrollado son afiches, banderolas y pasacalles. Pero también pensamos que las redes sociales son un medio complementario para concienciar a la ciudadanía. Una vez lanzada, será la sociedad civil organizada quien haga suya la campaña y proponga, a partir de nuestro trabajo, nuevas formas de llegar hasta el último rincón del país”, advierte el representante de **ADN**.

El compromiso de la CCL

La **Cámara de Comercio de Lima (CCL)** espera que en breve todos los sectores económicos 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 población 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 campaña *“Me alejo porque te quiero”*.

“Nos pareció una gran y generosa idea que ADN haya diseñado esta campaña de distanciamiento social que lo que

*hace es advertir a las personas, de manera muy empática, que mantener una separación 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 **Hernán Lanzara**, director institucional de la **CCL**.*

Agrega que ya la **CCL** empezó 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. “Además, estamos contribuyendo a la difusión de la campaña entre nuestros asociados para que la pongan en práctica; es la principal medida de protección 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 país en general. Desde la CCL invitamos a las empresas a que se incorporen y adopten los mensajes de esta campaña”, subraya Hernán Lanzara.

Finalmente, **Xabier Díaz de Cerio**, de ADN[~], detalla que también apoyan la campaña la Municipalidad Metropolitana de Lima, el **Ministerio de Cultura** –con la traducción de la campaña a siete lenguas originarias–, RPP, EsSalud y la organización “Hombro a Hombro”, entre otras instituciones.