

ECO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia

GRC
GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA

ECO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19



GRC
GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19

"El periodismo escrito responde al desafío de los medios audiovisuales al descubrir que donde antes había sólo un hecho hay un ser humano detrás del hecho, a la persona de carne y hueso afectada por los vientos de la realidad. A la avidez del conocimiento del lector no se le sacia con el escándalo sino con la investigación, no se le aplaca con golpes de efecto sino la narración de cada hecho dentro de su contexto. Cada vez que el periodista arroja leña al fuego fatuo del escándalo está apagando con cenizas el fuego genuino de la información".

Tomás Eloy Martínez
Argentina, 1934 - 2010

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia

Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca

Autores

- Elmer Martín Alvarado Correa
- Jorge "Coco" Cabanillas Luna
- Elmer Armando Cabanillas Urrunaga
- Omar Andrés Cerquín Abanto
- Jeny Chuquilin Marquina
- Alex Fernando Martos Ramírez
- Willian César Medina Idrogo
- Ramiro Wilfredo Sánchez Vásquez
- Mary Karenina Silva Martos

Fotografías, diseños y textos:

- Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca

Cajamarca, noviembre de 2022.



Ing. Mesías Guevara Amasifuén

Gobernador Regional de Cajamarca

GRC

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA

COMUNICAR EN MEDIO DE LA TORMENTA

Nadie se imaginó que nos tocaría vivir un período de profunda crisis, impulsado por la turbulencia política y el misterio generado por un virus, provocando a su vez una gran incertidumbre económica.

Sin embargo, en ese contexto no había lugar para el desánimo y la inacción. Tuvimos que seguir trabajando en la ejecución de la inversión pública, en la implementación de nuestro sistema de salud, en la reactivación de nuestra economía, pero sobre todo cuidar la vida de nuestros conciudadanos.

Vimos pasar a cuatro presidentes de la República, uno de ellos duró solo cinco días. Cientos de ministros y altos funcionarios, tres Congresos de la República.

Vimos de cerca la muerte y el dolor, familiares, compañeros de trabajo, amigos y vecinos cayeron ante las fauces de la pandemia.

Ante ese escenario desesperanzador, teníamos el deber de dar a conocer a la población las acciones y trabajos que estábamos realizando a favor de nuestra región. La tarea no fue fácil. Nos encontramos con limitaciones f nancieras, prohibición por el Jurado Nacional de Elecciones, recibiendo de ellos muchas notif caciones exigiendo la eliminación de nuestras publicaciones bajo la amenaza de sancionarnos drásticamente. La duda siempre quedó: ¿Esa acción f scalizadora era así de fuerte con todos o solo con nosotros?

Conscientes de la importancia que tiene la información veraz en la convivencia social, desarrollamos una estrategia comunicacional, apoyándonos en un equipo profesional reducido pero con una férrea convicción de hacer llegar la información a la población. Decidimos implementar nuestro canal digital (GRC Digital), difundimos notas de prensa y flyers informativos, los mismos que ´rebotaron´ a nivel nacional e internacional. Nos movilizamos a través de las redes sociales dando a conocer el trabajo realizado, aunque reconocemos que su alcance a nivel regional no fue el óptimo por las limitaciones de conectividad digital.

El gran legado que deja nuestro equipo de comunicación es haber actuado con profesionalismo, responder con templanza ante la maledicencia, con transparencia y entrega incluso poniendo en peligro su propia vida, desaf ando a la tenebrosa Covid-19. Este documento, más allá de una memoria, constituye un testimonio de lo vivido en este escenario que se asemeja a una tormenta perfecta.

Ing. Mesías Guevara Amasifuén
Gobernador Regional de Cajamarca

UNA VOZ DE ALIENTO

La sombra de la pandemia Covid-19 desaparece en el horizonte. El terror inicial es un vigente recuerdo y resulta anecdótico evocar todos aquellos pasajes que nos tocó vivir en diferentes ámbitos y circunstancias.

La pandemia coronavírica tuvo matices diferentes. Para algunos fue la oportunidad de volver a casa y reencontrarse con los familiares, hacer vida común, retomar los juegos de salón, participar de las celebraciones religiosas vía Internet, recordar que los f nes de semana son espacios y oportunidades para conversar en torno a una mesa.

Miles emprendieron un viaje a pie para retornar a la patria chica, verdaderos éxodos generando imágenes propias de narraciones distópicas. Desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca tuvimos una oportunidad ante la trágica avalancha: ofrecer una voz de aliento en la tormenta y el ahogo. ¡Asumimos el reto y lo hicimos!

Esta presentación es el resumen de largas jornadas de trabajo comunicativo. Este libro es testimonio de los momentos vividos durante pandemia y las propuestas comunicacionales para afrontar la crisis. La historia se conforma en base a capítulos, voces y aportes. Este documento es parte de esas líneas que conforman la Gran Historia Universal y que dedicará un capítulo al temido Covid-19.

Los autores.



MAITE VIZCARRA
Experta en innovación
tecnológica y divulgadora CTI

COMUNICAR DIGITALMENTE PARA ACERCARNOS E INVOLUCRARNOS CON EL CAMBIO

Mucho se ha escrito acerca del impacto que la digitalización ha tenido en nuestras vidas, como una de las resultantes de la pandemia del COVID19, una vez acabado el conf namiento estricto al que nos sometió.

Si antes de la pandemia, términos como "transformación digital", "revolución industrial 4.0" o simplemente "adopción digital" eran populares y de un alto atractivo en la opinión pública especializada y cada vez más en el ámbito de los legos, culminada la fase de conf namiento estricto y ya de vuelta a la llamada nueva normalidad, es claro que no considerar a la digitalización como una variable clave en nuestras vidas, sólo denotaría precariedad en nuestra capacidad de ejecutar cosas.

Dicho en simple, las medidas de conf namiento y distanciamiento social que todos experimentamos nos empujaron a una suerte de digitalización forzada que produjo un avance claro en nuestras propias capacidades, evidenciando los benef cios de contar con procesos y canales digitales que nos acercasen mejor a quienes queríamos llegar o simplemente para lograr concretar actividades tan críticas como instruirnos, protegernos, socializar y seguir manteniéndonos activos.

En ese sentido, tal como he indicado en anteriores ocasiones, la pandemia ha dado lugar al establecimiento de una primera capa de capacidades digitales que tenemos que reforzar y buscar af anzar a través de estructuras y servicios que le sigan dando vigencia a éstas. De ahí que haya propuesto el paradigma del llamado "recursero digital", como un nuevo motor de impulso económico encarnado en los miles de peruanos y peruanas que haciendo un uso práctico y precario de la digitalización siguieron trabajando en el conf namiento en medio de una economía recesada.

El "recursero digital" es la expresión de un peruano que ha logrado entender el valor de lo digital, y que auto educándose –" porque todo está en YouTube", tal como decía uno de los recurseros a los que tuve la oportunidad de entrevistar vía una aplicación de streaming- le saca provecho a todas las plataformas que tenga a la mano para hacerse de unas cuantas "luquitas".

El surgimiento del "recursero digital" ha sido una resultante positiva dentro de todo lo negativo de la pandemia, porque permite comprobar la existencia de cierto nivel de alfabetización digital, incluso en peruanos que se ubican en los deciles económicos de menores ingresos.

Por eso, hay que hacer el esfuerzo por “tunearlo”, mejorarlo, fortaleciendo su intuición digital para superar la fase de la mera experimentación o sobrevivencia digital.

Y ese paradigma del recursero digital, no sólo es posible identif carlo a nivel de las personas, sino que también es posible identif carlo a nivel de organizaciones resilientes que supieron sacarle partido a lo adverso, usando herramientas tecnológicas como la mejor vía para seguir vigentes o lo que es mejor, innovar el estatus quo.

Una de esas organizaciones, en las que no me cabe duda es posible encontrar a varios recurseros digitales, es el Gobierno Regional de Cajamarca que incluso antes de la pandemia, venía implementando con una clara convicción una serie de estrategias tendentes a viabilizar una digitalización accesible y asequible para todos y todas las cajamarquinas.

Por ello, no es de extrañar que haya sido en una situación de alta exigencia de su propia capacidad, que lo digital haya emergido como parte de su identidad corporativa.

En ese sentido, tener contacto con las diversas acciones e iniciativas que la Gobernación de Cajamarca ha dispuesto en los últimos años, no sólo es una buena oportunidad para celebrar la presencia de instituciones públicas modernas, sino una estupenda oportunidad para aprender de la experiencia ajena.

Conocer cada una de las iniciativas que esta publicación pone a disposición de todos los interesados, es una estupenda manera de identif car como poner en uso, instrumentos digitales para involucrar y hacer efectiva una determinada acción, plan o decisión pública. Pero, sobre todo, es una estupenda manera de identif car los pasos que nos pueden llevar a una correcta implementación de lo que podemos llamar una estrategia de comunicación digital.

Sin ánimo de quitarle ese privilegio a los autores de esta publicación, sólo me tomaré la libertad de identif car la principal clave que encontramos en cada una de las acciones que aquí se describen y que lograron su éxito gracias a una dedicada planif cación:

Un claro interés de impactar en los benef ciarios últimos de las iniciativas públicas, es decir a los ciudadanos. Desde la convocatoria para usar un código QR (Quick Response) o código de barras que permitía descargar el logotipo de la propia marca regional, hasta la creación de vídeos turísticos promocionales por parte de los propios visitantes; son ejemplos de esta vocación citizen centric[1].

Cada una de las iniciativas de comunicación que podemos ver en esta publicación se sostienen no solo en el afán de difundir sino y sobre todo de involucrar a la ciudadanía en las acciones públicas de la Gobernación. Comunicar usando lo digital no es solo una tendencia sino una manera de enfrentar los desafíos de construir comunidad. Y ello es más urgente en países como el Perú, en donde la noción de comunidad es aún muy frágil.

---

1 Citizen centric se traduce en español como centrado en el ciudadano. Se trata de una estrategia de gobierno digital que toma al ciudadano como punto de referencia a la hora de llevar a cabo cualquier proceso o acción. Esto va mucho más allá de limitarse solo a ofrecer un buen servicio que garantice la satisfacción del ciudadano a corto plazo, sino que tiene en cuenta todos los aspectos relacionados con la experiencia de usuario (especialmente importante en el e-commerce), desde el momento anterior a la oferta del servicio, durante el proceso de entrega, el servicio posventa y la satisfacción f nal del ciudadano respecto al uso del servicio realizado y el posicionamiento que el organismo público tiene en la mente del usuario. Es decir, una estrategia citizen centric está diseñada pensando completamente en el ciudadano, adoptando un enfoque completo de 360°. O sea, un integral. Para más información ver: Vizcarra Alarcón Maite, “El poder en Internet, ciudadanos y consumidores”. Instituto de Gobierno de la Universidad de San Martín de Porres. 2011.



ARMANDO ÁVALOS
Periodista y escritor. Productor periodístico de Contracorriente, el dominical de Willax Televisión.

UN TEXTO QUE SINTETIZA LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

El intangible de mayor valor es sin duda, la marca. Todo esfuerzo que los comunicadores realicemos por resaltar esos atributos y convertirlo en una herramienta estratégica que benef cie al público, no solo es necesario sino elogiable. Por ello, me es grato prologar esta obra, que resume un encomiable esfuerzo del Gobierno Regional de Cajamarca que a través de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas pone en manos de los peruanos y del mundo, el libro Estrategias de Comunicación Gubernamental en Pandemia.

Un texto que sintetiza las estrategias comunicacionales, para resaltar la historia, cultura, tradición y las historias de esfuerzo, creatividad y lucha de muchos hijos de esta región que en situaciones tan difíciles como la que nos dejó la pandemia, lograron superar tantos retos sin perder la identidad.

Ejemplos que emular y que fueron hábilmente resaltados en esta obra. Personajes que a través de sus relatos y experiencias nos llevan a conocer esos maravillosos tesoros de su tierra y que son dignos de ser mostrados al mundo.

Una obra útil y que demuestra cómo el trabajo conjunto de las autoridades y la población, representada por sus organizaciones, el sector privado y los ciudadanos pueden construir grandes cosas. Campañas como Marca Cajamarca, la Ruta Cajamarca, el carnaval de integración, la organización del carnaval en Lima, la implementación de la combi turística, el boom del turismo de aventura en la región Cajamarca y la consolidación del sello Safe Travel son algunos de los esfuerzos plasmados para convertir el legado de Cajamarca en un atractivo turístico y una mejor vitrina ante el mundo.

Tengo la suerte de haber realizado muchos reportajes turísticos y humanos en Cajamarca a lo largo de mi carrera. Una de las cosas que más tengo que resaltar es la calidad humana de su gente. Un pueblo noble, luchador, orgulloso de su pasado y solidario.

Un pueblo con una belleza paisajística extraordinaria, pero donde aún persisten cosas por mejorar. Solo se puede lograr superar las dif cultades cuando los ciudadanos logran comprender que es una tarea que involucra a todos. El optimismo es la “moneda” de intercambio entre todos los ciudadanos y podemos “comprar” mucha esperanza.

Me encantó muchas de las imágenes que graf can este libro. En una de ellas, un policía de la Unidad de

Acciones Tácticas de Cajamarca que carga en sus hombros a una niña con la bandera del Perú durante la interpretación del baile de Robocop en la noche celendina. Esa imagen creo que sintetiza muy bien lo que el libro ha tratado de mostrar. Más allá de las edades, cargos, funciones o localidades que uno represente, Cajamarca se lleva en el corazón y es un orgullo haber llegado al mundo en esa tierra.

Los periodistas y comunicadores, tenemos como propósito buscar la verdad y construir a través de las imágenes y textos que entregamos al público, herramientas para mejorar su vida. Obras como ésta, donde se construye y fortalece la marca de un pueblo, tiene un valor enorme, porque es una forma de grabar en el corazón y en la mente de nuevas generaciones, que el amor por nuestra tierra es algo que todos atesoramos y que alegra el alma. Los dejo disfrutar de este libro. Una excusa para renovar el amor por su tierra.



SALUD

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Prof. Ramiro Wfredo Sánchez Vásquez

EGRESADO DE LA ESPECIALIDAD DE LENGUAJE Y LITERATURA DEL INSTITUTO SUPERIOR PEDAGÓGICO PÚBLICO "HERMANO VICTORINO ELORZ GOICOCHEA"

Experiencia en la docencia de nivel secundario en los colegios locales.

Ejerció el periodismo en Panorama Cajamarquino, El Mercurio y otras publicaciones. Asimismo, cumplió labores de reportero y director en programas radiales y televisivos.

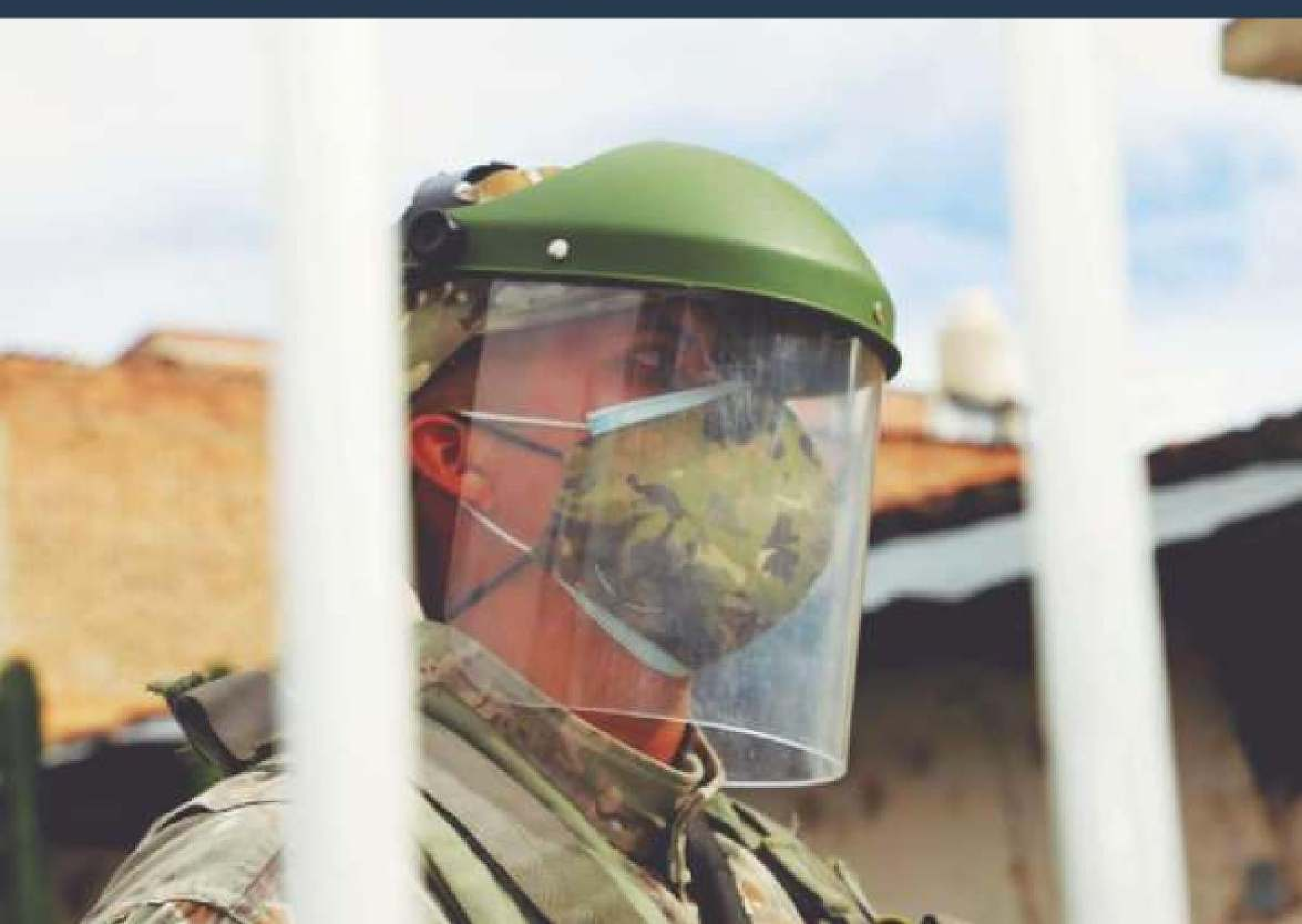
Integrante del equipo de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca en el cargo de Comunicador Social.

1.1

Recuerde el alma dormida,//avive el seso y despierte//contemplando//
cómo se pasa la vida,//cómo se viene la muerte//tan callando;//
cuán presto se va el placer;//cómo después de acordado//da dolor;//
cómo a nuestro parecer//cualquiera tiempo pasado//fue mejor.

Jorge Manrique

PESADILLA



Tras rejas, tras puertas, encerrados defendiendo nuestra vida, protegiendo a los nuestros sin embargo sintiendo que todos son enemigos.

Escribir sobre la pandemia Covid-19 genera una confrontación de sentimientos. Evocar los episodios coronavíricos es un privilegio pues significa haber sobrevivido a la mayor peste del presente milenio (hasta el momento). Una suerte que no corrieron millones de infectados. Como periodista es básico ser testigo de los acontecimientos para poder escribir y reportar, en el caso de la peste me tocó jugar el papel de espectador, paciente y doliente.

La esencia del periodismo es y será redactar sobre aquellos hechos que marcan el rumbo de la historia, dejar esa huella con tinta y papel sobre los personajes y las circunstancias que marcan el derrotero del día a día. Sinceramente, qué difícil es escribir cuando uno es el protagonista y víctima del horror. En esas circunstancias uno comprende como la vida y los dolores humanos son simples representaciones numéricas en una lista de infectados. Recordemos que los números hablan por sí solos.

Recorrí por años calles y campos de la región en busca de la noticia. He sido testigo y escribí sobre conflictos sociales, enfrentamientos fratricidas, accidentes viales y homicidios, así como de las protocolares ceremonias de colocación de primeras piedras para el inicio de obras (algunas concluyeron y otras no), además de participar en el surgimiento y caída de movimientos y líderes políticos. He registrado entrevistas de muchos luchadores sociales que ocuparon cargos de alcaldes, congresistas, asesores ministeriales y terminaron de simples fantasmas del olvido.

Fui impotente testigo del mal cernido sobre las calles, mis amigos y mi hogar. Compartí el dolor de la muerte. Mi amada abuela Lucía fue una víctima más del Covid, un número de valor relativo para la contabilización de la catástrofe. La muerte de ese ser amado se convirtió en una fría cifra más en los cuadros matemáticos. En cumplimiento de un estricto protocolo de inhumación sólo pude constatar como tres perfectos desconocidos ingresaron su cadáver en el cementerio, y aseguraron haber depositado sus restos en el frio nicho número 80 de la quinta fila del macizo San Lucas. Tuvo que pasar 15 meses para poder ingresar al camposanto y colocar unas flores ante su lápida.



Llegó la locura por comprar papel higiénico, surgió la moda de mascarillas y consumo de lejía diluida en agua, y no fueron pocos que decidieron ingerir ivermectina para vacuno. Nacieron las ansias por las pruebas rápidas y luego la vorágine por las vacunas, para que al f nal, se arrojen las mascarillas a la basura y se pref era pagar por carnés de vacunación falsos y no inocularse las dosis gratuitas.

La historia es cruel y no permite miramientos ni emociones. La historia cobra sentido cuando se tabulan tablas estadísticas, cuando hay cifras que representan muertos heridos y sobrevivientes, ganancias y pérdidas, y en el Covid no fue la excepción.

Vivir la pandemia desde un cargo de servidor público integrando el equipo de la Dirección de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca me permitió ser testigo de excepción del capítulo más obscuro de la historia de ***La tierra del Cumbe***.

Cajamarca celebra 03 de enero[1] como fecha de la gesta de independencia departamental, conmemoran el

1 3 de enero de 1854, gesta de independencia departamental de Cajamarca liderada por Toribio Casanova López, Pedro José Villanueva y Juan Antonio Egúsquiza, esta acción se genera contra el gobierno de Ruf no Echenique, debido a la negativa de este a la solicitud de independencia del departamento de Trujillo (actual región La Libertad).



Terminó siendo más famoso e idolatrado el gaucho Ricardo Gareca antes que los médicos, enfermeras, técnicos y auxiliares, efectivos militares o personal de la policía que dieron todo por formar una trinchera en defensa de la vida.



Miradas de mujer. La realidad tras el f ltro de la máscara. ¿Qué es la pandemia Covid-19? La gran pregunta que dentro de muchos años tal vez podremos conocer.

11 de febrero[2] por la declaración oficial de creación departamental, el 30 de septiembre[3] al crearse la provincia de Cajamarca, y un grupo de buenos vecinos generó el día de la dignidad cajamarquina a festejarse el 30 de junio[4], pero son actos que están en cuestionamiento con mucho ruido y pocas nueces. Son fechas y actos políticos, justificados incluso en la necesidad de figurar, en el caso de la pandemia la vida de toda la población estuvo en riesgo, hubo un gran enemigo a vencer (uno real), millares de fallecidos, pérdidas irreparables, dramas sin sosiego, hasta ahora no se comprende la gravedad y magnitud de los hechos y lo adverso de la situación.

Ahora las calles durante el día son congestionadas por miles de automóviles y saturadas por los irritantes cláxones. Las noches son estremecidas por alto parlantes que resuenan música bailable. En tiempos de pandemia el silencio fue emperador. Las calles desiertas, los establecimientos cerrados, la gente cubierta de pies a cabeza y bañada en alcohol. Situaciones que vistas desde un lejano momento parecen propias de un guion cinematográfico de películas propias de ciencia ficción. Sin duda, la realidad supera cualquier afiebrada narración de orden distópico.

Todos somos actores en el gran teatro del mundo, refirió un clásico poeta hispano y eso sucedió durante la pandemia. Algunos se vistieron la túnica de la cobardía y salieron despavoridos para proteger su vida, otros tuvieron que lucir una máscara de valor para estar en primera línea en distintos frentes: nosocomios, cercos de vigilancia, laboratorios y calles.

Como equipo de comunicaciones nos tocó asumir un rol protagónico desde las sombras. Recordemos que la luz emana desde obscuros orígenes. El comunicador es parte de la solución en los momentos más graves y situaciones más críticas, pero debe recordar que su labor se erige desde las sombras para proyectar más luz e impacto. *"**Deja que tus planes sean oscuros e impenetrables como la noche y cuando te muevas, cae como un rayo**"*[5]. En la oficina de comunicaciones los planes se establecieron de acuerdo a los retos del día a día, era difícil cumplir un mapa o protocolo de acciones, era imposible profetizar situaciones. Se vivía un día a la vez.

Los planes y estratégicas en comunicación tienen como armas una cámara filmadora, libreta y lapicero. El mejor soporte fueron las redes sociales para la difusión, pero lo más importante fue el compromiso. La solidaridad se demostró con la difusión de buenos ejemplos, con

2 11 de febrero 1855, en el gobierno de Ramón Castilla delimita el departamento con sus provincias Cajamarca, Cajabamba, Chota y Jaén.
3 30 de setiembre de 1862 se promulga la Ley de demarcación política.
4 30 de junio al Día de la Dignidad Cajamarquina, para rescatar lo nuestro y lograr identif carnos con la autonomía original de la verdadera Identidad Cajamarquina en nuestra región, defendiendo con orgullo las riquezas de los recursos naturales, historia y cultura.
5 Sun Tzu, El arte de la guerra Editorial EDAF. 13 edición 2016 Pág. 58.

el reconocimiento del trabajo de equipos médicos, las noticias positivas y con frases cargadas de optimismo. Colocar paños fríos ante la fiebre de la crisis es la mejor forma de cumplir labor comunicativa.

El comunicador es un bombero que apaga fuegos sociales con una sola fotografía, con un solo eslogan, con un buen reportaje, con mensajes oportunos, pero el aplomo llega y se manifiesta cuando se comprende y acepta que los comunicadores son y tienen que ser sombras. El real puesto del comunicador es detrás de las lentes, en la penumbra. El comunicador tiene que ser un espectro y mientras más oculto desarrolle su trabajo, mejor.

Cundió la desesperación y no demoraron en surgir los improvisados y oportunistas paladines de la justicia y la libertad, de la democracia y la salud popular. Muchos desearon etiquetarse el adjetivo de "ángeles de la salvación", "ángeles del oxígeno", "ángeles de la vida", "ángeles de la esperanza", pero terminaron como sombras fantasmales reconocidos por la nada, olvidados por todos.

"Políticos egoístas, corruptos y con frecuencia imbéciles, que se aprovechan de una grave crisis bélica, o generada por una gran enfermedad que buscan aprovechándose de esas terribles circunstancias para llegar al poder o para mantenerse en él, sin importar lo más mínimo las consecuencias que su ambición personal pueda tener en la población que gobiernan, algunos incluso juegan a alargar las crisis, ya sean guerras o enfermedades, si creen que esto les puede favorecer"[6], escribe el historiador y novelista Santiago Posteguillo[7], y nada calza mejor para ilustrar la situación que se generó en tiempos de pandemia. Desde el área de comunicación el trabajo era frenar esas ansias por el poder, desinflar magníficos globos del caos y desmitificar a los superhombres del engaño. Llegó la locura por comprar papel higiénico, surgió la moda de mascarillas y consumo de lejía diluida en agua. No fueron pocos quienes decidieron inyectarse ivermectina para vacuno. Fueron miles los fanáticos de frotarse alcohol y aguarrás para matar el virus. Nacieron las ansias por las pruebas rápidas y luego la vorágine por las vacunas. Al final, arrojaron las mascarillas a la basura y se prefirió pagar por carnés de vacunación falsos.

Los medios de prensa empezaron con los anuncios apocalípticos para seguir con las recetas mágicas de curación, las entrevistas con los gurús de la brujería y terminar con los viejos programas rosa de sexo juvenil, relaciones tóxicas y harto fútbol. Terminó siendo más



Evocar los episodios de la pandemia coronavírica es un privilegio pues signif ca haber sobrevivido a la mayor peste del presente milenio.

famoso e idolatrado el gaucho Ricardo Gareca y sus once jugadores antes que los médicos, enfermeras, técnicos y auxiliares, efectivos militares o personal de la policía que dieron todo por formar una trinchera en defensa de la vida.

Desde la oficina de comunicaciones cavamos nuestra trinchera de buenas noticias con ejemplares actos de quienes se mantenían en silencio. Los héroes anónimos sí existen y surgen cuando la adversidad se hace presente, cuando no hay esperanza y demuestran con hechos que hay luz al final del túnel más obscuro.

La pandemia va quedando en el olvido, a pesar de los esfuerzos por mantener ciertas normas de salubridad. Los problemas cotidianos han regresado y con ello la inminente amnesia e ingratitud. La Covid-19 marcó una revolución en nuestro mundo, nuestra forma de pensar y actuar y como señalase Ursula Le Guin[8] "***los hijos de la revolución siempre son desagradecidos, y la revolución debe estar agradecida de que sea así***".

Estas páginas son un intento por evitar el olvido, por dejar huella de las acciones realizadas y de los casos registrados. Evocaciones de un tiempo difícil que nadie creyó vivir. Testimonio de parte, sólo una visión de la realidad.

---

6 Roma soy yo, página 204, Ediciones B, 1era. Edición. Autor Santiago Posteguillo

7 Santiago Posteguillo Gómez (Valencia, 1967) escritor español.

8 Ursula Kroeber Le Guin (Berkeley, California, EE.UU; 21 de octubre de 1929-Portland, Oregón, Id; 22 de enero de 2018) escritora de ciencia f cción.



Gobierno Regional atendió a más de **153 mil pobladores** contra **COVID-19** en operaciones **Yo Me Apunto y Tayta**

El Gobierno Regional de Cajamarca (GRC) atendió a 153 mil 568 pobladores contra la COVID-19 en los operativos Yo Me Apunto y Tayta que permitieron triaje diferenciado, tamizaje y aplicación de pruebas rápidas, antígenas y moleculares para el diagnóstico de la Sars-Cov-19. Este registro corresponde de junio 2020 al primer trimestre del 2021 en las 13 provincias del departamento.

Durante el 2020, se han realizado 270 jornadas Yo Me Apunto de forma descentralizada, 101 en capitales provinciales y 169 en jurisdicciones distritales. Además, el GRC en articulación con el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas ejecutó 11 operaciones Territoriales de Ayuda para el Tratamiento y Aislamiento frente a la Covid-19 (Tayta). En estas acciones se atendió a 131 291 personas.

En el primer trimestre de 2021, gracias a las 102 campañas Yo Me Apunto se superan las 21 000





peru.pe

Gobierno Regional Cajamarca

Gobierno Regional Llega A Barrios Populosos De Cajamarca Para Vacunar Contra La Covid-19



Coronavirus: región Cajamarca respalda aislamiento obligatorio y fortalece prevención



BBC NEWS MUNDO

Noticias América Latina Internacional Medio ambiente Coronavirus Hay Festival

Tecnología Video Contraseñas Cuarto BBC Extra

Coronavirus en Perú: la región que contuvo con éxito la pandemia (y qué papel jugó la "violencia simbólica" de las rondas campesinas)



atenciones, y con operación Tayta se llega a 1 251. Estos operativos se realizaron con profesionales de la Dirección Regional de Salud", informó Mirtha Silva, Directora Ejecutiva de Promoción de la Salud. Se aplicaron pruebas rápidas, test antígeno o reactivo molecular. Los operativos se han realizado de forma descentralizada en establecimientos de salud, espacios públicos, instituciones educativas, campos deportivos y rastreo casa por casa. Los infectados por coronavirus recibieron atención temprana, medicamentos y en casos complicados derivación a establecimientos de salud.

Asimismo, las personas que dieron positivo a coronavirus recibieron de Defensa Civil una canasta básica que incluye menestras, abarrotes y agua para que guarden la cuarentena respectiva y cortar la cadena de contagio. En el caso de los adultos mayores de 60 años cuyo resultado dio negativo, se les aplicó la vacuna de prevención contra la influenza y el neumococo.

1.2

"Miente, miente, miente que algo quedará,
cuanto más grande sea una mentira más gente la creerá" [1]

***Joseph Goebbels*[2]**

LA **BLANCA ESPADA** DEL TERROR EN TIEMPOS DE **COVID-19**



1 Principios de la propaganda de Joseph Goebbels.
2 Joseph Goebbels (29 de octubre de 1897, Rheydt, Mönchengladbach, Alemania - 01 de mayo de 1945, Berlín, Ib.) político alemán que ocupó el cargo de ministro para la Ilustración Pública y Propaganda del Tercer Reich entre 1933 y 1945.

La libertad de expresión se reconoce en virtud del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El ejercicio de estos derechos conlleva "deberes y responsabilidades especiales" y "por lo tanto, estar sujeto a ciertas restricciones" cuando sea necesario "para respetar los derechos o la reputación de otros" o "para la protección de la seguridad nacional o del orden público o de la salud o la moral públicas". En épocas de pandemia ser diagnosticado con Covid signif caba ser condenado al ostracismo junto a la familia asimismo ser candidato al linchamiento y cremación pública.

La Real Academia de la Lengua Española define terrorismo como la dominación por el terror, sucesión de actos de violencia ejecutados para infundir terror, actuación criminal de bandas organizadas, que, reiteradamente y por lo común de modo indiscriminado, pretende crear alarma social con fines políticos.

El territorio peruano fue escenario de un conflicto social armado: terrorismo. Un enfrentamiento entre Fuerzas Armadas y policiales contra las huestes subversivas del Movimiento Revolucionario Túpac Amaru II y Sendero Luminoso. Las víctimas inocentes fueron las poblaciones más olvidadas de los Andes y selva peruanos. Y como toda guerra tuvo componentes militares, políticos y económicos, los pormenores de este conflicto los sistematizó la Comisión de la Verdad y Reconciliación[1], en un texto polémico y desgarrador que muchos desean eliminar porque salieron mal parados en esas páginas sea por su miserable actuación, desidia o indiferencia, cada quien recibió su sentencia.

El terror se fomenta con bombas incendiarias y disparos asimismo difundiendo mentiras, exageraciones y murmuraciones, las imprecisiones son un toque muy sutil para generar miedo. La concepción del terrorismo blanco tiene que ver con el ejercicio del periodismo con un objetivo: generar caos. Tal vez, el famoso militar y dramaturgo Esquilo[2] predijo y definió estas actuaciones aberrantes al señalar que "(...) *los hombres, falseando la verdad, quieren aparentar ser mejores*".

En el ejercicio del periodismo muchos personajes utilizan los medios de prensa para lanzar contenido escandaloso que lejos de motivar acciones propositivas o cambio se convierten en semillas que engendran desidia, apatía, desencanto que desencadena en ira, acciones que perturban la salud mental de la comunidad. Los reportes de violencia, agresiones, ataques, alcoholismo son sólo los síntomas de esta falta de equilibrio.

Algunos de los *comunicadores sociales* aparentan ser un dechado de virtudes y sobre todo asumen el papel de fiscales jueces y verdugos de la sociedad. La prensa tiene poder, ejerce poder y por lo tanto es víctima del mismo. Criticar con desesperación y motivar a la desobediencia sólo trae como consecuencia estigmatizar a la más noble de las profesiones: el periodismo para convertirlo en el más vil de los oficios[3].

Las famosas redes sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter son carreteras de alta velocidad para las noticias, sobre todo falsas. No es difícil generar contenido falso, la receta es sencilla y práctica de hacer: se consigue la fotografía del personaje a quien hay que demoler, colocamos un sello con la palabra ratero, violador o marica. Luego se redactan cuatro líneas (con errores ortográficos) sobre su conducta inmoral o delincuencial y se ubica el logotipo de algún medio de prensa local o nacional, y listo, a demoler conciencias, reputaciones y honras. En este momento surge con mucha fuerza la figura del ensayista y poeta Manuel González Prada[4] "*Rompamos el pacto infame i tácito de hablar a media voz. Dejemos la encrucijada por el camino real, i l'ambigüedad por la palabra precisa*".

COMUNICAR EN TIEMPOS DE PANDEMIA

"*Al principio era el Verbo, y el Verbo estaba en Dios, y*

1 Decreto Supremo N° 065-2001-PCM. Artículo 1°.- Créase la Comisión de la Verdad encargada de esclarecer el proceso, los hechos y responsabilidades de la violencia terrorista y de la violación a los derechos humanos producidos desde mayo de 1980 hasta noviembre de 2000, imputables tanto a las organizaciones terroristas como a los agentes del Estado, así como proponer iniciativas destinadas a af rmar la paz y la concordia entre los peruanos. La Comisión de la Verdad propenderá a la reconciliación nacional, al imperio de la justicia y al fortalecimiento del régimen democrático constitucional.

2 Esquilo (Eleusis, 526 a. C. - Gela, 455 a. C.) militar y dramaturgo griego, junto a Sófocles y Eurípides conforma el Trio Dorado de la tragedia griega.

3 Paráfrasis de «El periodismo puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los of cios», cuya autoría pertenece a Luis Joaquín Miró Quesada de la Guerra (Lima, 5 de diciembre de 1880 - id. 24 de marzo de 1976) periodista, diplomático y político peruano.

4 José Manuel González de Prada y Álvarez de Ulloa, conocido como Manuel González Prada (Lima, 5 de enero de 1844-Ib., 22 de julio de 1918) ensayista y poeta peruano.



el Verbo era Dios"[5], dicen las Sagradas Escrituras en el Evangelio según San Juan. Parafraseando: "Y en el principio era Verbo, y el Verbo se plasmó con tinta sobre el papel, en imágenes para televisión y en transmisiones en vivo a través de celular, y así se hace periodismo", sólo cambia la plataforma para transmitir el mensaje pero la esencia sigue y seguirá siendo la misma: cazar la noticia.

El periodismo no es hablar por horas en radioemisoras o frente a la cámara de televisión, menos escribir verdaderos testamentos para las páginas de revistas o periódicos. Periodismo es objetividad, precisión y disciplina. En tiempos de pandemia en prensa hubo de todo, menos sensatez, fundamentos, fuentes autorizadas o rigor.

Las horas más obscuras que el mundo vivió llevaron como sello la palabra Covid-19 y la prensa sólo tomó como pretexto este sello para generar más caos. En principio se habló de fiebres producidas por el consumo de murciélago, luego de juegos de laboratorio salidos de control y no faltaron las voces sobre el eterno complot mundial para la dominación de la especie humana. Al final, todo se resumió en el contagio de un virus, un ser que oscila entre la vida y la muerte que nadie puede ver pero todos pueden sentir.

Dedicarse al mundo del periodismo permite conocer de cerca situaciones diversas, amén de ser testigo de hechos que marcan el rumbo de la historia, compartir con personajes del arte, la política, el deporte y el hampa. El periodista teje una enorme red de informantes y fuentes, todos son agentes de información en determinados momentos.

Las lecciones de periodismo se reciben en las calles, donde hay noticia tiene que estar presente el reportero. Cuando llegó el Covid-19 la idea central era: no salir a la calle. Palabras como encierro, aislamiento, reclusión u ostracismo eran las líneas de acción.

Integrar el equipo de comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca durante pandemia permitió vivir esta aterradora experiencia desde una perspectiva única y privilegiada en realidad. Una oportunidad para vislumbrar el más sombrío panorama social desde un punto elevado desde el cual se observa las más nobles acciones y las más cobardes actuaciones.

La base del trabajo realizado era brindar esperanza a la población. Hacer sentir a las familias que las autoridades

5 Sagrada Biblia - Versión Nácar Colunga. Editado por Biblioteca de autores cristianos - 27 edición Madrid – España – 1975 – página 1343.



no eran indiferentes ante el dolor, que se ejecutaron planes para atender la emergencia, que los embates de la enfermedad eran inminentes pero la respuesta estaría a la altura de las exigencias.

MÁS SUFRIMIENTO...MEJOR

Los psicólogos comentan en diversos artículos acerca de la adicción al sufrimiento, ese deseo de sabotear todo aquello que puede ser bueno, positivo, agradable o elevado. Existe una orientación a saberse más desdichado que el vecino, a sentir más dolor que los otros, más desgracias que los otros, incluso placer al saber que todo alrededor está podrido física, social y moralmente. En palabras sencillas es la maldita actitud de ver la mosca entre las flores en lugar de disfrutar de un edénico jardín.

Durante los peores momentos de la pandemia los medios de prensa se convirtieron en ventiladores de excremento. Ninguna acción a favor de la población tenía algo positivo o para resaltar, por el contrario, todo lo actuado era la representación misma de la incompetencia de las autoridades, del pánico social y signos del próximo Armagedón.

Si en un noticiero se anunciaba el fallecimiento de cinco pacientes, en el otro se lanzaba la cifra de diez, y en el otro del incineramiento de cadáveres en las calles, y en el otro de la falta de oxígeno, y en otro la crisis alimenticia, y así un larguísimo etcétera de tragedias cada una más desgarradora que la otra.

El reto desde el Gobierno Regional de Cajamarca era revertir este sombrío panorama pues no todo era nefasto y mucho menos estábamos ad portas del fin del mundo. Se tenía que poner paños fríos a situaciones extremas y el camino a seguir lo establecía el marketing[6].

La obsesión de muchos reporteros en pandemia era cubrir la muerte de un paciente Covid-19 en la calle y desatar la histeria colectiva a tal punto de provocar ataques a instituciones y autoridades. El agudo lector podrá percibir en las líneas anteriores el espíritu de la prensa y sus deseos más secretos durante las épocas de pandemia.

En Cajamarca, algunos reporteros buscaban - a toda costa - que las estrategias para frenar la pandemia fracasaran, que colapsen los nosocomios, que la gente muera en las calles, que médicos y enfermeros abandonen sus puestos y como cereza del pastel que surja el desborde popular, llegando a los extremos de atacar a las instituciones y autoridades. De paso quemar todo a su paso.

6 Marketing. Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.



Una buena actitud. Surge la opción de generar conf anza en base a hechos concretos, a personajes de carne y hueso, acciones tangibles que puedan visibilizarse y provocar en la población un giro en su percepción de la situación dramática que se atravesaba.

El deseo de sembrar terror tenía un fin ulterior. Más allá de una simple primicia era el destrozar por completo la imagen de las instituciones y autoridades. Señalar y acusar que todo era un fracaso. Surgieron en esos momentos de angustia los grandes analistas del análisis político y los grandes pensadores del pensamiento sin lógica que tenían solución para todo.

Hablamos de los obscuros personajes que financiaron el terror con el objetivo de posicionarse ante la ciudadanía como llamados a liderar acciones, a ganar los aplausos del respetable público. Hablamos del financiamiento del terror con fines proselitistas.

Muchos reporteros fueron patrocinados por aspirantes a políticos e incluso empresarios para generar caos.

Mientras la desesperación reinaba, algunos vieron la oportunidad de iniciar su campaña proselitista y la mejor manera era financiar noticias que dejen mal paradas a las autoridades y desacrediten sus decisiones.

No hubo periodismo, se generó una ola de desconcierto para que luego algunos surjan como los grandes estadistas, considerados paladines y llamados a gobernar. Si antes de pandemia cualquier borracho callejero era víctima de la furia del vecindario, le arrojaban agua para que se aleje del lugar; en tiempos de Covid se convirtió en una buena víctima y pretexto para generar show.

VENDER ESPERANZA PARA GENERAR CONFIANZA

Los embates de la naturaleza son verdaderos maestros. La pandemia coronavírica nos dio grandes lecciones, nos queda aprender para dejar legado y huella de este momento histórico que marcó la vida, dejar una frontera: un antes y después.

La libertad es el bien más preciado del ser humano y lo perdimos. Por estrategia sanitaria el confinamiento se convirtió en norma, dejamos de visitar a los amigos y familiares, se abandonaron los coliseos de gallos y cosos taurinos, quedaron vacíos los antros de baile y ambientes de fiesta. Aprendimos a chocar los puños en señal de saludo o imitar a los orientales en la reverencia, estrechar las manos o besar mejillas quedó en desuso.

El terror al contagio fue el disparador de muchas extremas medidas de protección, desde portar mascarillas y caretas plásticas hasta el uso y abuso de lejía y alcohol. Ante el miedo generalizado nos quedó ofrecer esperanza. Más fuerte que el miedo...la esperanza.

Marina Garcés Mascareñas[7] señala que "no se trata de vender esperanza, sino de generar confianza". El colectivo peruano está intoxicado por las ***malas noticias***, la maldita consigna de que todo está mal, que todo está podrido y que el Apocalipsis está a la vuelta de la esquina. Esa tendencia es el caldo de cultivo de los falsos profetas, vendedores de sebo de culebra y demás artefactos mágico religiosos. En el contexto de pandemia, el nivel de toxicidad llegó a niveles estratosféricos.

Surge así la opción de generar confianza en base a hechos concretos, a personajes de carne y hueso, acciones tangibles que puedan visibilizarse y provocar en la población un giro en su percepción de la situación dramática que se atravesaba.

Umberto Eco[8] señala en su artículo "En busca de un héroe"[9] que "***¿Encontraríamos otros héroes de quienes hablarles a los jóvenes (y, es más, también a los adultos) si hurgáramos en los recovecos de la historia? ¿No es ya tiempo de tener un héroe real que nos una a todos?"*** Desde la Dirección de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca establecimos que los héroes sin capa tendrían que utilizar una binza, sartenes y ollas, una fumigadora, jeringas y medicamentos y en lugar de lucir capa un equipo de protección personal.

7 Marina Garcés Mascareñas (Barcelona, 30 de mayo de 1973) es una f lósofa y ensayista española, profesora titular de Filosofía en la Universidad de Zaragoza dirige el Máster de Filosofía para los retos contemporáneos.

8 Umberto Eco (Alessandria, Italia 5 de enero de 1932-Milán, Ib.19 de febrero de 2016) Semiólogo, f lósofo y escritor.

9 Artículo completo en https://bit.ly/3bxve0k

GRC GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA | ECO



Mi reino por un **muerto callejero**

"Al promediar las dos y media de la tarde, los vecinos del barrio san Sebastián reportaron que un hombre yacía inmóvil sobre el pavimento de la cuadra 1 de jirón Cinco esquinas, los moradores temerosos que sea una víctima del coronavirus se contactaron con las unidades de emergencia de la policía y Serenazgo.

Según testigos, el hombre que calzaba zapatos negros, vestía pantalón jean blanco, camisa rosada, casaca de cuero negra estuvo caminando lentamente por la vereda, apoyándose por momentos en la pared y de pronto cayó pesadamente en la calzada. Los perros callejeros fueron los únicos en acercase al cuerpo. Los efectivos de seguridad lograron acordonar la zona y evitar que los curiosos toquen el cuerpo.

Los equipos de emergencia del Hospital Simón Bolívar llegaron hasta el lugar de los hechos y tras corroborar que el fallecido padecía de Covid la población entró en pánico. Los técnicos intentaron levantar y trasladar el cadáver, pero las rondas urbanas se enfrentaron a los técnicos, les arrebataron el cuerpo y procedieron a rociar gasolina y quemar el cuerpo evitando el contagio y propagación del virus.

Esta situación generó la indignación de la población y cientos de manifestantes fueron hasta la sede del Gobierno Regional de Cajamarca intentando tomar el recinto exigiendo acciones inmediatas. Un fuerte contingente policial logró disuadir a la turba que se encuentra en estado de alarma. Las rondas urbanas anuncian que cualquier muerto por Covid-19 será incinerado en el acto a f n de proteger a la población. Un helicóptero de la Policía Nacional y otro del Ejército del Perú sobrevolaron la ciudad, sin duda se evalúa el movimiento social.

Se espera que en las próximas horas el Ejecutivo se pronuncie en mensaje a la nación, llamando a la calma y autorizando a las Fuerzas Armadas a resguardar las calles de la ciudad. Se demuestra una vez más, que no existen autoridades competentes para afrontar el gran reto de la pandemia Covid-19, pues se desnuda la realidad y carencias del sistema sanitario, de seguridad y político que se atraviesa en el Perú. Destacados líderes de opinión y voceros de partidos políticos sugieren acciones inmediatas como nuevas elecciones. Un nuevo Presidente de la República, un nuevo Congreso, el poder del pueblo braman los ciudadanos cansados y hastiados de la miseria que se vive a nivel social, económico y moral".

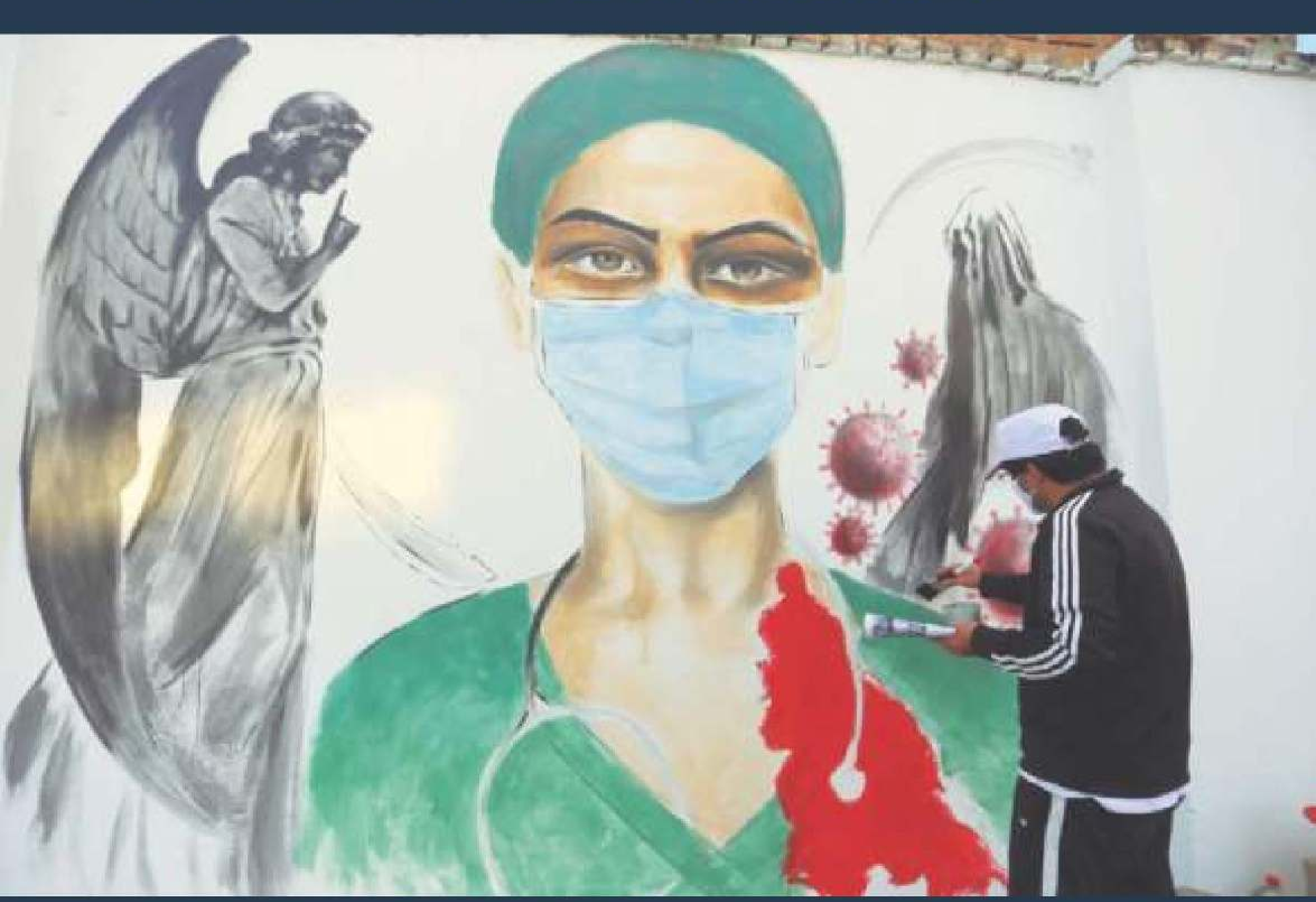
■Ojo, este párrafo es una noticia falsa.

1.3

Por muy larga que sea la tormenta,
el sol siempre vuelve a brillar entre las nubes.

Khalil Gibran[1]

PINCELADAS DE **ESPERANZA** EN UN CUADRO DE **HORROR**



1 Khalil Gibran, su nombre real era Yibrán Jalil Yibrán (1883-1931) Ensayista, novelista y poeta libanés, conocido como el poeta del exilio.

Concurso Murales del Bicentenario - Hospital Especializado Covid-19 Simón Bolívar – Cajamarca 23 de julio de 2021. El arte permite expresar nuestras emociones, darles forma, sentido y lugar. Ante un panorama lúgubre la orientación de las acciones comunicacionales se centraron en generar esperanza. No se podía negar la dolorosa situación que se vivía, no por ello, tendríamos que vivir bajo ese manto por siempre. La mejor forma de comunicar en tiempos de dolor es dirigir acciones y mensajes optimistas.

Al interior de las casas, las familias se reunían en torno a un televisor, una radio o un teléfono celular para ser partícipes de la misa, una cadena de oración, la rítmica alabanza de las cuentas del Santo Rosario o la hora de culto. Los creyentes del dios Judío abrigaban la esperanza que al clamar piedad el Divino Creador frenaría la pandemia. En las calles desiertas y silenciosos parques, los perros reinaban soberanos en un paraje dominado por miles de vehículos estacionados. El ángel de la muerte[1] circundaba urbes y campos esparciendo su macabra semilla. Se respiraba miedo. El trinar de las aves era un bálsamo que rompía la tensión del ambiente. Muchos fanáticos señalaron que la pandemia, el encierro y el uso de mascarillas era un justo y divino castigo por las propuestas pedagógicas sobre sexualidad establecidos por el Ministerio de Educación en temáticas de embarazo adolescente, violencia intrafamiliar y opción sexual[2]. Situación que generó el movimiento Con mis hijos no te metas[3], promovido por sectores conservadores.

Miles de puestos de trabajo perdidos, establecimientos comerciales cerrados, las actividades comerciales, turísticas, recreativas y educativas paralizadas. No había motivos de alegría, por el contrario, sólo tristeza. Si Cajamarca afirma ser la capital del Carnaval peruano y por ende el escenario de la fiesta más alegre del Perú, de ello sólo quedaban nostálgicos recuerdos.

El ambiente presentado no es parte de un guion fílmico distópico, por el contrario, es la descripción de los días de confinamiento[4] durante las épocas más duras de pandemia, específicamente los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto de 2020, lapso de tiempo que fue designado como la primera ola. Hablamos del acontecimiento luctuoso más grande y doloroso del siglo XXI: la pandemia Covid-19.



Segundo Cholán, trabajador de la Dirección de Salud Ambiental, responsable de las jornadas de fumigación. Calles y casas fueron recorridas por este noble caballero que representaba al soldado enfrentando al enemigo.

Es durante este periodo de terror y horror que el equipo de la Dirección de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca asume una postura pro-positiva ante los embates de la pandemia. Era fácil encerrarse en casa, asumir una actitud pasiva y esconder la cabeza, pero esa no era la esencia del trabajo desarrollado hasta el momento.

1 Ángel de la muerte o ángel de la misericordia es un término utilizado en la criminología para referirse a un tipo de asesino en serie, usualmente empleado como un cuidador o enfermero.

2 Al llegar al poder Pedro Pablo Kuczynski, encargó al ministro de educación Jaime Saavedra modif car el temario educativo para enseñar a los niños el respeto hacia cualquier inclinación sexual e igualdad de género, ante las altas tasas de agresiones a mujeres y homosexuales, incluyendo homicidios.

3 Con mis hijos no te metas movimiento social que nació en Lima, Perú, el 26 de diciembre de 2016, como oposición a las políticas públicas del gobierno peruano por su implementación del enfoque de género en la educación y en otras áreas de la administración pública como parte del Currículo Nacional 2017. Al igual que otros movimientos cristianos conservadores, nombran a esas medidas con el término «ideologia de género».

4 DECRETO SUPREMO N° 184-2020-PCM. Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19 y establece las medidas que debe seguir la ciudadanía en la nueva convivencia social.



#HéroesDeLaEsperanza Mientras el virus intenta quitarnos la vida, hay héroes que están dispuestos a salvar a los demás. Conoce a Maritza Bazán, jefa de enfermeras del Hospital COVID-19, cajamarquina entregada en la primera línea para vencer al COVID-19.

Es necesario señalar que antes de marzo 2020 el equipo de Comunicaciones organizó la mayor fiesta de Carnaval y certamen de belleza Señorita Integración en la ciudad de Celendín, marcando la pauta y estableciendo un precedente por la calidad de los espectáculos, por la programación de actividades y el nivel de involucramiento de la población.

Ese mismo equipo, durante el año 2019, fue responsable de las actividades del carnaval de Cajamarca, las festividades de Corpus Christi, el paseo de la Antorcha Panamericana, la feria artesanal turística y ganadera Fongal, el desfile escolar de Fiestas Patrias entre otros, actividades que superaron las expectativas. Esos logros tenían una palanca a favor pues se trataba de celebraciones, de actos festivos, de actividades tradicionales que gozan de simpatía popular. En el caso del Covid-19 el mayor reto era vencer el miedo de la población y recobrar confianza.

La población urgía de confiar en las autoridades, en las acciones de gobierno, en los equipos médicos y en los indicadores positivos. La única opción para vencer el miedo era la esperanza. Para el equipo de Comunicación no era sencillo establecer una campaña de sensibilización respecto del Covid-19. Tampoco existen los fundamentos o antecedentes de una campaña comunicacional, línea gráfica, tipo de mensajes o formato para notas de prensa. Con el Covid-19 se empezó de cero.

Primera luz de esperanza: los héroes

"Un héroe se aventura desde el mundo cotidiano a una región de maravillas sobrenaturales, allí se encuentran fuerzas fabulosas y obtiene una victoria decisiva. El héroe regresa de esta misteriosa aventura con el poder de otorgar bendiciones a sus semejantes".[5] Joseph Cambell[6] "Los héroes de la esperanza", fue la denominación de la primera campaña comunicacional estructurada por el la Dirección de Comunicación del Gobierno Regional de Cajamarca. El objetivo era presentar ante la población a personajes que desde su espacio hacían frente a la pandemia.

El primero de ellos fue Segundo Cholán Toledo, trabajador de la Dirección de Salud Ambiental, responsable de las jornadas de fumigación, calles y casas fueron recorridas por este noble caballero que representaba al soldado enfrentando al enemigo.

"Desde que salgo de mi hogar me encomiendo a Dios y me despido de mi familia, porque no sé si volveré a verlos. Cajamarquino, haz caso por favor, haz caso a las autoridades, nosotros (el personal de salud) haremos lo correcto, estamos preparados para destruir al virus. Pido a Dios que nos ilumine, y a ti, te pido amigo que sigas en casa para evitar la propagación",[7] exclamaba Cholán Toledo en el video elaborado por la Dirección de Comunicaciones.

El mensaje era claro y directo, personal de salud salía a las calles y arriesgaba todo por brindar protección a la población. Se fomentaban las buenas noticias, se promocionaban a los héroes anónimos y se generaba una nueva corriente de acción.

5 El héroe de los mil rostros (Título original *The Hero with a Thousand Faces)*, autor Joseph John Campbell - 1949 Bollingen Foundation Inc., Nueva York D. R. Edición en español de Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1959.

6 Joseph John Campbell (26 de marzo de 1904, Nueva York, Estados Unidos - 30 de octubre de 1987, Hawái, Id.) Mitólogo, escritor y profesor estadounidense conocido por su trabajo sobre mitología y religión comparada.

7 HéroesDeLaEsperanza. Mientras el virus intenta quitarnos la vida, hay héroes que están dispuestos a salvar a los demás. Conoce a Segundo Cholán, tecnólogo de salud ambiental, cajamarquino entregado en la primera línea para vencer al COVID-19. ¡Feliz Día héroe trabajador! Visualice en video completo en https://bit.ly/3BesGOT



#HéroesDeLaEsperanza ¡Feliz día héroes y heroínas de la esperanza! Las enfermeras no esperan un día específ co para hacer la diferencia, porque en verdad la hacen cada día al lado de sus pacientes.



#HéroesDeLaEsperanza Gracias hermanos ronderos de toda la región #Cajamarca porque con su esfuerzo, entrega y sacrif cio protegen a diario la vida de los cajamarquinos. ¡En San Marcos y otras provincias estamos derrotando al Covid-19!



#HéroesDeLaEsperanza Jaime Alarcón, el médico boliviano que cruzó fronteras para enfrentar al Covid-19. Después de varios días de viaje y peripecias en el camino ya se encuentra laborando en Cajamarca, en la primera línea de acción para afrontar la COVID-19. Este profesional de la salud, celebrará el día del Padre, defendiendo la vida de otros padres.



Conmemorando el #DíaDeLaBandera y homenajeando a NUESTROS HÉROES DE LA ESPERANZA, aquellos que están en primera línea enfrentando al virus.





El 07 de junio de 1888 [8] Perú enfrentó a Chile en los campos de Arica, se tuvo como paladines Francisco Bolognesi y Alfonso Ugarte; en el 2020 la nación enfrentaba otra guerra, ahora contra un enemigo invisible, y sus mariscales de campo eran médicos, enfermeras, efectivos de la policía, ejército y bomberos e integrantes de las rondas campesinas y urbanas.

El 07 de junio de 2020, en el marco de la celebración del Día de la Bandera, se organizó y desarrolló una verbena artístico musical en la plazuela Belén para demostrar a la población que había héroes anónimos dispuestos a dar todo por salvar a millones.

Las cartas de la esperanza, guardianas de la memoria y cauce de emociones. El Hospital Covid Simón Bolívar implementó el Buzón de la Esperanza con el objetivo de establecer comunicación entre los pacientes hospitalizados con sus familias. Los portadores Covid-19 no solo luchan contra la enfermedad, sino también con la ansiedad de estar solos y separados de sus seres queridos. En tiempos de WhatsApp se retornó al viejo arte de escribir un mensaje: papel, tinta y emociones. Las batallas contra el Covid-19 también se lucharon con sartenes, ollas y cucharones. Joselyn Aguilar Ponce,



cocinera del Hospital Especializado Covid-19 Simón Bolívar preparaba los alimentos para la recuperación de los pacientes.

08 de marzo de 2021. Día Internacional de la Mujer. Joselyn Aguilar Ponce, cocinera del Hospital Especializado Covid-19 Simón Bolívar fue reconocida "por su silencioso trabajo y lucha constante en primera línea ante el Covid-19". El gobernador Mesías Guevara entregó los

8 El 7 de junio de 1880 tuvo lugar la Batalla de Arica, en el marco de la guerra del Pacíf co, que enfrentó al Perú y Chile y por la que el país sureño se quedó con esta ciudad. El Día de la Bandera, que se celebra el 7 de junio, se creó el 30 de abril de 1924, mediante un decreto supremo promulgado por el entonces presidente Augusto B. Leguía. Previamente, en 1905, se había declarado esta fecha como Día de la renovación del Juramento de f delidad a la Bandera.

presentes a esta dama. Su labor es fundamental en la recuperación de pacientes, su esfuerzo fue visibilizado con este gesto.

08 de marzo de 2021. Día Internacional de la Mujer. Nataly Espinoza Rojas, psicóloga del Hospital Especializado Covid-19 Simón Bolívar fue reconocida por su labor de atención y soporte en salud mental a los pacientes y sus familiares. Entregó el reconocimiento la vicegobernadora angélica Bazán.



Bicentenario en Cajamarca: artistas pintan **murales en hospital** Simón Bolívar

Artistas cajamarquinos le ponen color al Bicentenario del Perú al embellecer el cerco perimétrico del hospital Covid 19- Simón Bolívar de la ciudad de Cajamarca, en el concurso de murales organizado por el gobierno regional como parte de las actividades conmemorativas por los 200 años de la Independencia.

Con el concurso se busca rendir homenaje a los héroes de la pandemia de la covid 19, plasmar las tradiciones de esta región - reactivando las actividades artísticas y culturales- y convirtiendo el muro del nosocomio en un lienzo con estampas cajamarquinas.

Los participantes pasaron por un tamizaje covid 19 con resultados negativos e inmediatamente comenzaron a plasmar su arte en los murales y, según las bases, deben culminar los trabajos hoy viernes 23 para proceder con la calif cación y premiación mañana sábado 24 a las 16:00 horas. Se premiará los 3 mejores trabajos con 8,000, 4,000 y 2,000 soles.

La temática está enfocada en dos aspectos: la historia, cultura y costumbres cajamarquinas (resaltando los hechos que se dieron en esta región en el marco de la independencia del Perú), y la pandemia ocasionada por el coronavirus (un reconocimiento al personal de salud que lucha con valentía y dedicación arriesgando su vida y la de su familia).



Bicentenario en Cajamarca: artistas pintan murales en hospital Simón Bolívar

Concurso es organizado por el gobierno regional

Artistas cajamarquinos **pintan murales** de hospital COVID-19 Simón Bolívar

Como parte de las actividades conmemorativas por los 200 años de la Independencia, artistas de la región Cajamarca embellecieron el cerco perimétrico del hospital COVID-19 Simón Bolívar, en el concurso de murales organizado por el Gobierno regional.

Los participantes pasaron por un tamizaje para descartar COVID-19. Con los resultados negativos, comenzaron a plasmar su arte en los murales y hoy, sábado 24 de julio, se realizará la premiación de los ganadores a las 4.00 p. m. Asimismo, se conoció que se reconocerá los tres mejores trabajos con 8.000, 4.000 y 2.000 soles.

La temática está enfocada en estos aspectos: la historia, cultura, costumbres cajamarquinas (resaltando los hechos que se dieron en esta región en el marco de la independencia del Perú), y la pandemia ocasionada por el virus (un reconocimiento al personal de salud que lucha con valentía y dedicación arriesgando su vida y la de su familia).


La República

Artistas cajamarquinos pintan murales de hospital COVID-19 Simón Bolívar

La temática está enfocada en los siguientes aspectos: la historia, cultura, costumbres cajamarquinas y la pandemia ocasionada por el virus.

Como parte de las actividades conmemorativas por los 200 años de la Independencia, artistas de la región Cajamarca embellecieron el cerco perimétrico del hospital COVID-19 Simón Bolívar, en el concurso de murales organizado por el Gobierno regional.

Artistas pintan murales por el bicentenario en Hospital Simón Bolívar de Cajamarca

Un grupo de artistas cajamarquinos pintaron murales alrededor del Hospital Simón Bolívar, en una actividad organizada por el Gobierno regional, en modalidad de concurso, en el marco de las celebraciones por el bicentenario de la independencia.

El tema a retratar se enfocó en dos aspectos, que son la historia, cultura y costumbres cajarmarquinas; y por el otro lado debía ser relacionado a la pandemia por el coronavirus, como un reconocimiento a los héroes del sector salud que luchan diariamente y ponen su vida en riesgo.

Los participantes, que previamente pasaron por exámenes de descarte de COVID-19, deberán culminar sus trabajos hoy, viernes 23 de julio, para proceder con la etapa de calif cación y posterior premiación, que será el sábado 24 de julio, a las 4 p. m., a los tres mejores murales con premios de 8000, 4000 y 2000 soles.


tvpe

1.4

No es la especie más fuerte la que sobrevive, ni la más inteligente, sino la que responde mejor al cambio. Nos guste o no, hay que adaptarse al cambio.

Charles Darwin.[1]

PARA **ADAPTARSE** AL VIRUS, **YO ME APUNTO**



Parque Las Flores – barrio san José. Equipo de enfermeras que realizaron el barrido casa por casa de pacientes Covid-19. Parte de las acciones Yo me Apunto, que organizó y dirigió el Gobierno Regional de Cajamarca.

1 Charles Robert Darwin (12 de febrero de 1809, Sherewsbury, Inglaterra - 19 de abril de 1882, en Downe, Id.) Considerado el padre de la Teoría de la Evolución, una de las teorías científ cas más importantes y de mayor trascendencia en la historia de la humanidad.

El lunes 29 de junio de 2020 surge el plan de acción rápida Yo me apunto para la detección y tratamiento de pacientes Covid-19. El virus estableció una nueva normalidad, pues bien, era momento de darle normalidad a las acciones para afrontarlo.

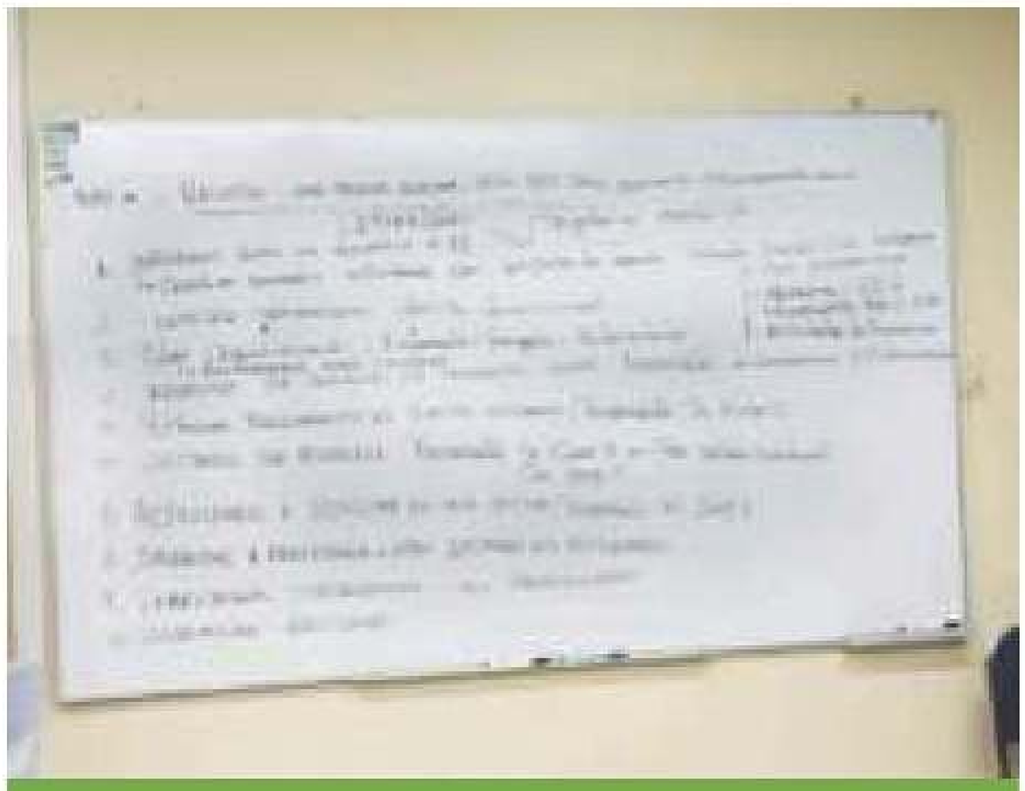


Ciudad de Jaén. Lunes 29 de junio de 2020, 09:00 horas. Sala de reuniones del Hospital General de Jaén. El gobernador Mesías Guevara se reúne con la directora del nosocomio Diana Bolívar Jo, y el equipo de la Dirección de Salud para establecer el plan Yo me apunto.



Ciudad de Cajamarca. Lunes 29 de junio de 2020, 21:00 horas. Sala de reuniones del Gobierno Regional de Cajamarca, el gobernador Mesías Guevara se reúne con la directora del Hospital Regional Docente de Cajamarca, Doris Zelada Chávarry, el subdirector del nosocomio José Roncal; y funcionarios de la Dirección Regional de Salud Jorge Bazán Mayra, Víctor Zavaleta Gavidia y Enrique Vargas Rojas.

Las acciones de ***Yo me apunto*** fueron planificadas el lunes 29 de junio de 2020 en las ciudades de Jaén y Cajamarca. El gobernador Mesías Guevara se reunió con los funcionarios de salud para establecer una acción rápida a fin enfrentar la pandemia. En Jaén se dio la primera reunión a las 9 de la mañana, doce horas después, la replicó esta junta de trabajo en Cajamarca. ***Yo me apunto*** es una estrategia de salud informativa, preventiva y de intervención a cargo del personal de salud en coordinación con los dirigentes vecinales. Se desarrollan charlas informativas que permiten conocer la sintomatología de casos, el adecuado tratamiento, la identificación y el seguimiento de casos, del portador y sus contactos directos. La aplicación de pruebas rápidas fue focalizada a personas que tuvieron contacto con pacientes positivos, son vulnerables o tienen alguna comorbilidad.



***La primera pizarra de trabajo, una verdadera acta de nacimiento**: Reunión del 29 de junio de 2020 a las 9 de la noche.* Reunión: Ing. Mesías Guevara, Hospital Regional Docente de Cajamarca, Red de Salud, Epidemiología de la Dirección Regional de Salud



El primer notario. El doctor Jhony Delgado Clavo fungió escribano para las coordinaciones de las acciones Yo me apunto. Delgado asumiría luego la dirección del hospital especializado Simón Bolívar y luego la Dirección de Salud Chota.

1. Brigadas Covid en Cajamarca: # 11 – Brigadas en mercado: 07
   Coordinar acciones y actividades con dirigentes de barrios.
2. Protocolo de tratamiento: cartilla comunicacional
3. Plan comunicacional: Infórmate. Protégete. Autocuidado
   (Responsables Gobierno Regional de Cajamarca y Dirección Regional de Salud)
4. Abordaje de contactos de paciente Covid. Responsable de intervención: Epidemiología.
5. Relación de Presidentes de Juntas Vecinales. Responsable Víctor Zavaleta.
6. Sectores por micro red. Responsable Dr. Edwar Mundaca y Coronel Jorge Torres
7. Actividades a realizar en cada sector. Responsable Jorge Bazán Mayra.
8. Involucrar a Ministerios u otros sectores en actividades.
9. Fabricación, distribución de tratamiento protocolizado.
10. Digitalización: GeoCovid.
11. Pacientes Covid – aislamiento obligatorio
12. Hospital virtual
13. Cronograma de actividades
    - Punto 01 : sábado 04 de julio (mercado Central)
    - Punto 02 : miércoles 01 de julio (mercado San Sebastián)
    - Punto 03 : miércoles 01 de julio (barrio La Merced)
    - Punto 06 : miércoles 01 de julio (barrio Cumbe Mayo)
    - Punto 07 : martes 30 de junio (Chontapaccha – San José)
    - Punto 08 : miércoles 01 de julio (Centro de salud Magna Vallejo)
    - Punto 09 : miércoles 01 de julio (Centro de salud Tulpuna)
14. Lugares de reuniones / responsable Víctor Zavaleta
15. Reunión con brigadistas.



El martes 30 de junio de 2020, 09:00 horas. El Gobierno Regional de Cajamarca inició la operación Yo me apunto, jornadas de intervención comunitaria para la detección y tratamiento tempranos de portadores COVID-19.

INICIA LA CACERÍA DE VIRUS

Yo me apunto tenía como idea central la detección temprana de casos, siendo la primera estrategia real y efectiva para frenar la pandemia Covid-19. El diseño de plan era sencillo, una campaña de salud comunitaria, se realizaba un despistaje rápido a través de triaje (medición de peso, temperatura y presión arterial), se entrevistaba al paciente (antecedentes o padecimientos de diabetes, problemas renales, hepáticos, digestivos, infecciones de transmisión sexual y sus contactos con personas portadoras), se tamizaba con prueba rápida (test tipo cassett con una gota de sangre).

Si el paciente era portador recibía medicamentos (azitromicina, ivermectina, paracetamol), un saco con víveres (conservas de pescado, arroz, fideo, azúcar, embutidos, menestras, leche evaporada), y de inmediato se comunicaba a la familia y círculo de amistades.

Yo me apunto es una estrategia de salud informativa, preventiva y de intervención rápida a cargo del personal de salud en coordinación con los dirigentes vecinales. Se desarrollaron charlas informativas que permiten conocer la sintomatología, el adecuado tratamiento la identificación y el seguimiento del portador y contactos directos. El objetivo es brindar tratamiento clínico soporte psicológico y monitoreo de evolución en forma presencial y digital, el celular se convirtió en el soporte de apoyo logístico para evaluar a la población.

Las jornadas de Yo me apunto tuvieron éxito pues permitieron salvar vidas. Al detectar de forma oportuna y tener asesoría médica se evitaba la complicación de cuadros clínicos por automedicación o el uso de oxígeno medicinal sin prescripción. Yo me apunto significó poner el hombro, ser parte de la solución, cambiar la mirada frente al panorama sombrío que se presentaba. Las jornadas de Yo me apunto marcaron la hoja de ruta la Operación Territorial de Ayuda para el Tratamiento y Aislamiento frente al COVID-19, conocida como Operación Tayta, ejecutada por las Fuerzas Armadas. El modelo que siguieron es la estrategia Yo me apunto.



Las jornadas de Yo me apunto tuvieron éxito pues permitieron salvar vidas, signif có poner el hombro, ser parte de la solución, cambiar la mirada frente al panorama sombrío que se presentaba.



Se articularon esfuerzos. Efectivos de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional acompañaron a personal de salud casa por casa para realizar la identif cación de pacientes Covid-19.

Cajamarca marcó la pauta en cómo afrontar la pandemia, la focalización y tratamiento de los casos.

Acciones como Yo me apunto permitieron que la población rompiera el binomio Covid-Muerte. La ayuda llegaba casa por casa, se atendían casos de forma oportuna, se entregaban medicamentos gratuitos y supervisaba el proceso de recuperación gracias al monitoreo vía mensaje de texto o WhatsApp. Diagnóstico, monitoreo y alta médica llegaban a los celulares de los pacientes generando precedente en la telemedicina.

Las campañas Yo me apunto permitieron acercar a los profesionales de salud a los grupos más vulnerables, y cada día de trabajo, cada atención realizada quedó registrada por el equipo de Comunicaciones, y gracias a la difusión de estas actividades se abrió puertas de esperanza para la población que vivía aterrada.

La mejor fórmula de comunicación en tiempos de pandemia fue informar acerca de la capacidad de respuesta y atención por parte de los profesionales de salud. El equipo de Comunicación empezó a marcar la pauta en agenda periodística, pues se difundieron notas referentes a recuperación de pacientes, a implementación de salas Covid-19, a jornadas de despistaje y atención, y en el plano económico, la reactivación de flujo comercial significó un alivio para los pequeños y micro empresarios. Vender esperanza es la base de la comunicación en tiempos de pandemia.

La ruta del oxígeno tuvo acogida entre la población pues se demostró que no todos los pacientes Covid requerían del insumo y que la automedicación era el peor de los caminos para recobrar la salud. Las campañas comunicaciones dirigidas por el equipo de Comunicaciones tuvieron éxito, y uno de los pilares de este logro fue descentralizar acciones.

De forma simultánea, iniciaba la jornada de despistaje en las trece provincias de Cajamarca, y así en las capitales distritales y hasta en centros poblados. Cada transmisión en vivo sobre las campañas Yo me apunto o la ruta del oxígeno – difundidas desde cualquier punto de la región a través de la fan page del Gobierno Regional de Cajamarca permitió empoderar a la población con la idea de afrontar la pandemia y vencerla.

El golpe de la pandemia más que físico era psicológico. En un primer momento ser diagnosticado con Covid-19 significaba sentencia de muerte esta posición fue revertida porque llegó el despistaje y los tratamientos, se difundieron las historias de superación y se asumió que el Covid golpea pero podemos devolver ese golpe.

La conmemoración del Día Internacional de la Mujer 2021 tuvo un toque distinto a cualquier otra ceremonia. Joselyn Aguilar Ponce responsable de cocina y Nataly Espinoza Rojas a jefa del departamento de psicología del Hospital Covid-19 Simón Bolívar fueron reconocidas por su labor.

Si Joselyn Aguilar preparaba los alimentos para la recuperación de los pacientes Covid-19, Nataly Espinoza les renovaba el ánimo. Alimento físico y espiritual, ambos componentes del ser humano, ambos aspectos fundamentales a la hora de afrontar las peripecias de la vida. Se reconoció a mujeres ejemplares, a mujeres luchadoras, a quienes estaban en las trincheras contra el Covid-19, pero su labor no era tan visible como la desplegada por médicos, enfermeras, personal militar o policial.



Las jornadas Yo me apunto permitieron que la población rompiera el binomio Covid-Muerte. La ayuda llegaba casa por casa, se atendían casos de forma oportuna, se entregaban medicamentos gratuitos y supervisaba el proceso de recuperación gracias al monitoreo vía mensaje de texto o WhatsApp.



Marcamos la hoja de ruta. La Operación de Territorial para el Tratamiento y Aislamiento frente al Covid-19, conocida como Operación Tayta, ejecutada por las Fuerzas Armadas se basó en el modelo de Yo me apunto. Cajamarca marcó la pauta en cómo afrontar la pandemia, la focalización y tratamiento de los casos.



Se entregaron víveres a los pacientes Covid en situación de pobreza y pobreza extrema, una forma de proteger a la comunidad de mayores contagios, se garantizaba que los pacientes y las familias permanecieran en aislamiento.



La campaña llegó a todos en todos los lugares. El objetivo de brindar tratamiento clínico, soporte psicológico y monitoreo de evolución en forma presencial y digital.



Los equipos que nunca descansaron. Personal de salud a nivel de funcionarios y servidores demostraron profesionalismo en todo momento.

Gobierno Regional llega a **barrios populosos** de Cajamarca para **vacunar** contra **la Covid-19**



gob.pe

Gobierno Regional Cajamarca

Gobierno Regional Llega A Barrios Populosos De Cajamarca Para Vacunar Contra La Covid-19

Nota de Prensa

Equipos de avanzada y brigadas de vacunación iniciaron 'barrido' en barrio Mollepampa.

16 de noviembre de 2021 - 12:00 a. m.

El Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Dirección Regional de Salud inmuniza a la población contra la Covid-19. Una de las estrategias adoptadas es 'casa por casa' instalando puntos móviles en lugares estratégicos de la zona urbana.

El Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Dirección Regional de Salud inmuniza a la población contra la Covid-19. Una de las estrategias adoptadas es 'casa por casa' instalando puntos móviles en lugares estratégicos de la zona urbana.

El personal del Servicio de Atención Móvil de Urgencias (SAMU), Equipos de Intervención Integral y de la Red Integrada de Salud Cajamarca intervino 985 viviendas y tamizó a 2 246 personas del sector 14 del barrio Mollepampa.

Agrupados en equipos de avanzada buscaron identif car a aquellos quienes aún no cumplieron con vacunarse contra la SARS-Cov-2. Luego 22 brigadas de vacunación inmunizaron en unas horas a 796 personas en sus mismos hogares y en puntos móviles instalados.

Similar intervención continuará este miércoles, jueves y viernes, respectivamente, en los sectores 14, 19 y 12 del mismo sector de la ciudad. En las siguientes semanas se llegará a los demás barrios y sectores de la ciudad.

1.5

"Y en un lirio, voraz, mi sangre, como un virus, beberás!... la sangre que extrajera mi sanguijuela azul! ... Queda un olor de tiempo abonado de versos".

César Vallejo[1]

DOLOR INMINENTE



1 César Vallejo (Santiago de Chuco, 16 de marzo de 1892-París, 15 de abril de 1938) poeta y escritor peruano. Considerado uno de los mayores innovadores de la poesía universal del siglo XX.

Este virus llegó a Cajamarca y empezó su demencial propagación registrando más de 100 mil infecciones y 5 mil decesos. El Covid-19 pudo arribar en avión, en un camión de frutas, en una combi, en una bicicleta, con un peatón, pudieron ser todas las formas a la vez. Imposible determinar cómo se f ltró el virus en nuestra frontera.

La palabra virus[1], desde sus más remotos orígenes, tiene un significado relacionado a los malos olores, la repulsión, lo venenoso, lo nocivo y mortal. Agente de muerte. Curiosamente, un virus no puede morir porque ya está muerto. Es una forma intermedia entre la vida y la materia inerte, incapaz de auto-reproducirse, puede cristalizarse, no respira ni tiene metabolismo[2]. El filósofo hispano Jesús Mosterín[3], definió al virus como el conjunto unitario de instrucciones que se ejecutan en una célula anfitriona.

Sucede lo mismo con los programas informáticos malignos, conocidos como virus, que por sí mismos no hacen nada, pero una vez dentro de un ordenador y activado un programa desencadena el caos en las computadoras. Al parecer, aprendimos el concepto, no así la cura oportuna, por desgracia no hay actualización de antivirus para el Covid-19[4] vía Internet.

Partiendo de esas curiosas contradicciones intentamos comprender que sucede ahora en Cajamarca con la pandemia por el virus Covid-19 o coronavirus. Este conjunto unitario que inició – de manera oficial - su mortal carrera el 12 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan[5], en China, donde se reportaron de 40 casos de neumonía de etiología[6] desconocida en la ciudad china de Wuhan, de los cuales 11 se encontraban en estado de gravedad.

Luego de una semana se atribuyó el origen del brote a un nuevo tipo de coronavirus (SARS-CoV-2), desde ese momento, los peores presagios apocalípticos se hicieron realidad azotando a 188 países, infectando a más de 27 millones de habitantes, cegando la vida de casi un millón, según las primeras estimaciones de la Universidad Johns Hopkins (Estados Unidos).



Sede del Gobierno Regional de Cajamarca, 15 de marzo de 2020, 07:00 de la noche. El gobernador Mesías Guevara anunció el "cerco regional". La policía Nacional, el Ejército, serenazgo, personal de agricultura, salud, rondas campesinas y urbanas controlaron la circulación de vehículos de carga de alimentos y productos de primera necesidad.

El 11 de marzo de 2020, en Ginebra (Suiza) el Director General de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus[7], hizo oficial la declaratoria de pandemia por coronavirus (COVID-19)[8]. La OMS había

1 La palabra virus proviene del latín "virus" que signif ca "toxina" o "veneno", originalmente era un adjetivo para los malos olores emanados de las heridas, ej. olor viral.

2 VARONA, Revista Científ co-Metodológica, No. 61, julio-diciembre, 2015. // Los virus, ¿son organismos vivos? Discusión en la formación de profesores de Biología.

3 Jesús Mosterín (Bilbao, España 1941) conocido por sus reflexiones sobre la frontera entre ciencia y f losofía – con la racionalidad como factor común –, destacan sus aportes en la lógica, la epistemología, la f losofía de la biología, la bioética y la antropología.

4 Enfermedad respiratoria muy contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2. Se piensa que este virus se transmite de una persona a otra en las gotitas de saliva que se dispersan cuando la persona infectada tose, estornuda o habla.

5 Wuhan, capital de la provincia de Hubei y la ciudad más poblada en la zona central de la República Popular China. Tiene una población aproximada de 11 millones de habitantes en un área de 8 467 km².

6 Estudio sobre las causas de las cosas. Parte de la medicina que estudia el origen o las causas de las enfermedades.

7 Tedros Adhanom Ghebreyesus (Asmara, 3 de marzo de 1965) investigador de sanidad pública y político etíope. Desde 2017 es el director general de la Organización Mundial de la Salud. Es investigador sobre la malaria y tiene un doctorado de la Universidad de Nottingham en salud comunitaria.

8 "En la OMS (...) estamos profundamente preocupados tanto por los niveles alarmantes de propagación y gravedad, como por los niveles alarmantes de inacción. Por lo tanto, hemos evaluado que COVID-19 puede caracterizarse como una pandemia. Describir la



24/03/2020. "Con mucha preocupación, con mucha pena y consternación, tengo la obligación de informar a la región Cajamarca y al pueblo peruano, que después de haber enviado las muestras a Lima, hemos recibido hoy los resultados de un paciente que ha dado positivo", expresó la autoridad regional en conferencia de prensa.

declarado el 30 de enero de 2020 el estado de emergencia de salud pública de preocupación internacional, un preludio al caos que estaba a punto de desatarse.

El viernes 6 de marzo de 2020 se confirmó el primer caso de coronavirus en el Perú, y cinco días después un militar en retiro, de 78 años, con antecedentes clínicos de hipertensión arterial se convirtió en la primera víctima, había regresado de un viaje a España. A la fecha en el territorio nacional se han reportado 4 millones de contagiados y más de 220 mil muertos.

En Cajamarca, el 15 de marzo de 2020, a las 07:00 de la noche, desde los ambientes de la sede regional, en mensaje a la población de las 13 provincias el gobernador Mesías Guevara anunció el llamado "cerco regional", acción que se enmarca en las disposiciones de aislamiento social e inamovilidad.

Se fortaleció el primer nivel de atención con equipos de respuesta rápida a cargo de la vigilancia epidemiológica y la atención de los casos detectados, así como seguimiento de contactos. Se implementaron servicios de triaje diferenciado para casos sospechosos de Covid-19 en los centros de salud de los distritos y provincias cajamarquinas.

Este virus llegó a Cajamarca y empezó su demencial propagación registrando más de 100 mil infecciones y 5 mil decesos. El covid-19 pudo arribar en avión, en un camión de frutas, en una combi, en una bicicleta, con un peatón, pudieron ser todas las formas a la vez. Imposible determinar cómo se filtró el virus en nuestra frontera.

El 24 de marzo de 2020, a las 10:30 horas, en el auditorio de la Dirección Regional de Salud Cajamarca, el gobernador Mesías Guevara, acompañado Doris Zelada Chávarry (entonces directora del Hospital Regional Docente de Cajamarca), Hans Huayta Campos (director de la Red Asistencial EsSalud Cajamarca), el médico epidemiólogo Víctor Zavaleta Gavidia y el subdirector regional de salud Enrique Vargas Rojas, informó sobre el primer caso positivo de Covid-19 en Cajamarca.

Alejandro Gálvez Cabrejo, de 64 años de edad, ex concejal provincial de Cajamarca (2007 - 2010), ex presidente del Patronato del Carnaval de Cajamarca (2007) y directivo del Club de Leones fue el paciente cero. Proveniente de un periplo por Colombia presentó síntomas, al ser

situación como una pandemia no cambia la evaluación de la OMS de la amenaza que representa este virus. No cambia lo que está haciendo la OMS, y no cambia lo que los países deberían hacer. En estos momentos hay más de 118 000 casos en 114 países, y 4 291 personas han perdido la vida. Nunca antes habíamos visto una pandemia provocada por un coronavirus. Y nunca antes hemos visto una pandemia que pueda ser controlada al mismo tiempo".

evaluado con prueba molecular se pudo diagnosticar su estado y su nombre quedó grabado como el primer cajamarquino infectado por Covid-19.

"Es un choque fuerte saber que estas infectado por Covid. No le deseo a nadie esta situación, te pones a pensar que puedes morir, porque no hay vacuna ni medicamentos para este mal. Escuchas a diario la muerte de personas, es dramático pero es ahí cuando necesitamos la mejor versión de la persona que se enferma, para enfrentar el problema con fe y esperanza en Dios, con fuerza de voluntad y disciplina. Sabes que no puedes derrumbarte porque tienes una familia", manifestó en entrevista al programa Consultorio Médico de Santa Mónica Radio, una vez que recuperó la salud.

Imposible establecer si antes de Alejandro Gálvez algún ciudadano tuvo la enfermedad y cómo la afrontó, que contactos directos y lo más importante saber si logró sobrevivir o no. Gálvez afrontó la enfermedad y pudo sobrevivir para contar su experiencia, una luz de esperanza en un panorama cada vez más aterrador.

El 13 de abril de 2022, a las 14:50 horas, en el hospital Simón Bolívar, Cajamarca registra primer fallecido por Covid-19, se trató de un joven de 36 años de edad, procedente de la provincia de Santa Cruz. Su cuadro clínico era complicado, problema de sobrepeso (obesidad mórbida) y la diabetes que padecía fueron los detonantes que cegaron su vida. Según su historial médico contrajo la enfermedad en la ciudad de Chiclayo, a donde conducía con regularidad un camión con carga de alimentos.

Las primeras líneas

"Si no conocemos Historia volveremos a cometer los mismos errores", proclamó el emperador Bonaparte[9], pero del Covid recién se escriben las primeras líneas en el inmenso libro de Historia Universal y sin duda habrá mucho por corregir, agregar y discrepar. Habrá momento para los juicios y reconocer los errores pero también para valorar aquello que permitió salvar vidas. Se logra avanzar en base al viejo método de ensayo – error, porque hasta el momento, no existe en el mundo un epidemiólogo especialista en Covid-19. Cualquier científico que se irrogue dicho el título sólo miente.

El inicio del milenio tiene como mancha negra al Covid. Al final de esta pesadilla médicos, enfermeras, químicos, autoridades, comunicadores, historiadores, artistas, amas de casa podrán narrar y describir como afrontaron este azote de Dios. Se podrá dejar un legado para nuevas generaciones que sin duda alguna, tarde o temprano, afrontarán nuevos embates, que "Abren zanjas oscuras//en el rostro más fiero y en el lomo más fuerte.//Serán tal vez los potros de bárbaros Atilas;//o los heraldos negros que nos manda la Muerte.//[10]



Paciente cero. Alejandro Gálvez Cabrejo (64), ex regidor de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, ex presidente del Patronato de Carnaval y directivo del Club de Leones fue el paciente cero. En 2020, estuvo entre el 4 y al 8 de marzo a la ciudad de Bogotá (Colombia) y retornó a nuestro país el 09 de marzo, tomándose una muestra de descarte del COVID-19 en el Hospital II de EsSalud Cajamarca el 20 de marzo.

Registros fotográficos, diarios de investigación, reportes periodísticos, bitácoras de atención, etcétera, todo el acervo sobre Covid-19 será la plataforma de consulta para las próximas generaciones, cuando nuevos virus – que nadie dude que emerjan – ataquen a la humanidad. Nos toca ser testigos, víctimas y héroes. No olvidemos, que también surgen los indiferentes, quienes no hacen nada, aquellos que convierten la Historia en poco menos que una mofa.

Los sistemas de salud, considerados los más modernos, fracasaron. La situación en Italia, España y Estados Unidos se volvió apocalíptica en cuestión de semanas. La naturaleza nos demuestra que es la mejor asesina serial cuando se lo propone, y no necesita etiquetas subversivas, ni mucho menos sesgos políticos, para poner a todos de rodillas e indefensos, demostrando qué tan frágiles somos.

La única alternativa eficaz ante una epidemia es el aislamiento, cerrar fronteras, bloquear caminos e impedir el comercio. Pero el mundo es globalizado y no se pudo tomar medidas de este tipo sino hasta avanzada la situación.

Cajamarca se aisló desde el quince de marzo, y el sistema

9 Napoleón I Bonaparte (Ajaccio, 15 de agosto de 1769 - Longwood, 5 de mayo de 1821) militar y estadista francés, general republicano durante la Revolución francesa.

10 Del poema "Los heraldos negros" publicado en 1918 - autor César Vallejo.



El 13 de abril de 2022, a las 16:00 horas. El gobernador Mesías Guevara lamentó este hecho que enluta a la región. "Se registra la primera víctima por Covid-19 en Cajamarca, asumamos con mayor compromiso el aislamiento social obligatorio. Sentidas condolencias a sus familiares".

de tranqueras en las carreteras, vigilado por rondas, policía y ejército fue la mejor opción. Además, hubo presencia de médicos y enfermeras en los puntos de control para identificar a los potenciales pacientes.

¿Qué se ganó con el cerco regional? la respuesta es sencilla: tiempo. Ese tiempo permitió identificar escenarios de acción para implementar y equipar nosocomios, contratar personal médico y asistencial, gestionar medicamentos e insumos.

Se requería un hospital donde atender a los pacientes Covid, lo que implica contar con médicos, enfermeras y personal de soporte. Paralelo, adquirir equipos para atención como camas, sistemas de monitoreo, tanques de oxígeno y equipos para protección del personal. Los otros escenarios eran un cementerio, pues se iban a registrar fallecimientos, y albergues para quienes, siendo portadores de la infección, pero no requerían de hospitalización, pero sí aislamiento.

El Covid iba a llegar a Cajamarca. Nadie se salva de una gripe y el Covid es precisamente un virus que genera gripe, con una particularidad, produce un Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS-Covid).

Asimismo, ganar tiempo con el cerco regional, permitió lo más importante: establecer un tratamiento. En Cajamarca, los médicos del hospital Covid Simón Bolívar, determinaron que los sospechosos de Covid serían diagnosticados en base al estudio de placas torácicas. La prueba rápida era un indicador pero la placa era el mayor respaldo para iniciar inmediatamente el tratamiento.

Recordemos que las pruebas rápidas tenían un reactivo en vías de perfeccionamiento, los test eran la mejor opción para realizar los muestreos de campo y elaborar cuadros estadísticos de incidencia y fases de la pandemia. Con el paso del tiempo se mejorará la fiabilidad, pero es un camino, un proceso a seguir.

Universos paralelos

Paralelamente a los casos clínicos, surgieron las más elaboradas teorías sobre el origen de este virus, desde la ingesta de murciélagos hasta los experimentos de laboratorio que salieron de control, a esto se añadió la constante morbosidad de crear conspiraciones internacionales con fines de dominación del mundo. Películas sobre crisis mundial y conspiraciones universales hay y habrán muchas, todas con argumentos más o menos creíbles, peor o mejor realizadas, pero son ficción y como ha quedado demostrado, la realidad supera cualquier afiebrado libreto cinematográfico. Un film tiene una escena final, la pesadilla del Covid-19 se hace eterna.

Hasta el momento no existen certezas sobre el origen de este virus y los estudios más serios darán resultados dentro de diez o quince años. La ciencia no admite ambigüedad y se requiere del estudios de cientos de miles de casos – en un periodo no menor a 10 años - para emitir conclusiones fiables y tener respuestas serias.

El Covid-19 vino desde tierras orientales, vio un paraje acogedor y venció a todos cuantos pudo. Según estimaciones son 174 millones de personas en el mundo infectadas, y 4 millones de fallecidos. Se demuestra nuevamente, que los más grandes conquistadores, los mejores estrategas, los más célebres genocidas no llevan galones militares, ni cursan ciencias militares, simplemente tienen un diámetro de 120 nanómetros y un peso de 0,000000000000001 gramos (un femtogramo)[11].

11 https://hipertextual.com/2021/06/coronavirus-peso



Primeras coordinaciones. Plataforma de Defensa Civil y Consejo Regional de Seguridad Ciudadana.



Primera lista de asistentes a la reunión extraordinaria de la plataforma de Defensa Civil y Consejo Regional de Seguridad Ciudadana. Agenda: COVID. Fechada 16 de marzo de 2020, a las 4 de la tarde. Presidió la reunión el gobernador Mesías Guevara Amasifuén, como secretario técnico el Coronel EP (r) Jorge Torres Monteza, director de la Of cina de Defensa Nacional.

EN DETALLE, PARTICIPANTES:

José Lino Gutiérrez Mantilla, **Gerente General. E.P.S. SEDACAJ S.A.**

Erick Montoya, **Ejército del Perú**

Gustavo Espinoza, **Ejército del Perú**

Miranda Villalobos, **Ejército del Perú**

Patricia García, **Sanidad PNP**

Juan Quispe, **Osinermin**

Violeta Ramos, **Hospital Simón Bolívar**

Gloria Barboza, **Hospital Simón Bolívar**

Milagros Tacilla, **Hospital Simón Bolívar**

Edin Huamán, **Policía Nacional del Perú**

Roger Rodríguez, **Policía Nacional del Perú**

Jorge González, **Municipalidad Provincial de Cajamarca**

José Alarcón Zamora, **Dirección Regional de Educación**

Hugo Reyna Goicochea, **Colegio de Periodistas del Perú**



Sede del Gobierno Regional de Cajamarca. 16 de abril de 2020, 11:00 horas. Se constituye el Comando Covid-19 Cajamarca, presidido por el gobernador Mesías Guevara Amasifuén, teniendo como soportes técnicos a la Dirección Regional de Salud, la red asistencial EsSalud y la Of cina de Seguridad y Defensa Nacional. Asimismo, efectivos de la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos y el Ejército brindarían seguridad. La gerencia de Desarrollo Regional de Desarrollo Económico sería el ente a cargo de monitorear el flujo comercial. La Dirección de Educación tendría que velar por el cumplimiento de labores académicas apelando a la tele-educación.



El 16 de abril de 2016 a las 11 de la mañana, en la sala de Gobernación del Gobierno Regional de Cajamarca se suscribió el acta de conformación del Comando de Operaciones Regional Covid-19. Firmaran el gobernador Mesías Guevara, el Coronel EP (r) Jorge Torres como director de la Of cina de Seguridad y Defensa Nacional, Pedro Alejandro Cruzado Puente como director Regional de Salud, Walter Enrique Vargas rojas como subdirector de salud, Hans Huayta como director de la Red Asistencial de EsSalud Cajamarca, el General PNP Ricardo Trujillo Cornejo jefe de la región policial y el teniente Coronel EP Adhelmar Rebaza Vargas comandante del Batallón de Infantería Zepita No. 07.



El Centro de Operaciones de Emergencia Regional tenía un control de cada uno de los casos registrados. Se hacía el respectivo seguimiento, tomando en cuenta el origen del paciente, el lugar de contagio y la ruta que realizó. Permitió tener data de primera mano de cómo se expandía el virus. Era imposible detenerlo, pero no aplazar su impacto mientras de armaban las trincheras de defensa.

Coronavirus: Región Cajamarca **respalda aislamiento** obligatorio y fortalece **prevención**

Gobernador Mesías Guevara insta a población a cumplir medidas y coordina prevención con regiones vecinas


Coronavirus: región Cajamarca respalda aislamiento obligatorio y fortalece prevención

Gobernador Mesías Guevara insta a población a cumplir medidas y coordina prevención con regiones vecinas

El gobernador regional de Cajamarca, Mesías Guevara Amasifuén, respaldó el aislamiento social obligatorio y otras medidas adoptadas por el Ejecutivo para evitar la propagación del coronavirus Covid-19 en el país.

En diálogo con la Agencia Andina, la autoridad regional consideró que el aislamiento obligatorio que rige desde ayer, entre las 20:00 y las 05:00 horas, constituye una medida necesaria en el marco del estado de emergencia dispuesto por el gobierno nacional, en vista del incumplimiento por un sector de la población que no toma conciencia de la gravedad de la situación debido a esta pandemia.

En ese sentido, el gobernador ref rió que anoche estuvo liderando un recorrido por diversas zonas de la ciudad de Cajamarca, junto con otras autoridades de la Policía Nacional, Ejército y municipales, a f n de verif car el cumplimiento del aislamiento social obligatorio.

Entre las zonas donde se ha fortalecido la vigilancia regional se encuentran los límites con los departamentos vecinos, donde solo se permite la circulación de vehículos de carga que transportan alimentos y productos de primera necesidad, indicó.

Dio a conocer que el nivel de acatamiento de la restricción del desplazamiento de personas, al cuarto día de vigencia del estado de emergencia, asciende al 90 %.

Asimismo, desde la entrada en vigor del aislamiento social obligatorio, las fuerzas del orden han intervenido a alrededor de 360 personas en toda la región Cajamarca.

Recordó que estas medidas y otras fueron establecidas en el Decreto Regional emitido tras el acuerdo adoptado por el Consejo Regional de Seguridad Ciudadana que preside el gobernador regional.

1.6

"Cuando haya sangre en las calles, compra propiedades"

Barón James Mayer de Rothschild[1]

LA **FIEBRE** DEL PAPEL **HIGIÉNICO**



1 Barón James Mayer de Rothschild (Fráncfort del Meno, Alemania, 15 de mayo de 1792 - París, Francia, 15 de noviembre de 1868) Banquero francés. Consejero de dos reyes de Francia y llegó a ser el banquero más poderoso del galo, después de las Guerras Napoleónicas, desempeñó un importante papel en la f nanciación de la construcción de ferrocarriles y el negocio minero.

El papel higiénico no era el artículo fundamental para afrontar la pandemia, estaba muy por debajo de la lista de prioridades, sin embargo la población optó por comprar este artículo y hasta peleas se registraron.

WGSN, Carlin Group, The Future Laboratory y Trend Union son las más afamadas y reconocidas empresas a cargo de investigaciones sobre moda. Los diseñadores de las casas de París, Londres y New York no dejan nada al azar porque son millones de dólares en juego y no se puede correr riesgos tontos por seguir corazonadas. Se entiende por moda todo aquello que es actual, que toma vigencia, que interesa a la mayoría y es capaz de influir en los demás. Las tendencias en moda son culturales, expresan el espíritu de un tiempo, refleja incluso la forma de pensar y actuar, es parte del contexto político y económico. Las marcas, los diseños, los colores, la forma de uso dicen mucho de nuestra sociedad en un determinado momento. La moda nos permite relacionarnos y ser aceptados dentro de los entornos sociales, la podemos aceptar y utilizar por la necesidad de sentido de la pertenencia.

Durante la pandemia la moda se impuso por Decreto Supremo No. 094-2020[2], que en su artículo 4 señala el uso obligatorio de mascarilla. En un primer momento, el uso del barbijo era la única barrera de protección, no la mejor, pero en momentos dramáticos se aconseja mantener la boca cerrada y evitar agravar la situación. La mascarilla se convirtió en la prótesis indispensable para vivir, además de protectores faciales, guantes de látex, mascarillas KN 95, mamelucos descartables, lanyards y atomizadores con alcohol.

Las familias tenían que olvidarse de la vajilla de porcelana, los finos floreros de cristal y brillantes charolas de plata porque tenían que comprar botiquines e implementarlos con termómetros, tensiómetros y pulsímetros. Asimismo, dejar de lado las finas botellas de güisqui por litros de alcohol medicinal y el toque de elegancia fueron las pastillas de azitromicina[3], ivermectina[4] y paracetamol[5].



Protectores faciales, guantes de látex, mascarillas KN95, mamelucos descartables, lanyards[1] y atomizadores de alcohol, los nuevos accesorios de moda en época de pandemia.

La moda tiene un precio y es donde surgieron los grandes tiburones del comercio. La caja de mascarillas KN-95 por 10 unidades, antes de marzo de 2020, tenía un costo de S/ 10 después se posicionó en S/ 60, y en determinados momentos el precio supero los S/ 120. En el caso de los guantes de látex, caja por 100 unidades, de S/ 40 pasó a S/ 150. El litro de alcohol medicinal llegó a valorizarse en S/ 40 cuando se vendía a 8 soles, usualmente. Si alguien gustaba de utilizar alcohol en gel pagó S/ 60 por dispensador de 750 mililitros, cuando antes su precio bordeaba los S/15.

1 Los piratas fueron los pioneros, ellos crearon los lanyards utilizados para sujetar sus cuchillos. En los barcos y en la tierra, los lanyards se usaban también como soga para disparar cañones. Nuestra investigación muestra que la etimología original de la palabra "lanyard", también escrita "laniard", se remonta al siglo XV. Viene de la palabra francesa "laniere" y signif ca una tira o correa.

2 Decreto Supremo que establece las medidas que debe observare la ciudadanía hacia una nueva convivencia social y prórroga del Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del Covid-19. Leer el documento completo en https://bit.ly/3ooixaL

3 Azitromicina, antibiótico pertenece a un grupo de los macrólidos. Utilizado en infecciones bacterianas, como la bronquitis, neumonía, enfermedades de transmisión sexual (ETS) e infecciones de los oídos, pulmones, senos nasales, piel, garganta y órganos reproductivos.

4 Ivermectina medicamento antiparasitario, utilizado para combatir parásitos intestinales en animales y la sarna en humanos.

5 Paracetamol pertenece al grupo de medicamentos llamados analgésicos y antipiréticos.



Termómetros, pulsímetros y tensiómetros se convirtieron en artículos de lujo en los tiempos pandemia. Mientras que algunas familias compartían lo poco que tenían, otras hicieron el gran negocio de sus vidas.



Nuevos agentes de moda. Mascarillas, protectores faciales, landyers y demás artículos para demostrar que nos enfrentamos a nuevos desafíos de la moda en tiempos de pandemia.



Forrados. Los trajes descartables fueron la opción más utilizada para evitar contagios. La gente salía de sus viviendas forrada de pies a cabeza. La moda del plástico se impuso. La pandemia también escribió su capítulo dentro del mundo de la alta costura.

Además, no hubo trinchera fortificada contra la Covid-19 sin el uso y abuso de lejía[6]. Familia que se respete contaba con dos bidones de este potente desinfectante. Se cubría de lejía los pisos, mesas, cocinas, ollas y muebles; además, era casi un rito de purificación sumergir llaves, monedas, pendientes, anillos y sortijas en lejía diluida en agua. Además, para ingresar a las casas había que limpiar el calzado con lejía, y no fueron pocos los que señalaron que se debía dejar la ropa en un cesto, ingresar desnudo, darse un baño para luego cubrirse con otro atuendo. La moda no importaba, importaba ingresas inmaculado a las casas y evitar el contagio a toda costa.

Dentro de tanto escándalo, el hecho hilarante fue la desesperada compra de papel higiénico. Las familias fueron en tropel a tiendas de abasto y supermercados en busca de su provisión de papel. Se trató de una muestra del síndrome FOMO[7], el temor a dejar pasar algo importante, comprar por imitación ante una emergencia.

El papel higiénico no era el artículo fundamental para afrontar la pandemia, estaba muy por debajo de la lista de prioridades, sin embargo la población optó por comprar este artículo y hasta peleas se registraron. El psicólogo Steven Taylor[8] señaló que "*la fiebre por el papel higiénico es provocada por una respuesta de pánico de la sociedad ante temores globales como el coronavirus. Cuando la gente siente que la pandemia ha llegado a su localidad, y ante el temor a un posible bloqueo de los supermercados, decide comprar papel higiénico como una forma de mantener el control sobre la higiene y la limpieza*".

Los primeros quince días de inamovilidad social fueron de angustia. Las familias encerradas, conectadas a través de un celular, las videollamadas fueron la opción más segura para saber de los familiares y amigos.

6 Lejía es un compuesto químico en forma de sal, su fórmula química es NaClO compuesta por hipoclorito sódico o sal de cloro. La lejía es un potente desinfectante, pero no conviene abusar de ella: el cloro de la lejía reacciona con la materia orgánica y forma compuestos organoclorados que son perjudiciales para el medioambiente. Además, es un producto corrosivo.

7 El síndrome FOMO (acrónimo en inglés de «miedo a perderse algo») corresponde a la angustia que algunos usuarios de las redes sociales presentan por temor a no enterarse de informaciones o eventos, al parecer, trascendentales. Este tipo de miedo a la exclusión social, que siempre ha existido, puede causar frustración.

8 Steve Taylor (Liverpool, 1960) es profesor titular de Psicología en la Universidad Leeds Beckett (Inglaterra), autor de varios libros sobre psicología y espiritualidad La Caída, Salir de la oscuridad y El Salto (publicado por Eckhart Tolle).

LOS PRECIOS DE LA PANDEMIA

PRODUCTO	ANTES DE PANDEMIA	DURANTE PANDEMIA
Guantes de látex / caja por 100 unidades	S/ 25.00	S/ 150.00
Mascarillas KN / caja por 100 unidades	S/ 50.00	S/ 180.00
Mascarillas quirúrgicas / caja por 25 unidades	S/ 15.00	S/ 50.00
Protector facial plástico / careta	S/ 10.00	S/ 50.00
Protector facial plástico / semi casco	S/ 50.00	S/ 200.00
Alcohol 90° / litro	S/ 8.00	S/ 50.00
Alcohol 75° / litro	S/ 6.00	S/ 40.00
Alcohol gel 70° / litro	S/ 20.00	S/ 70.00
Balón de oxígeno	S/ 1 500.00	S/ 7 000.00
Oxígeno / metro cúbico	S/ 8.00	S/ 60.00
Termómetro digital	S/ 25.00	S/ 120.00
Oxímetro digital	S/ 25.00	S/ 120.00
Paracetamol / pastillas /caja por 100 unidades	S/ 20.00	S/ 200.00
Ivermectina / pastilla / caja por 1 unidad	S/ 1.50	S/ 50.00
Azitromicina / pastillas/ caja por 100 unidades	S/ 15.00	S/ 150.00
Ungüento mentol, eucalipto y alcanfor / pote X 12 g	S/ 5.00	S/ 20.00
Manómetro para balón de oxígeno	S/ 350.00	S/ 1200.00
Pulverizador 30 ml + lanyers	S/ 5.00	S/ 30.00

1.7

"Qué curioso es el hombre, nacer no pide,
vivir no sabe, morir no quiere"

- Proverbio chino

UCI, EL **ÚLTIMO** SUSPIRO DE **ESPERANZA**

Médicos, enfermeras y técnicos cumplen jornadas de 12 horas continuas, utilizan pañal para evitar ir al baño, ni un minuto se descuidan del paciente porque en un instante pueden morir.

Por años recorrí las calles de Cajamarca en busca de noticias. Cinco notas al día exigía la edición del diario o el reporte de seis enlaces telefónicos para la radio eran las pautas de trabajo en los medios de prensa. Hubo días muy buenos con notas policiales, la sangre vende y genera audiencia, mientras más muertos y heridos mejor acogida. Otros días fueron malos, sólo quedaba entrevistar al Prefecto o aventurarse con el pronóstico del tiempo, decir que llovería para que emerja radiante del dios Sol, o anunciar estiaje para que automáticamente llueva tanto que genere huaycos.

Registré días de conflicto, en los cuales las balas eran el ritmo de la noticia, pero nunca – ni en mis más remotas pesadillas – pensé en reportar el vacío de las calles y el dolor de los pacientes aferrados a la vida en una cama de la Unidad de Cuidados Intensivos (UCI)[1].

Los reporteros siempre buscamos historias novedosas y diferentes, o brindamos enfoques creativos para abordar un tema y presentar a un personaje. No son pocas las ocasiones en que recurrimos a la poesía o al argot para enmarcar un contenido, para precisar un titular o vender comercialmente el contenido. Surgen historias que solo pueden pintadas con dolor y lágrimas porque el tema central es la lucha por sobrevivir.

La Unidad de Cuidados Intensivos (UCI) para pacientes COVID-19 del Hospital Regional Docente de Cajamarca es un bastión frente a la pandemia por coronavirus. Los pasillos del nosocomio se convierten en trinchera de guerra en la cual los soldados ingresan forrados con plástico de pies a cabeza.

"El personal de UCI cumple jornadas de 12 horas continuas. Utilizamos pañal para evitar ir al baño, no podemos arriesgarnos a descuidar al paciente ni un minuto. UCI es un soporte para la vida, y la vida se puede perder en un instante", explica Jenny López, coordinadora de enfermería de UCI-Covid.

Es imposible ingresar a UCI sin el equipo de protección personal. El traje es sofocador, te hace perder capacidad auditiva, táctil y auditiva pero es el único escudo que tenemos para defendernos del virus y evitar complicar el



"Una vez terminado el juego, el rey y el peón vuelven a la misma caja", sin duda, la pandemia nos graf ca claramente como la muerte nos universaliza y nos coloca a todos en un plano de igualdad.

estado del paciente, agrega la licenciada en enfermería.

Ante la emergencia por coronavirus, el quinto piso del hospital regional fue ambientado para la UCI-Covid. Son 30 camas instaladas, a cargo de 4 médicos intensivistas, 15 licenciados en enfermería y 14 técnicos. El servicio se brinda las 24 horas del día, los 365 días de año, no hay espacio para el descanso o alteración en el cronograma de turnos.

Para la UCI se requiere una cama multipropósito eléctrica, se complementa con balanza, monitor para la medición de presión arterial, frecuencia cardíaca, saturación de oxígeno. Además, ventilador mecánico que hace la función de respirador y aspirador de secreciones nasales y bucales.

Un paciente en UCI es monitoreado constantemente. "Enfermeros y técnicos realizan medición de signos vitales, aseo personal, alimentación, aplicación de

1 Una unidad de cuidados intensivos (UCI) es una instalación especial dentro del área hospitalaria que proporciona medicina intensiva. Los pacientes candidatos a entrar en cuidados intensivos son aquellos que tienen alguna condición grave de salud que pone en riesgo su vida y que por tal requieren de una monitorización constante de sus signos vitales y otros parámetros, como el control de líquidos.



Angelmiro Montoya Mestanza, falleció el 24 de junio de 2021. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, Casa Superior de Estudios que dirigió como Rector, además de integrar el Consejo Nacional para la Autorización de Funcionamiento de Universidades.

tratamiento farmacológico, y reportan la más mínima variación en sus indicadores", precisa Javier Alarcón, médico intensivista de la UCI-Covid.

Los pacientes que han ingresado a UCI-Covid en su mayoría recibieron medicación domiciliaria sin prescripción médica. "Por desesperación muchas familias recurrieron a la automedicación, consumieron corticoides, antibióticos, incluso oxígeno. Sólo agravaron su estado", lamenta el galeno.

La UCI no es una cura a todos los males ni regenera órganos maltratados por años. La pandemia por COVID-19 pone de manifiesto la importancia de una dieta balanceada, evitando los abusos en azúcar y sal, comida chatarra o sedentarismo. "Los pacientes con cuadros de diabetes o hipertensión son los más afectados por el coronavirus. Diez o quince días en UCI no bastan para revertir malos hábitos de toda una vida. La UCI es un soporte de vida", señala Alarcón.

El ventilador mecánico de alta gama es un soporte vital, permite que ingrese oxígeno al cuerpo, ejerce presión sobre el pulmón para que logre expandirse, enfrentar la infección por COVID-19, pero este virus también ataca el cerebro, corazón y el riñón, demostrando que su voraz apetito por vidas humanas no tiene límites.

"El primer día de internamiento en UCI un paciente tiene un costo de 2 600 soles, y a partir del segundo día, el gasto es 1 500 soles. Por treinta días de internamiento UCI el costo de atención supera los 45 mil soles. La estancia de los pacientes en UCI varía, desde los siete días hasta los seis meses", detalló Jhony Delgado Clavo, actual director de la Red de Salud Chota, y en su momento director del Hospital Covid Simón Bolívar.

La solución real para frenar el avance del Covid-19 es la toma de conciencia, un cambio de actitud. El distanciamiento social no es falto de aprecio, sino garantía de distancia con los hospitales y cementerios. El constante lavado de manos y uso de enjuagues bucales van más allá de simples referentes de limpieza, es reducir la carga viral, el uso de mascarilla no es moda sino salud pública, subraya Delgado.

CASO ANGELMIRO

Durante la visita periodística a la UCI fui testigo de los últimos días de vida de Angelmiro Montoya Mestanza[2], que ocupara el Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, Casa Superior de Estudios que dirigió como Rector, además de integrar el Consejo Nacional para la Autorización de Funcionamiento de Universidades (CONAFU).

Montoya Mestanza fue candidato al Congreso de la República por el partido político Victoria Nacional, representando a la región Cajamarca, y contrajo la enfermedad del Covid-19 en plena campaña electoral. Sus últimos ochenta días de vida los pasó dentro del nosocomio regional en el área de UCI conectado a un respirador artificial, sin conciencia de su entorno.

Se especuló mucho sobre la salud de Angelmiro Montoya, se decía y anunciaba su pronta recuperación pero se tenía un tinte más político que altruista. Los médicos señalaron que el paciente nunca mostró signos de mejoría, por el contrario se presentaron mayores complicaciones pero era imposible salir a divulgarlas y menos frenar murmuraciones tendenciosas. Montoya, hombre de finanzas, dedicado al mundo académico no soportó la furia del coronavirus.

Hombres destacados, figuras dentro de la sociedad fallecieron en la cama de un hospital por infección Covid-19, al igual que otros ciudadanos personajes anónimos los cuales son poco menos que una cifra en las frías estadísticas de esta pandemia.

Los amantes del deporte ciencia, el ajedrez, tienen muy presente el proverbio italiano que reza "Una vez terminado el juego, el rey y el peón vuelven a la misma caja", sin duda, la pandemia nos grafica claramente como la muerte nos universaliza y nos coloca a todos en un plano de igualdad.

2 Angelmiro Montoya Mestanza (21 de noviembre de 1951 Chocope, La Libertad – 24 de junio de 2021 Cajamarca). Contador Público de carrera, docente universitario, ostentaba el grado de Doctor en Ciencias Contables.

Gobierno Regional gestiona **4 hospitales** temporales adicionales **para Cajamarca**



El gobernador Mesías Guevara en reunión con Amalia Moreno Vizcardo, directora ejecutiva de la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios (ARCC), y Walter Martos Ruiz, ministro de Defensa, gestionó la construcción de 4 hospitales temporales para Cajamarca.

Los nosocomios temporales, con capacidad cada uno para hospitalización de 50 pacientes, se ubicarán en San Ignacio, Cutervo, Chota y Bambamarca. Hasta el momento, en Cajamarca se instalan 2 hospitales de este tipo, uno en la capital de la región, y otro en la provincia de Jaén, como soporte para atención ante la pandemia Covid-19.

Los hospitales temporales cuentan con equipamiento adecuado para afrontar la pandemia por coronavirus. "Estamos haciendo todos los esfuerzos necesarios para brindar a los pacientes la atención que merecen. Se brinda espacios seguros para brindar una atención de calidad", dijo el gobernador Guevara.

Los centros hospitalarios tienen un diseño arquitectónico acorde con las necesidades de atención. Existe una adecuada distribución camas de hospitalización que permite mejores condiciones de trabajo del personal médico.

Gracias al Decreto de Urgencia No. 080-2020 permite ampliar la oferta de las instituciones prestadoras de servicios de salud y reforzar la respuesta sanitaria en el marco del estado de emergencia nacional por COVID-19.

1.8

"Si de algo soy rico es de perplejidades, y no de certezas"...

Jorge Luis Borges[1]

EL **MUNDO** DEL **REVÉS**



La vacuna contra la Covid-19 signif có el capítulo f nal de la historia más obscura que afrontó la población. Se abría un camino real para frenar episodios de llanto, desesperación y muerte. La aplicación de las primeras inmunizaciones fue marcada por la euforia y ansiedad, al f nal todo fue indiferencia.

1 Jorge Francisco Isidoro Luis Borges (Buenos Aires, 24 de agosto de 1899-Ginebra, 14 de junio de 1986), más conocido como Jorge Luis Borges, escritor extensamente considerado una f gura clave en la literatura universal.

Durante la pandemia se generó una dinámica tridimensional: escándalo – exigencia – indiferencia.

El libro del Éxodo nos muestra el tipo de relación entre Dios y el pueblo de Israel a través de su peregrinación por el desierto durante los cuarenta[1] años de viaje en pos de la tierra prometida. El pueblo clamó libertad de los opresores egipcios, Yahvé[2] los libera, pero cuando afrontan peripecias en su viaje evocan su vida de esclavos en Egipto, un ejemplo de ello se consigna así: ***"Le dijeron a Moisés: — ¿Acaso nos trajiste aquí al desierto a morir porque no había tumbas en Egipto? ¿Por qué nos hiciste esto? ¿Por qué nos sacaste de Egipto?"***[3]

Esta narración bíblica grafica de manera didáctica lo sucedido en pandemia en los diferentes estadios. Se generó una dinámica tridimensional que inició por lo escandaloso, para luego llegar a las exigencias y terminar en la indiferencia.

Empezamos clamando a Dios para luego abrazar al demonio. Si la gente cumplía fielmente las medidas de bioseguridad y se acordaron de hacer iglesias familiares, pasado el horror de los primeros meses se arrojó todo al tacho de basura con el libertinaje que ahora impera.

Las fiestas de don Satanás son más divertidas que las jornadas del Buen Pastor. El 2023 será el año será marcado por el ansiado retorno del Carnaval, dejaremos de lado a Covid para dar paso al Rey Momo, y volveremos a llenar plazas y calles al ritmo de las coplas porque "***mira que el carnaval, para todos hizo Dios***"[4].

Establecido el estado de emergencia la gente entró en pánico, casas y establecimientos se cerraron a cal y canto. Era casi un pecado capital pretender ingresar a visitar a un amigo o familiar, inicia el auge de los servicios a domicilio, de las compras vía internet, de las video llamadas, de las clases ***on line***. Con el pasar de los meses, se abrieron las puertas y empezaron las llamadas fiestas Covid, las reuniones clandestinas, las furtivas parrandas y otros mecanismos para burlar la vigilancia de las autoridades. Ahora los carteles y avisos sobre distanciamiento social son parte de la decoración, vestigios de un periodo ya pasado, la gente se reúne, celebra, convoca a las amistades, el miedo ya pasó.

El uso de mascarillas y protectores faciales fue obligatorio en todo lugar, dentro y fuera de casa. La banalización de las mascarillas empieza con los diseños caricaturistas y termina con su abandono, por calles y plazas el uso de barbijos es opcional y sólo son obligatorias como protocolo para el ingreso a entidades bancarias, comerciales y afines.

Los baños en alcohol y lejía fueron la norma, nadie podía ingresar a un lugar sin desinfectar el calzado o atravesar los famosos túneles de oxígeno (que dicho sea de paso ahora son poco menos que fierros retorcidos por el óxido y el olvido), era un rito religioso limpiar las paradas y centros de abasto. Incluso el municipio estableció un cronograma de limpieza y desinfección de calles utilizando camiones cisternas donde se mezclaban ingentes cantidades de lejía y agua para matar al virus (cómo si fuera posible matar algo que ya está muerto). Ahora, ni se barre, la mugre ha vuelto y hay cierta familiaridad, se extrañaba ese sucio detalle en el sórdido paisaje.

Surgieron las nuevas formas de saludo, desde el choque de codos hasta las reverencias orientales, las parejas no podría caminar de la mano, se establecieron días específicos para que sólo hombres o sólo mujeres vayan al mercado a realizar el abastecimiento de víveres, y se recomendó que al momento de consumir licor cada parroquiano porte su propio vaso. Ahora, esas pequeñas particularidades son poco menos que una evocación que con el tiempo se borrarán de la memoria colectiva.

Las plantas de oxígeno se convirtieron en tema de debate nacional, por ende, en una plataforma muy oportuna para ganar presencia en medios de prensa y mirar con ojos brillosos la oportunidad de ser protagonistas en una guerra con fines electorales. De la noche a la mañana se organizaron teletones para obtener fondos e implementar las plantas de oxígeno, comprar respiradores mecánicos o cualquier cacharro similar que permita salvar vidas. Hay que aclarar que oxígeno no salvaba vidas, que era un insumo parte del protocolo y que sólo un 5% de

---

1 40 número bíblico, cifra para indicar periodo de purif cación. Existen registros históricos de aplicación de cuarentenas y aislamientos ya en el Nuevo Testamento, así como en Grecia y el Imperio romano en los siglos V y VI AC. La cuarentena se origina formalmente en el siglo XIV, en Italia, como una medida para controlar las epidemias de peste negra que azotaban a Europa, se exigía que los provenientes de Asia esperan 40 días ("Quaranta giorni", en italiano), antes de entrar en las ciudades, tras comprobar que no estaban enfermos. Actualmente, la duración de la cuarentena se def ne según el período de incubación de la enfermedad.

2 Yahvé, uno de los nombres de Dios en la Biblia de la tradición judeocristiana. Proviene del Tetragramáton hebreo YHVH, compuesto por cuatro consonantes hebraicas iod, hei, vav y hei.

3 La Sagrada Biblia. Edición 1944. Traductores Alberto Colunga Cueto y Eloíno Nácar Fúster. Éxodo 14:11

4 Copla popular del carnaval. "Vamos cantando señores vamos alegrándonos que la f esta del carnaval para todos hizo Dios, para el rico y para el pobre para todos hizo Dios..."

pacientes requería de este medicamento, bajo control y supervisión médica. Los respiradores mecánicos eran equipos utilizados en sala de cuidados intensivos y eran la última oportunidad para los pacientes en estado crítico. Los respirados mecánicos son equipamiento clínico de alta gama, tienen una función de soporte vital, no eran la cura.

Se formaron colectivos civiles sin fines de lucro y con el noble objetivo de salvar vidas, o eso decían y vociferaban, pues detrás de cada rimbombante nombre se escondían los más obscuros secretos y bajos deseos. Desinteresadamente se organizaron teletones, rifas y demás relacionados para *hacer chanchita*[5] y comprar plantas de oxígeno, balones o distribuir apoyo a los más necesitados.

Las ganas de tomarse la fotografía del recuerdo pesaron más que los criterios técnicos pues se realizaron compras que no cumplían con indicadores de calidad y los equipos adquiridos están en el reino del olvido soportando lluvia y sol hasta que Dios quiera. Ahora de las plantas de oxígeno y los balones se olvidaron, y de los colectivos, también.

Las pruebas rápidas Covid-19 llegaron a Cajamarca el 31 de marzo de 2020 y la población quería ser sometida a despistaje de inmediato. La población acudía a los centros de salud en busca de una prueba. Pareciera que el despistaje era la cura. Cuando el personal médico le aplicaba un test previo a la toma de sangre, empezaban los problemas, porque muchos de los asistentes no requerían de la prueba, estaban ansioso de ser tamizados sin haber tenido contacto con pacientes, o cumplir labores en primera línea de acción. En momentos de crisis no se entienden razones sólo se busca satisfacer ansiedades. Ahora, nadie desea pasar prueba de despistaje Covid, eso ya pasó de moda, eso es otro acápite de la historia, un anexo que puede ser extirpado de la memoria.

Llegó la vacuna a Cajamarca y la población exigía ser inmunizada y las redes sociales reflejaron el deseo feroz por la aplicación inmediata de la fórmula. El Ministerio de Salud estableció un cronograma de vacunación que prioriza al personal de primera línea (salud), fuerzas armadas, fuerzas policiales, Serenazgo y personal de limpieza pública, seguidamente serían inoculadas las personas adultas mayores, pacientes oncológicos y síndrome Down. Se llegó a lo anecdótico, si un ciudadano era elegido miembro de mesa para el proceso electoral recibiría su vacuna contra la Covid[6]. La vacuna llegaría a todos en base a criterios médicos, se dijo oficialmente. Se llegó a lo anecdótico, si un ciudadano era elegido miembro de mesa para el proceso electoral presidencial 2021 recibiría su vacuna contra la Covid, luego en el proceso electoral 2022 para elegir autoridades regionales y ediles se exigió a los sufragantes presentar su carné de vacunación[7]. Finalmente, la presentación del carné de vacunación completa contra el Covid-19 ya no será obligatorio, el elector deberá usar dos mascarillas, se ha considerado puntos de desinfección con alcohol en gel en caso alguna persona desee aplicarse voluntariamente[8].

Las colas para recibir la vacunación eran inmensas, al inicio de este proceso. Coliseos, plataformas deportivas, colegios, parques, centros comerciales se convirtieron en vacunatorios. La población registró el momento de su vacunación gracias a su celular, era más que una alegría colocar en estados de WhatsApp la prueba de la inmunización. Ahora, los vacunatorios lucen casi vacíos y la gente se torna renuente a cumplir con las cuatro dosis, llegando al extremo de pagar para obtener un certificado falso de vacunación, siendo las vacunas de distribución gratuita.

El control en el proceso de vacunación – en un primer momento – superó lo cinematográfico y rayó en lo cómico. Un operativo de gran magnitud para la vigilancia y seguridad del arribo y distribución de las vacunas. Imposible olvidar las calles cerradas, la distribución de los efectivos de las Fuerzas Armadas, de la Policía Nacional, de los integrantes del servicio de Serenazgo, Bomberos y rondas urbanas, los fiscalizadores de la Contraloría General de la República, la participación de la Defensoría del Pueblo, la cobertura periodística, para que hoy, se le pida a la población, que por el amor a Dios y respeto a la sociedad, se vacunen.

En un primer momento se dijo y afirmó que la Covid-19 era producto de un complot internacional para la dominación mundial y al llegar la vacuna se aplicó la misma teoría. La vacuna fue y es satanizada con aseveraciones que rayan en lo ridículo, desde afirmar sostener que se trata de un microchip hasta que está diseñada para matar a todos los ancianos y discapacitados. No faltan los pastores y falsos profetas religiosos que hacen gala de su verbo florido e iluminado por el Espíritu de Dios para convencer a sus feligreses que la vacuna es creación del mismísimo Lucifer.

---

5 ***Hacer chanchita***, argot. Juntar dinero para comprar algún artículo o pagar algún servicio. Colaboración.

6 25 de febrero de 2021. El ministro de Salud, Ôscar Ugarte, ratif có que todos los miembros de mesa serán vacunados con prioridad contra el Covid-19. "Todos serán vacunados con prioridad por este acto cívico que están haciendo", puntualizó. El pasado 18 de febrero 2021, la Of cina Nacional de Procesos Electorales publicó la relación def nitiva de 518,928 miembros de mesa, titulares y suplentes para los comicios generales del 11 de abril. Fuente: https://andina.pe/agencia/noticia-elecciones-2021-todos-los-miembros-mesa-seran-vacunados-prioridad-835146.aspx

7 De manera previa al evento, la Of cina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) publicó la actualización de los siete protocolos de seguridad y prevención contra el coronavirus, a través de la Resolución Jefatural N°001845-2022-JN-/ONPE. Entre las disposiciones, se estableció, de manera obligatoria, que todas las personas presentaran el carné físico o virtual que acredite haber recibido el esquema completo de vacunación (tres dosis) contra la COVID-19, en caso de no demostrar el documento, se debía restringir su ingreso. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/f le/3084659/RJ-1845-2022-JN.pdf.pdf

8 Of cina Nacional de Procesos Electorales. ONPE actualiza los siete protocolos de seguridad y prevención contra la COVID-19 https://www.gob.pe/institucion/onpe/noticias/636146-onpe-actualiza-los-siete-protocolos-de-seguridad-y-prevencion-contra-la-covid-19

Llegó la vacuna a Cajamarca y la población exigía ser inmunizada. El Ministerio de Salud estableció un cronograma de vacunación por grupos prioritarios, la inmunización será para todos pero en base a criterios médicos.





La vacuna fue y es satanizada con aseveraciones que rayan en lo ridículo, desde af rmar sostener que se trata de un microchip hasta que está diseñada para matar a todos los ancianos y discapacitados.

En momentos de crisis no se entienden razones sólo se busca satisfacer ansiedades. Ahora, nadie desea pasar prueba de despistaje Covid, eso ya pasó de moda, eso es historia.





Las pruebas rápidas Covid-19 llegaron a Cajamarca el 31 de marzo de 2020 y todos querían ser sometidos a despistaje. La población acudía a los centros de salud en busca de una prueba. Pareciera que el despistaje era la cura.



Proceso electoral 2021. Elecciones Generales: Presidenciales y Congresales. Se llegó a lo anecdótico, si un ciudadano era elegido miembro de mesa para el proceso electoral recibiría su vacuna contra la Covid. La vacuna llegaría a todos en base a criterios médicos, se dijo of cialmente.

Cajamarca, 07 de julio de 2020, sede del Gobierno Regional de Cajamarca, las coordinaciones para afrontar el Covid-19 tuvieron como soporte el trabajo de las rondas campesinas.





Fecha : 26 de julio de 2020
Lugar : Salón de sesiones de la Municipalidad Provincial de Cajamarca
Motivo : Reunión de coordinación
Asunto : Ejecución de operación Tayta
Participan : Autoridades de Cajamarca y Comandos de las Fuerzas Armadas

Primera f la de izquierda a derecha: General PNP Luis Cacho Roncal – Jefe Región Policial Cajamarca; Andrés Villar Narro, alcalde provincial de Cajamarca; Mesías Guevara Amasifuén, gobernador regional de Cajamarca; General E.P César Astudillo Salcedo, jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas. Segunda f la de derecha izquierda: General E.P. Wálter Bracamonte, jefe de la séptima Brigada de Infantería; Vicealmirante James Thornberry, Comandante del Comando Operacional Marítimo; Of cial Morales; Comandante del Bim Zepita N° 7, Tne. Crnl. E.P Adelmar Rebaza.

Las jornadas Yo me apunto tuvieron la repercusión y éxito proyectado de lo contrario no se hubieran replicado en otros puntos del país. Las jornadas de despistaje temprano fueron y son el camino a seguir en caso de emergencia sanitaria.

Etapas de la Declaratoria de Estado de Emergencia Sanitaria por Covid-19		
ESCÁNDALO	**EXIGENCIA**	**INDIFERENCIA**
► Anuncio de la cuarentena. ► Conf namiento. ► Aislamiento social. ► Inmovilidad peatonal, de circulación terrestre, marítima y aérea ► La f ebre del papel higiénico. ► Uso de mascarillas, guantes de látex y protectores faciales. ► Uso de alcohol en pulverizadores portátiles. ► Desinfección de casas, mercados, centros de trabajo, calles. ► Prohibición de f estas familiares o patronales. ► Suspensión de actividades deportivas y turísticas. ► Baños con alcohol y lejía. ► Consumo de ivermectina veterinaria. ► Recetas caseras para evitar y tratar el Covid-19. ► Retorno a lugares de origen. ► Cierre de establecimientos comerciales. ► Supuestos fallecidos en la calle. ► Operativos. ► Cierre de fronteras. ► Trabajo remoto. ► Se crean versiones	► Arribo de las pruebas rápidas. ► Compra de ventiladores mecánicos. ► Campañas de despistaje ► Reparto de medicamentos. ► Implementación de hospitales. ► Reuniones y f estas Covid ► Celebración del día de la madre, del padre y f estas patronales. ► Compra de vacunas ► Universalización de la inmunización. ► Apertura de fronteras ► Realización de bailes sociales. ► Retorno a labores presenciales en colegios, institutos, universidades e instituciones públicas. ► Reactivación del deporte y turismo. ► Apertura de terminales terrestres y aéreos.	► Se inventan pretextos para no vacunarse falsif cando los carné de inmunización. ► Se deja de lado el aislamiento social, el uso de mascarillas y protectores faciales. ► Nadie desea someterse a pruebas de despistaje Covid-19. ► Se realizan f estas, conciertos, celebraciones institucionales y patronales.

1.9

Arrepentidos, pidieron perdón a Moisés,
a quién Dios ordenó que colocase una serpiente en un
asta para que cada vez que alguien fuese mordido por
una de esas víboras,
consiguiera la salvación simplemente mirando el animal
de bronce que Moisés fabricó

Del libro de Números 21:4-9...

LA **VACUNA** N°. **1** Y LA **VACUNA** N°. **1 000 000**



Es signif cativo cubrir la dosis número 1, asimismo, la dosis 1 millón.

Los números marcan el rumbo de la historia son fundamentales en cada aspecto de nuestra vida cotidiana. La aplicación de las vacunas es motivo de una nota periodística de gran impacto. Es signif cativo cubrir la dosis número 1 asimismo la dosis 1 millón.

Desde su creación, estudio, aplicación y seguimiento el proceso de vacunación es la mejor forma de combatir enfermedades[1]. Por ello, el arribo de las vacunas y la aplicación de las primeras inmunizaciones era por demás importantes y tenía que convertirse en un tema central para difundir entre la población. No podía ser un tema aislado o un episodio más en esta larga cadena de situaciones, el arribo de las vacunas era el mejor soporte para la campaña comunicacional: esperanza.
La Resolución Ministerial No. 848-2020/MINSA[2] del 16 de octubre de 2020 aprueba el documento técnico del "Plan Nacional de vacunación contra la Covid-19", estableciendo en su numeral 6.7 que la primera fase de inmunizaciones tenía como público objetivo el personal de salud, los integrantes de las fuerzas armadas y policiales, integrantes de la compañía de bomberos, brigadistas y Serenazgo, estudiantes de ciencias de la salud y los miembros de mesa del proceso electoral para elección de congresistas[3]. Esta última disposición generó una situación sin precedentes, cómo nunca antes, la población mayor de 18 años deseaba participar en los comicios electorales como miembros de mesa.
El 09 de febrero de 2021, a las 10:30 a.m. en el Aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias en vuelo de la Fuerza Aérea del Perú arriba el primer lote de vacunas Sinopharm contra la Covid-19 a Cajamarca. Era fundamental para la cobertura de la noticia la presencia de las autoridades, además del despliegue de personal policial y del ejército para el traslado de las vacunas. Presentar esas imágenes a través de medios de prensa y seguir paso a paso las incidencias de este acontecimiento marcaban el inicio de una nueva etapa en pandemia.
Luisa Beatriz Ortiz Palomino, médico de profesión egresada de la Universidad Nacional de Cajamarca, coordinadora de la Unidad de Emergencia del Hospital COVID Simón Bolívar, es la primera médico vacunada con dosis Sinopharm. Su inmunización estuvo a cargo de la Licenciada en enfermería Estheysi Vásquez Gálvez y la registradora Técnico en enfermería Ana Álvarez Ocas[4].
El 29 de marzo, Segundo Alcalde, vecino del barrio San Sebastián, de 89 años de edad, se convirtió en el primer adulto mayor vacunado contra la COVID-19, su selección la realizó el Ministerio de Salud, a través del Seguro Integral de Salud y supervisado por la Contraloría General de la República[5].
El 28 de septiembre de 2020, en el vacunatorio instalado en el colegio Cristo Rey, Miriam Yopla Linares recibió la vacuna número un millón contra Covid-19 en la región Cajamarca[6]. Esta cifra de aplicación de dosis es resultado del trabajo de cientos de profesionales de salud en maratónicas jornadas en los 500 vacunatorios instalados en las trece provincias del departamento.

1 Según el Colegio de Médicos de Filadelf a, sociedad decana fundada en 1787, el origen de las vacunas se encuentra en China con una técnica llamada variolización. Esta técnica, que buscaba prevenir la viruela, consistía en pulverizar las costras de una persona enferma con síntomas leves para insuflarlas por la nariz de personas sanas para inmunizarlas. Se calcula que esta práctica puede tener más de mil años de antigüedad, pero el primer registro lo encontramos en varios relatos del siglo XVI.
Para la Academia Estadounidense de Pediatría (American Academy of Pediatrics), la era de las vacunas la inicia el médico Edward Jenner. El británico observó que las personas que ordeñaban vacas y contraían la viruela bovina estaban protegidas contra la viruela humana. En 1796 inoculó a un niño de ocho años fluido de las pústulas de viruela bovina y cuando, posteriormente, le inyectó el virus de la viruela humana el niño ni se contagió ni tuvo síntomas. Ya en el siglo XIX, el médico francés Louis Pasteur desarrolló la segunda generación de vacunas, entre otras contra el cólera o la rabia, e introdujo el término vacuna en honor a los experimentos con las vacas de Jenner.
2 Resolución Ministerial No. 848-2020/MINSA lea el documento completo en https://bit.ly/3PzoiP5
3 El 30 de septiembre de 2019, del presidente de la República Martín Vizcarra disolvió el Congreso. Acto seguido se publicó en edición extraordinaria de las normas legales del diario of cial El Peruano convocatoria a elecciones parlamentarias para el 26 de enero de 2020. "Que, en ejercicio de la facultad establecida en el artículo 134 de la Constitución Política del Perú, el Presidente de la República ha decidido disolver el Congreso de la República y convocar a elecciones para un nuevo Congreso, manteniéndose en funciones la Comisión Permanente y quedando revocado el mandato parlamentario de los congresistas que no integran dicha Comisión", se lee en el Decreto Supremo 165-2019-PCM.
4 Luisa Ortiz es la primera médico inmunizada contra el COVID en Cajamarca. lea la nota completa en https://bit.ly/3RXzxSY
5 Inició vacunación de adultos mayores contra la Covid-19 de acuerdo a padrón del MINSA. Lea la nota completa en https://bit.ly/3v8DsCr
6 Gobierno Regional de Cajamarca aplica un millón de dosis contra Covid-19 https://bit.ly/3vb9jCw

Luisa Beatriz Ortiz Palomino, coordinadora de la Unidad de Emergencia del Hospital COVID Simón Bolívar. “Es un alto honor ser la primera inmunizada. Este acto es un respaldo al trabajo que cumplimos los profesionales de salud durante esta pandemia. Seguiremos comprometidos con nuestra vocación de salvar vidas”, expresó Ortiz.





El 29 de marzo, Segundo Alcalde, vecino del barrio San Sebastián, de 89 años de edad, se convirtió en el primer adulto mayor vacunado contra la COVID-19, su selección la realizó el Ministerio de Salud, a través del Seguro Integral de Salud (SIS), y supervisado por la Contraloría General de la República .

Miriam Yopla Linares recibió la vacuna número un millón contra Covid-19 en la región Cajamarca. La aplicación de esta dosis se realizó en el vacunatorio del colegio Cristo Rey. “Es un enorme privilegio ser la vacunada un millón.





14 de mayo de 2021. En el centro médico de Baños del Inca inició la vacunación a personas con síndrome Down, considerados como grupo poblacional vulnerable, de acuerdo a estudios clínico tienen mayor riesgo de gravedad y mortandad ante el Covid-19 por su condición genética.

Coliseos, plataformas deportivas, colegios, centros comerciales se convirtieron en vacunatorios.





Vacunatorio instalado en el centro comercial El Quinde.

Vacunatorio instalado en el coliseo san Sebastián en el sector La Recoleta.





Maratónicas jornadas en el cumplimiento del deber. Personal de salud demostró entrega y sacrif cio.

Cajamarca: **Diresa** aplicó un **millón de dosis** de la **vacuna** contra la **COVID-19**



gob.pe

Ministerio de Salud

Cajamarca: Diresa aplicó un millón de dosis de la vacuna contra la COVID-19

Nota de Prensa

Miriam Yopla Linares recibió la vacuna número un millón contra COVID-19 en la región Cajamarca. La aplicación de esta dosis se realizó en el vacunatorio del colegio Cristo Rey

Enlaces

imprimir

Fotos: Diresa Cajamarca

28 de setiembre de 2021 - 5:56 p. m.

El pasado 11 de febrero, Luisa Ortiz, médico cirujano del Hospital Simón Bolívar fue la primera vacunada en la región de Cajamarca. Hoy 28 de septiembre, Miriam Yopla Linares se convierte en la inoculada un millón. Esta cifra de aplicación de dosis es resultado del trabajo de cientos de profesionales de la salud en maratónicas jornadas realizadas en los 500 vacunatorios instalados en las trece provincias de dicho departamento.

“Es un enorme privilegio ser la vacunada un millón. Agradezco al Gobierno Regional y al personal de salud por su labor”, expresó Miriam Yopla Linares, quien se convierte en un rostro visible del compromiso de la población en hacer frente a la COVID-19.

“Hoy hemos superado el millón de cajamarquinos vacunados. Es una cifra que motiva a seguir en esta batalla contra la pandemia. Unidos saldremos adelante”, expresó el gobernador Mesías Guevara, quien comentó y destacó este logro a través de las redes sociales, al encontrarse en Lima participando de mesas de trabajo con los diferentes ministerios.

La cifra incluye la vacunación de grupos vulnerables como personas con trastornos mentales y del neurodesarrollo, con enfermedades raras y huérfanas, pacientes con hemodiálisis, con síndrome de Down, personas en lista de espera o con trasplante de órganos, entre otros.

Cajamarca suma más de 3 **millones** de dosis **aplicadas** de la **vacuna** contra el **covid-19**


andina Lo último Actualidad Galería Canal Online Videos Especiales Perfiles Econtenario Podcast

Cajamarca suma más de 3 millones de dosis aplicadas de la vacuna contra el covid-19

Diresa implementa nueva estrategia para inmunizar con segunda dosis a niños de 5 a 11 años

La región Cajamarca suministró más de 3 millones de dosis de la vacuna contra el covid-19, desde la primera hasta la cuarta dosis, a las personas mayores de 5 años, proceso que se mantiene en las 13 provincias a pesar de la disminución de infectados y fallecidos.

Con más de 1.5 millones de habitantes en esta región, la Dirección Regional de Salud (Diresa) informó que sigue vacunando contra el covid-19 y recientemente iniciaron el suministro de la cuarta dosis a mayores de 50 años, recibiendo hasta el momento la vacuna del laboratorio Moderna 7,280 personas.

Hay una baja cobertura de inmunizados con la tercera dosis, más de 50 % no han acudido a recibir la vacuna de refuerzo, informó Katherine Vásquez Carranza, coordinadora regional de Inmunizaciones de la Diresa.

En declaraciones a la Agencia Andina, la funcionaria hizo un llamado a la población para acercarse a los puntos de vacunación a recibir la tercera dosis y estar protegidos contra el virus, aun cuando los casos de contagios y muertes han disminuido en esta región.

Vásquez adelantó que el sector salud implementará una nueva estrategia para que los niños de 5 a 11 años reciban la segunda dosis. “En menores de 11 años estamos con una cobertura de 70 % con la primera dosis y 53 % con la segunda dosis, tenemos bastante deserción”.

Covid-19: **Cajamarca** alcanza el **86.2 %** de su **población objetivo** vacunada con **dos dosis**



Cajamarca es una de las regiones en las que, gracias al trabajo conjunto entre las autoridades y el compromiso de la población organizada, se logró superar ampliamente el objetivo de vacunación propuesto para el 2021 con un contundente 86.2 % de personas con sus dos dosis de vacuna contra el covid-19.

Para el logro de la meta propuesta, el Ministerio de Salud ha distribuido en la región Cajamarca 2 millones 780,562 dosis de vacunas, de las cuales 333,824 corresponden a AstraZeneca, 1 millón 215,630 a Pf zer, y 1 millón 231,108 a Sinopharm.

Al 3 de enero del 2022 se estima que 1 millón 33,138 personas fueron vacunadas con la primera dosis; 891,389 con la segunda y 90,862 con la tercera; que hacen un total de 2 millones 15,389 dosis aplicadas.

Respecto a las acciones de reforzamiento de la primera línea de atención en articulación con instituciones públicas y privadas, la Dirección General de Operaciones en Salud (DGOS) del Minsa informó que Cajamarca cuenta con 15 plantas operativas de oxígeno medicinal con una capacidad de producción de 9.63 toneladas diarias, equivalentes a 720 cilindros de 10 m3 por día.

Cajamarca: **Gobierno Regional** facilita **obtención** del **carnet** contra el **covid-19**

Estrategia de apoyo consiste en imprimir documento de inmediato y vacunarlos si les falta completar protección


Cajamarca: Gobierno Regional facilita obtención del carnet contra el covid-19

Estrategia de apoyo consiste en imprimir documento de inmediato y vacunarlos si les falta completar protección

La Dirección Regional de Salud (Diresa) de Cajamarca aplica una estrategia especial para apoyar a los ciudadanos en obtener su carnet con las dos dosis de la vacuna contra el covid-19 para poder ingresar a los locales cerrados, tal como lo ha dispuesto el gobierno central af rmó el gobernador regional, Mesías Guevara Amasifuen.

Indicó que se han puesto equipos dotados con una impresora laptop y brigada de **vacunación** en las plazas de Armas de cada una las provincias y en los distritos más poblados.

“El objetivo es darle las mayores facilidades a los ciudadanos, sobre todo a los adultos mayores. Se les busca su carné en el aplicativo, se imprime y se les entrega y si les falta alguna dosis de inmediato se le vacuna en el mismo sitio”, expresó la autoridad regional al señalar que son 20 puntos de atención instalados para esos efectos.

En diálogo con la Agencia Andina, el gobernador de Cajamarca manifestó que como gobierno regional se está cumpliendo con verif car, en lo que está a su alcance, para que se cumplan las normas sobre las dos dosis pero también en dar facilidades a los ciudadanos que por algún motivo no cuentan con el carné impreso.

1.10

"La historia ocurre dos veces: la primera vez como una gran tragedia y la segunda como una miserable farsa"

Karl Heinrich Marx[1]

AHOGADOS EN DESESPERACIÓN



Sólo 5% de pacientes Covid-19 requieren oxígeno.

1 Karl Heinrich Marx (Tréveris, 5 de mayo de 1818 - Londres, 14 de marzo de 1883) Filósofo, economista, sociólogo, periodista, intelectual y político comunista alemán. Junto a Friedrich Engels, es el padre del socialismo científ co, comunismo moderno, marxismo y materialismo histórico.

“El oxígeno es un medicamento no se puede aplicar a criterio personal. Sólo se utiliza oxígeno cuando el paciente presenta complicación pulmonar e insuf ciencia respiratoria, de lo contrario podemos complicar su situación”, señaló Jorge Bazán Mayra, director del Laboratorio de Referencia Regional.

Karl Marx enseña que la Historia tiene momentos marcados por la emoción antes que por la sensatez. En la pandemia Covid-19 hubo pasiones antes que razones y muchos muertos llevan el sello de horrores antes que errores. Automedicación, uso y abuso del oxígeno sin prescripción médica, consumo de gotas de cloro diluido en agua, desinfección de ropa y cuerpo con lejía son algunas de las siniestras curiosidades de la pandemia que rayan en lo anecdótico o refieren trastornos psicóticos.

Durante el 2020 se desató la crisis por oxígeno. Miles de personas pagaron entre 10 mil a 15 mil soles por balones de oxígeno medicinal que no necesitaban, y que en muchos casos, empeoró su condición. Para colmo de males, en medio de la escasez y largas colas surgió la viveza criolla del peruano manifiesta con sobreprecios, reventas y estafas.

El punto de quiebre para afrontar la pandemia Covid-19 fue la ruta del oxígeno establecida por el Gobierno Regional de Cajamarca. En el común de la población se asociaron las ideas Covid-Oxígeno, era una dupla de enfermedad-cura, un binomio que millones tuvieron presente y por el cual se generaron las más apasionadas discusiones y descabelladas acciones. No faltaron quienes surgieron como promotores de las plantas de oxígeno, y sobre todo, los ángeles del oxígeno. Acciones que más lindaron con el figuretismo antes que la sensatez ante la emergencia.

La ruta del oxígeno significó un aporte decisivo en la lucha contra la Covid-19, no sólo a nivel regional sino nacional, pues abrió el camino para el monitoreo del uso de oxígeno en pacientes Covid y no Covid.[1]

Según archivos “El Gobierno Regional de Cajamarca con la finalidad de reducir la incidencia de pacientes graves o críticos por coronavirus en los hospitales del departamento estableció la Ruta del Oxígeno como estrategia de evaluación, monitoreo y educación frente a la pandemia por coronavirus que afecta el territorio en una segunda ola de contagios.



Resolución de Contraloría N° 083-2021-CG-GCOC. Estableció el operativo de servicios de control de aplicación de vacunas COVID-19 para verif car su distribución. Se verif có que sea aplicado a la población objetivo, con la f nalidad de evitar el surgimiento de un “mercado negro”. Mucho show para que luego las vacunas estén en el cajón del olvido.

Los profesionales de la salud (…) conformaron Equipos de Intervención Integral que permitirá identificar a pacientes COVID-19, determinar su estadio, necesidades clínicas en base a las comorbilidades de cada paciente, administración de medicamentos, uso del oxígeno e identificar al responsable del monitoreo del mismo”[2].

Muchas familias dejaron de utilizar el oxígeno en auto – tratamientos, y tomaron conciencia que el oxígeno medicinal es un medicamento y por lo tanto existen consecuencias. La llamada crisis por falta de oxígeno terminó cuando se realizó un sinceramiento de la cantidad de oxígeno que se requería para cubrir la demanda.

1 https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/2543
2 https://bit.ly/3aOViDR



Pal´feiz. Durante la primera etapa de inmunización se grabó y fotograf ó todas las aplicaciones de dosis. Paciente que se respete tenía que tener registro de su participación en estas jornadas. Pasada la f ebre de las vacunas todo quedó en el olvido.

A NIVEL TÉCNICO LEGAL

De acuerdo a la Directiva Sanitaria No. 119-MINSA/2020/DGAIN[3] aprobada con Resolución Ministerial No. 0879-2020/MINSA, en sus numerales 5.3 y 5.13 señala que la "prescripción del oxígeno medicinal depende del diagnóstico del paciente", puesto que "la administración de oxígeno medicinal a altas concentraciones y/o tiempos prolongados puede ser dañina".

El 85% de pacientes COVID-19 no necesitan oxígeno, sólo el 5% de infectados tiene un cuadro complicado y ellos requieren de oxigenoterapia. "El oxígeno es un medicamento, es parte del kit de tratamiento contra el coronavirus, no se puede aplicar a criterio personal. Sólo se utiliza oxígeno cuando el paciente presenta complicación pulmonar e insuficiencia respiratoria, de lo contrario podemos complicar su situación", señaló Jorge Bazán Mayra, director del Laboratorio de Referencia Regional.

Se creyó que el oxígeno medicinal era la cura para el Covid-19 y que todos deberían tener en casa balones de oxígeno para prevenir y tratar este mal. Las ansias por garantizar suministro de oxígeno fue el detonante para generar una crisis por falta de este insumo médico.

El Ministerio de Salud (MINSA) advierte que el uso indiscriminado de oxígeno medicinal en pacientes afectados por COVID-19 tiene graves riesgos y que existen protocolos para el uso de tanques y concentradores de oxígeno.

El Gobierno Regional de Cajamarca administra una red de 11 plantas de oxígeno medicinal garantizando el suministro de este medicamento para atención de pacientes Covid y no Covid en las 13 provincias. Las instalaciones se encuentran ubicadas estratégicamente en Celendín, Chota, Bambamarca, Cajamarca, Cutervo, Jaén y Cajabamba.

Asimismo, se distribuyeron 188 concentradores de oxígeno para pacientes residentes en las zonas más alejadas del departamento. La inversión de este lote de equipos asciende a S/ 996 400.00.

Los concentradores son la solución tecnológica para las comunidades alejadas, son prácticos y de fácil uso y permitirán salvar más vidas, sobre todo pacientes en estado de vulnerabilidad como adultos mayores, comorbilidades, diabetes, hipertensión y que han llegado a presentar insuficiencia respiratoria.

Los recontra controladores del control

La Resolución de Contraloría Nº 037-2021-CG aprueba el "Plan general de control a la gestión de la vacunación contra la COVID-19".[4] El jefe de control Nelson Shack Yalta[5] programó el megaoperativo para vigilar la vacunación y el cumplimiento de las nóminas priorizadas.

Por su parte, la Defensoría del Pueblo señaló que el "proceso de vacunación debe estar a salvo de actos antiéticos o delictivos (...) La Defensoría del Pueblo viene siguiendo de cerca el proceso de vacunación con la finalidad de contribuir a garantizar el derecho a la salud de las personas y supervisar la legalidad de los actos de autoridades, funcionarios y servidores públicos."[6]

Como siempre, el show de la vigilancia desató la histeria. Durante la primera etapa de inmunización se grabó y fotografió todas las aplicaciones de dosis. La prioridad eran pacientes adultos mayores, pacientes con enfermedades oncológicas, pacientes con comorbilidades, pacientes con síndrome Down. Paciente que se respete tenía que tener registro de su dosis y la fotografía se difundía por WhatsApp, Facebook, Instagram o Twitter.

Los primeros días de vacunación se registraron largas colas de ansiosos vecinos que pugnaban por ser inmunizados. Las jornadas fueron agotadoras, el personal de salud cumplió maratónica labor en cumplimiento de su deber.

3 https://bit.ly/3RNIm1u
4 Resolución de Contraloría N° 037-2021-CG. Documento completo en https://bit.ly/3d4HeXG
5 Nelson Eduardo Shack Yalta (19 de octubre de 1971) Economista de profesión. Contralor general de la República del Perú designado desde el 20 de julio de 2017 hasta el 19 de julio de 2024.
6 Documento completo en https://bit.ly/3OSl5Jd



La historia detrás de la foto. El día que llegaron las vacunas a Cajamarca se registró una jornada cinematográf ca. Hubo un despliegue impresionante de vehículos of ciales entre ambulancias y patrulleros, además el cordón de efectivos policiales, personal del ejército y f scalizadores, asimismo, autoridades políticas, militares, ediles, sanitarias y representantes de la sociedad civil acudieron al aeropuerto para ser testigos y partícipes del hecho. Todos deseaban ser parte de la fotografía pero la caja que contenía las primeras mil vacunas contra la Covid-19 pesaba menos de tres kilogramos y a duras penas se hacía notar.

Paralelamente, se anunciaba y denunciaba a través de los medios de prensa la supuesta conformación de mafias para negociar con las vacunas, se alertó de indicios sobre cobro de cupos a cambio de las dosis, incluso al presidente de la República Martín Vizcarra[7] estuvo envuelto en el escándalo de vacunación clandestina, es decir por haberse inmunizado fuera de cronograma, bullicio que involucró a Pilar Mazzetti[8] que ocupara cargo ministerial y dirigiera el Comando Nacional Covid-19.

Sobre la vacuna se dijo que era parte del complot mundial para la dominación de la población, otras voces señalaban que se trataba de un chip para monitorear el comportamiento de cada individuo, y los extremistas religiosos calificaron a la vacuna del signo de la gran Bestia, el Anticristo, Lucifer en frasco. Muchos no aceptan las vacunas porque sus creencias religiosas se lo prohíben.

Pasadas las semanas de euforia todo fue silencio. Nadie se pronunció, nadie siguió los procesos de vacunación, a nadie le importó. Si las autoridades buscaban transparencia en el proceso de vacunación se llegó al extremo de la total indiferencia. Vacunas sobran y población indiferente, también. Ahora, muy pocos cuentan con la cuarta dosis de vacunación. Se llegó al extremo de pagar para falsificar carnet de vacunación a fin de ingresar a los centros comerciales o entidades bancarias, si las vacunas fueron esperanza de vida, pasado el susto de la primera y segunda olas, la vacuna era poco menos que nada. En la Plaza de Armas de Cajamarca se ubica un vacunatorio móvil y son muy pocas las personas que acuden a inmunizarse.

7 Martín Vizcarra Cornejo (Lima, 22 de marzo de 1963) Ingeniero civil y político peruano. Presidente del Perú tras dimisión de Pedro Pablo Kuczynski. Mandato: 23 de marzo de 2018 - 9 de noviembre del 2020. Vacado su permanente incapacidad moral por acusaciones de corrupción, hechos acontecidos en su etapa como gobernador de la región Moquegua (2011-2014).

8 Pilar Elena Mazzetti Soler (Lima, 9 de setiembre de 1956) Neuróloga. Ministra de Salud en el gobierno transitorio de Francisco Sagasti, cargo que también ocupó de julio a noviembre de 2020 en el gobierno de Martín Vizcarra y de febrero de 2004 a julio de 2006 con Alejandro Toledo. Asimismo, ministra del Interior de 2006 a 2007 en el Segundo Gobierno de Alan García Pérez, siendo la primera mujer en ocupar dicho cargo.



Cajamarca, 20 de julio de 2020. Aeropuerto Armando Revoredo Iglesias, arribo del avión de la Fuerza Aérea del Perú. Medicamentos y respiradores mecánicos de alta gama. Se tenía la falsa idea que los respiradores curaban el Covid-19, en verdad solo era un equipo para tratar a pacientes Covid-19 en estado de coma.



Cajamarca, 04 de julio de 2020, en el aeropuerto Armando Revoredo Iglesias, traslado aéreo de paciente Covid-19 hacia la ciudad de Lima, se utilizaban cámaras especiales para dicho f n.



dispositivos terminales o formas murales, incluyendo todas las válvulas de aislamiento de cabeceras, así como los reguladores de presión en los puntos finales de aplicación del oxígeno medicinal.

- **Sistemas de administración de oxígeno medicinal**[5]: Son el conjunto de dispositivos mediante los cuales se administra el oxígeno medicinal al paciente. Existen sistemas de bajo y alto flujo y se indican en función a las necesidades de cada paciente.
- **Suministro de oxígeno medicinal**[6]: Es la administración de oxígeno medicinal al paciente.
- **Ventilación mecánica**[7]: Es la sustitución temporal de la función respiratoria con apoyo artificial por la existencia de insuficiencia respiratoria (aguda como crónica) que no responde a tratamiento convencional.

6.2 El aporte artificial de oxígeno medicinal a los pacientes, llamado oxigenoterapia se realiza para tratar o prevenir la hipoxemia. El médico trata las causas subyacentes de la hipoxemia.

6.3 La prescripción para oxigenoterapia es realizada por un médico, quien prescribe mediante guía de práctica clínica y criterio clínico dentro el tratamiento en función a las necesidades de cada paciente, su estado clínico, edad, grado de tolerabilidad y cumplimiento, la forma de administrarlo, dosis (flujo, duración, fuente de oxígeno).

6.4 Todo paciente que reciba oxigenoterapia debe contar con un pulsímetro de pulso, dispositivo que mide la saturación periférica de oxígeno (SpO2), a fin de monitorizar su estado de oxigenación en forma no invasiva.

Lo que todos deberíamos conocer sobre le oxígeno medicinal y sus correcto uso. Directiva Sanitaria No. 19-MINSA/2020/DGAIN aprobada con Resolución Ministerial No. 879-202/MINSA.



El Gobierno Regional de Cajamarca con la f nalidad de reducir la incidencia de pacientes graves o críticos por coronavirus en los hospitales del departamento estableció la Ruta del Oxígeno como estrategia de evaluación, monitoreo y educación frente a la pandemia por coronavirus que afecta el territorio en una segunda ola de contagios.



El Ministerio de Salud (MINSA) advierte que el uso indiscriminado de oxígeno medicinal en pacientes afectados por COVID-19 tiene graves riesgos y que existen protocolos para el uso de tanques y concentradores de oxígeno.



La ruta del oxígeno acción planif cada y ejecutada por el Gobierno Regional de Cajamarca para supervisar y monitorear el adecuado uso y administración del referido medicamento en pacientes COVID-19 será replicada a nivel nacional por parte del Ministerio de Salud, a través del Seguro Integral de Salud como parte de las acciones frente a la pandemia por coronavirus.

Nota de prensa Gobierno Regional Cajamarca
Cajamarca, 23 de julio de 2020

Implementan **40 camas** y **sistema** de **ventilación** no invasiva en **Hospital COVID**



El Gobierno Regional recepcionó equipos de ventilación no invasiva – snorkels – donados por la empresa minera Yanacocha, para reforzar la atención de pacientes infectados por coronavirus internados en el Hospital Simón Bolívar, en las áreas de cuidados intermedios.

Estos snorkels tienen un costo que supera los 40 mil soles, brinda tratamiento efectivo para pacientes hospitalarios en fases intermedias del coronavirus. Este dispositivo sella completamente el rostro del paciente infectado, y, de este modo, evita la contaminación por exhalación por parte del personal médico y pacientes cercanos.

"El sistema permite hacer una terapia respiratoria para pacientes que no requieren intubación. Es seguro para el paciente y para los médicos. El objetivo es que el paciente se estabilice y no use un ventilador mecánico", señaló Johnny Delgado Clavo, subdirector del Hospital COVID-19.

Asimismo, el Gobierno Regional presentó un lote adquirido de equipos para triaje, que incluye 843 pulsoxímetros, 30 tensiómetros infrarrojos, 30 termómetros digitales y 40 camas clínicas.

Bitácora COVID-19

El día a día del padecimiento y pérdida de un ser amado.



Actividad	: Yo me apunto
Descripción	: Jornada de despistaje Covid-19
Objetivo	: Detección de casos Covid-19
Acciones	▸ Detección de casos positivos Covid-19 ▸ Entrega de medicamentos ▸ Aislamiento de pacientes ▸ Entrega de apoyo alimentario ▸ Seguimiento de casos positivos ▸ Informe de familiares y contactos directos
Fecha	: 25 de julio de 2020
Horario	: 09:00 – 15:00 horas
Lugar	: Plataformas deportivas La Colmena
Responsables	▸ Equipo técnico: personal de la Dirección Regional de Salud ▸ Equipo de difusión y apoyo: Integrantes de la Dirección de Comunicación del Gobierno Regional de Cajamarca
Resultado	: Personas tamizadas 700
Casos positivos	: 200
Observaciones	: **CONTAGIO DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO DE COMUNICACIONES DEL GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA CON COVID-19**

31 de julio

10 de la noche. Me siento cansado por el trabajo en las campañas ***Yo me apunto.*** Hay que estar muy temprano para cubrir las incidencias de cada jornada, como equipo iniciamos antes que cualquiera, terminamos cuando ya no queda nadie. En varias ocasiones salgo de casa antes de las 6 de la mañana y retornamos después de las 6 de la tarde. Deberían pagarme horas extra, pienso, muchos están con trabajo remoto no hacen nada pero su sueldo les llega religiosamente puntual. La única persona que me mantiene lúcido es Fiorella, puedo conversar con ella de otros temas que no sean pandemia, pruebas rápidas o acciones de gobierno. Espero que llegue la noche para platicar con ella. Vamos a Matara, me dice, serán las celebraciones por San Lorenzo, el patrono del pueblo, hay oportunidad para alejarse de esta situación tensa. Quisiera ir con ella, olvidarme un rato de una situación que enferma.

01 de agosto

Me llama Martín, el director de Comunicaciones, me pide que redacte una nota de prensa anunciando la próxima jornada de Yo me apunto, le respondo que no puedo trabajar que estoy mal. Debo estar resfriado, le digo. Tienes que tomarte una prueba Covid hay que descartar que te hayas infectado, si estás contagiado todo el equipo también lo está, me dice. No, sólo es gripe, le alego. Tomo antigripales y pareciera que hay buen resultado. Intento leer pero empieza el ardor de los ojos, imposible concentrarme. No puedo estar contagiado de Covid, me digo y me repito, empieza a surgir ese miedo de ser un contagiado más.
Converso con Fiorella le detallo mis síntomas y le conf eso mis miedos, siento malestar de cuerpo y tiemblan mis piernas. No te preocupes me dice, no signif ca que te hayas contagiado de Covid sólo es un resfriado pero debes permanecer en casa.

02 de agosto

Imposible conciliar el sueño. Los ojos arden y duelen de tanto intento fallido por descansar. La resequedad de la garganta era constante. A las 5 de la mañana el dolor de garganta es insoportable tomo pastillas para aliviar síntomas. No puede ser Covid, me digo y me repito en una desesperada fórmula de darme esperanza, de alejar los demonios. No puedo estar contagiado, me vuelvo a repetir, pero los fantasmas son cada vez más insidiosos y siguen ahí, rondando la macabra idea de ser un portador de Covid.

03 de agosto

El malestar no disminuye va en aumento. Siento cada vez más dolor en el pecho y empiezan las f ebres, pareciera que me hubiesen dado la paliza de mi vida. Sólo el cabello no dolía. Empecé a tener miedo, exactamente no sé de qué. Trato de ver algún programa en televisión pero sólo aparecen imágenes de muertos en calles, supuestamente son víctimas de Covid, empiezo llorar, apago el televisor, pero no me siento tranquilo.
Converso con Fiorella por horas, es la única persona que sabe qué situación estoy pasando, no sólo la enfermedad sino también el miedo de contagiar a todos. Trata de calmar mis angustias, me conversa sobre su día a día, sobre su hermana, sobre su mamá. Busca hacerme reír con sus anécdotas. Las horas pasan y los síntomas se acrecientan.

04 de agosto

Me sirvieron caldo de pollo, lo vomité. Sólo consumo líquidos calientes o tibios, no resisto nada en el estómago. El cuerpo me tiembla. Retorna la f ebre, retorna el sudor frío y el incontenible choque de dientes. Me tiemblan las manos y me duelen como si estuvieran fracturadas.

05 de agosto

Todos en la familia empiezan a toser a quejarse de malestar. Les contagie la peste, pienso y me recrimino. Traje el virus, me preocupo por mi abuela, Lucia, es una mujer mayor, entrada en años, con un diagnóstico de enfermedad pulmonar oclusiva crónica (EPOC), desde hace más de doce años, ha sufrido crisis por neumonía años anteriores, incluso pasó temporadas hospitalizada. Es la persona más propensa de la casa.
Fiorella me dice que no me arrogue la culpa, que el virus está en el ambiente, que tarde o temprano todos vamos a pasar por esa enfermedad. Me pide calma, que sigamos conversando, estaré a tu lado me dice.

06 de agosto

Empezaron las hemorragias. Minuto tras minuto veo como lleno el lavatorio de calientes gotas de sangre. La f ebre me hace temblar, no hay calma, me quema el respirar, me duele la garganta y el pecho. Me preocupa la salud de mi abuela, ya no tengo dudas, estoy padeciendo Covid y para colmo de males soy el responsable de joder a la familia. Si le pasa algo a mi familia el culpable soy yo.

07 de agosto

Imposible ingerir alimento. Pareciera que tengo en la boca un trapo y no comida. No saboreo nada hasta el agua me genera asco. Todos en la casa están mal. El celular es el peor enemigo del paciente Covid sólo muerte y desolación transmite el apartito. Son los signos del f n del mundo, dice un loco fanático a través de las redes. Cerrar los ojos, no despertar, la sensación de morir se torna muy cercana. El miedo no desaparece. Llamo a Fiorella, le digo que tengo miedo, mucho miedo, que estoy aterrado, y ella me dice que no hay motivo, que tenga paciencia, que tenga calma, que todo saldrá bien, solo es un mal momento, un mal

rato que momentos así son pasajeros. Mi cuerpo se sacude, empieza la f ebre y la tensión.

08 de agosto

Mi abuela muestra deterioro de salud, se queja de dolor, está más cansada, más agitada y sus labios empiezan a tornarse de un color azulado, signos de cianosis. Estoy lejos de ella, me siento culpable, yo traje la peste a la casa y esas son las consecuencias. Me repito una y otra vez que las campañas para frenar al Covid son buenas, pero la culpa me gana.

09 de agosto

Ya nadie en casa está bien todos se quejan de algo. Dolor, f ebre, nauseas, vómitos, decaimiento la casa es poco menos que un sanatorio. Mi abuela usa el oxígeno y mi hermana la nebuliza, por suerte, años antes de la pandemia, cuando le diagnosticaron EPOC le compré su balón de oxígeno, durante estos años le pudimos dar calidad de vida, controlamos sus crisis, pero en cuatro oportunidades tuvo que ser internada. Ahora el mundo es diferente, los hospitales están casi cerrados y personal no atiende. Es la peor etapa para necesitar de un nosocomio.

10 de agosto

Me siento recuperado, ha retornado el olfato, no del todo, pero me siento mejor. Llega el doctor Jhony Clavo, me evalúa y conf rma el diagnóstico: Covid-19. Estás saliendo del cuadro crítico, estás en recuperación pero cuídate, me dice.

11 de agosto

Mi abuela está peor, empiezan las crisis de no poder respirar. Tiene un balón de oxígeno, los medicamentos para tratamiento pero parece que nada ayuda, no hay un efecto positivo, no hay recuperación. Mi hermana está preocupada, también mi mamá y mi tío. La culpa es mía. Aquellos demonios y fantasmas que rondan la cabeza no me dejan en paz. Soy el responsable de esa situación que no vislumbra un buen f nal.

12 de agosto

Me recupero, ya puedo comer algo sin vomitar, tengo apetito. La salud de la abuela está peor. La medicina es poco menos que nada. El doctor Clavo regresa a casa y aplica el test Covid a toda la familia, todos positivos a excepción de mi abuela. Ella tiene un problema de EPOC, me dice, así que su cuadro es diferente.

13 de agosto

El estado de mi abuela empeora. Es necesario internarla. Mi amigo Elmer se convierte en mi aliado, en su carro pudo trasladar a mi abuela al hospital regional acompañado por mi mamá y mi hermana. Fue el último minuto que pude ver a mi abuela con vida, afectada, enferma pero con vida.

Yo no podía salir de casa, el dolor en el pecho persistía y el corazón se me aceleraba. Del hospital regional transf eren a mi abuela al hospital Simón Bolívar. Mi mamá y mi hermana regresan a casa, cansadas, tristes. La abuelita se queda internada, por suerte hay cama para su atención y le han colocado oxígeno en alto flujo. Preludio fatal.

14 de agosto

Mi hermana lleva a mi mamá a internar al hospital, no puede estar en casa. Está saturando muy bajo, me dice, está cada vez más somnolienta por falta de oxígeno. Veo salir a mi mamá y mi hermana, las veo desde el balcón de mi casa y el miedo se acrecienta. Regresa mi hermana, la mamá tiene que estar internada hasta recuperar su nivel de saturación, no hay otra alternativa de la abuelita le informaron que está estable.

15 de agosto

Me siento recuperado, pero la sensación de culpa no se diluye. Mi mamá internada, mi abuelita también. Mi hermana aislada en su habitación, lo mismo que mi tío. Almorzamos cada quien en su cuarto para evitar mayores complicaciones. Las horas pasan sin darnos cuenta, se pasan los minutos en una larga letanía de sueños y alertas. No hay paz en el sueño, no hay serenidad en la lucidez.

16 de agosto

Escribo una carta para mi mamá, para contarle que estamos bien y que esperamos su recuperación. Que sabemos que la abuelita está estable y bien atendida, que no se preocupe, que saldremos de este mal momento. La típica frase de optimismo cuando todo está perdido, esperanzas no hay, pero es bueno mentir, es buen o decir que todo estará bien, para no hacer el papel de verdaderos derrotados. La carta la deposito en el ***Buzón de la esperanza***, ese sistema de comunicación ideado por las psicólogas del hospital Simón Bolívar para que los pacientes tengan noticias de sus familiares.

17 de agosto

Pude dormir tranquilo después de días, logré conciliar sueño y desperté con mejor sensación corporal. Hacia las 11 de la mañana subo a tomar el sol en la azotea, de pronto suena el celular de mi hermana, escucho que está hablando con alguien del hospital, sin duda noticias de las pacientes. Termina la conversación y sube a verme. Ramiro, la abuelita está en crisis, me informa. Empiezo a llorar, la culpa me embarga. La palabra crisis sólo es un preludio que veinte minutos después conf rma la desgracia. Presentimiento nefasto. Vuelven a llamar a mi hermana le dicen que la señora Lucía ha fallecido que sus pulmones no resistieron más. A las 11:30 a.m. de forma of cial y según informe médico

el Covid se llevó a la mujer que más he amado. 11:31 a.m. la conciencia se torna negra y me vienen a la mente las mil imágenes de la mujer que me acunó desde pequeño.

A las 2 de la tarde converso con Fiorella, le digo que ha muerto mi abuelita, que se la llevó la pandemia, que soy culpable. Ella trata de consolarme, de quitarme la pena pero no puede borrar lo que se escribió con sangre ni arrebatar el peso de los horrores. La siento mal, la escucho llorar y su sollozo provoca el gemido de su madre y su hermana. Se llora la muerte de mi abuelita no sólo en mi casa también en la casa de Fiorella.

A las 3 de la tarde estoy en el hospital con un ataúd que entrego a los asistentes de la morgue, colocan el cuerpo de mi abuelita y lo conducen a la carroza.

Son las 4 de la tarde, entierran a mi abuelita. Los encargados son personal de la funeraria. Prohibido que ingrese alguien al Camposanto. Me dan un recibo y constancia del sepelio: pabellón San Lucas, nicho número 80, f la 5. Esos son los datos para ubicar el cadáver de mi abuelita.

A las 5 de la tarde regreso a la casa junto a mi hermana, hemos cumplido con dar cristiana sepultura a mi abuela. Le informo a mi tío, la mamá ha muerto, la acabamos de enterar, no resistió más sus pulmones. Empieza a llorar, perdió a su madre, no vale palabra de consuelo, la muerte llegó y punto. La mamá era una mujer mayor, le digo, estaba agotada por sus enfermedades sufría de artritis, casi no podía caminar, ya descansa en paz. Palabras protocolares, sólo el formalismo para buscar consuelo.

A las 6 de la noche la suerte echada está. Nos queda pensar en mi mamá que está internada en el hospital. Mi tío, mi hermana y yo infectados con Covid-19, cada quien en su cuarto, rumiando el dolor, tratando de masticar la realidad pero un perro rabioso muerde la garganta y hace más grande el dolor de no poder gritar. Pesadilla completa.

A las 11 de la noche converso con Fiorella, le platico sobre mi abuelita, de cuánto la quise y todo aquello que pasamos juntos, momentos entre risas y lágrimas evoco situaciones. El dolor continúa, se puede diluir por instantes pero continúa. Trata de dormir, me dice. Cierro los ojos y empiezan las pesadillas, imágenes confusas pero generan pánico. Imposible dormir tranquilo.

18 de agosto

Mi mamá no sabe que su madre ha muerto. Mejor así, que se recupere primero, es fundamental que el ánimo lo tenga arriba y esté optimista, una noticia así sólo agravaría su situación. Vamos con mi hermana a preguntar por el estado de mi mamá, las respuestas son escuetas, está bien, está estable, no hay novedad. Fiorella me dice que debo ser prudente al momento de decirle a mi mamá sobre el fallecimiento de mi abuelita, que debo estar calmado, tengo que ser fuerte en esos momentos. Sólo atino a llorar, no puedes ser fuerte cuando te sientes desagarrado por dentro, hay dolor de corazón, y no hay forma de aliviar esa pena.

19 de agosto

No he podido dormir. He pasado las horas nocturnas recordando a mi abuela al compás de Mis noches sin ti, su canción favorita.

Son las 8 de la mañana, bajo a la cocina y preparo el desayuno. Siento que el Covid ya me dejó. La pena enferma más. No puedo llorar. La culpa me tapa la boca. Soy el culpable de la muerte de mi abuela. Pague todo el amor que me dio en vida con muerte.

20 de agosto

Siguen pasando las horas sin sentido. Desaparece el dolor del cuerpo. Empieza a sentirse muy profundo y desgarrador el dolor de corazón, aquel que no tiene cura ni medicamento, empieza el dolor por la culpa que va pesando cada vez más y más. Si murió mi abuela es mi culpa, esa es la frase que retumba en mi cabeza.

21 de agosto

Informan que mi mamá está recuperada. Dicen que mi mamá volverá a casa. Recién una alegría en el inf erno. Decirle a mi madre que su madre ha muerto será complicado y doloroso, han pasado sus vidas juntas, siempre juntas, nunca separadas. Mi abuelita murió en el hospital, rodeada de extraños, de gente que cumplió rol de ángel de la guarda. La última imagen de mi abuelita viva es subiendo a un automóvil rumbo al hospital. Empieza ese dolor que desgarra el pecho, no es Covid-19 es dolor de corazón, sólo queda llorar para darle forma al sentimiento más desolador que te deja la muerte.

22 de agosto

Mi hermana y mi tío reciben su alta clínica. Ya pasaron el Covid y pueden volver a sus actividades normales, claro, decir normal es una utopía. Calles desiertas, horarios para conf namiento, normas de aislamiento y distanciamiento, control de ingreso, silencio y temor en las calles. Normal, ¿a qué llamaremos normal?

26 de agosto

Mi mamá sale del hospital, se ha recuperado, le dieron alta médica, volverá a casa, tenemos que tenerla en aislamiento por siete días más en su habitación. Volverá a casa y no encontrará a su madre. La instalamos en su habitación y recién le digo que su madre murió y que sus últimas palabras - según el médico que la atendió - fueron para sus hijos. Nos queda seguir viviendo. Rompe en llanto. El dolor que la embarga le desf gura el rostro. Insoportable saber que la mujer que te dio la vida partió



Mis noches sin ti'

Por Ramiro W. Sánchez Vásquez

Los días pasan con sus alegrías y pesares pero tú eres el recuerdo más vivo que tengo. Los brazos y la mirada que me acogieron desde pequeño fueron tuyos. Me diste amor y sembraste en mí el sentido de la lealtad. Nunca te olvidaste de mí y siempre esperaste mi regreso desde cualquier lugar a donde viajé. Por caminos que se alejan, me perdí.

Retorné, no pocas veces herido y abatido pero a ti sólo te importaba volver a escuchar mi voz. Jamás dejaste de abrir tus brazos para demostrar que contaba contigo, me acogías con amor.

Ahora, al regresar a casa tus hijos y mi hermana están junto a mí pero faltas tú. Te platiqué sobre Fiorella, te dije que era la persona que tanto había esperado que era un ángel en mi camino eso te llenó de alegría pero no pudieron conocerse.

Me cuidaste en la cuna y yo en tu lecho de enfermedad. Muchas noches fui tu vigía y enfermero, también tu amigo y conf dente. Me ayudaste a dar mis primeros pasos, yo pagué esa guía al conducirte en una silla de ruedas, ya no podías caminar por la artrosis en tus rodillas. Mi padre me abandonó cual estropajo, tú, me cobijaste en una familia y me obsequiaste un hogar.

Me enseñaste a trabajar cargando bultos en el mercado, a sembrar plantas en cualquier improvisada maceta, a pelar papas y preparar arroz, a ser comerciante y ser responsable. Me enseñaste a maldecir.

Paseamos juntos por calles y plazuelas. Te invité al cine, al parque, a Baños del Inca, a Llacanora compartimos un helado o una deliciosa cachanga con miel de caña, te lucía con orgullo, eras la mujer a quien amaba desde el primer día de mi vida a tu lado surgía la felicidad.

Se me hizo una af ción leerte periódicos, la Biblia o cuentos de hadas, por ti conocí al Dios Crucif cado, aquel que promete vida eterna al desgranar el Santo Rosario y recitar las letanía a la Santa Madre de Dios. Me condujiste en una religión y por la senda para encontrar la fe, pero esa es mi tarea pendiente. Debo confesarte abuelita que siento que mientras más te acercas a Dios más te pone pruebas, más te tortura, por ello soy ateo o un simple descreído.

Tu canción favorita era ***Mis noches sin ti***, te evocaba aquella época de juventud donde la vida se vive en primavera, me comentaste que un pretendiente te regaló esa melodía en serenata, que fue su triste despedida, una historia de amor que tuvo cruel f nal. Tú y yo también estamos separados y nos conecta escucha ***Mis noches sin ti***. Mientras más transcurre el tiempo más se siente tu ausencia.

La última noche a mi lado, nos cubrimos con una manta, tal vez para recordar que éramos abuela y nieto. Tu nombre era Lucía, pero te decía Lucha. Eras mi abuela pero te llamé madre. Ahora soy yo quien escucha ***Mis noches sin ti*** para evocar el tiempo que vivimos juntos.

Estas en el cielo descansando pero sigues presente en mi corazón, te sigo amando como el primer día...mamá Lucha.

---

1 ***Mis noches sin ti***, letra y música de Demetrio Ortiz (22 de diciembre de 1916, Piribebuy, Paraguay - 18 de agosto de 1975, Buenos Aires, Argentina) Músico, compositor, dramaturgo y coreógrafo de danzas paraguayas.

Coronavirus en Perú: la región que contuvo con éxito la pandemia

Y qué papel jugó la "violencia simbólica" de las rondas campesina.

Perú es uno de los países de América Latina a los que más ha golpeado el coronavirus, pero hay regiones que lograron retrasar los daños.
Cajamarca -en el norte- es una de ellas, a diferencia de lo que ha ocurrido en Lima, Piura, Loreto y Lambayeque, por ejemplo.
"Cajamarca es una de las regiones donde más tardíamente se ha registrado un incremento de casos por coronavirus. La tasa es bastante baja con respecto a otros departamentos", dice Augusto Tarazona, presidente del Comité de Salud Pública del Colegio de Médicos del Perú.
Hasta este domingo, Cajamarca reportaba 3.494 casos conf rmados y 129 fallecidos, según datos of ciales del Ministerio de Salud. Un escenario que dista mucho de lo que se vive en un departamento de similar densidad como Arequipa, que registra 8.917 casos conf rmados y 406 decesos.



BBC NEWS MUNDO

Coronavirus en Perú: la región que contuvo con éxito la pandemia (y qué papel jugó la "violencia simbólica" de las rondas campesinas)

Cifras en salud

El Gobierno Regional de Cajamarca manejó una cartera de 2 mil 296 millones de soles para atención de la población en salud, este monto incluye obras de infraestructura, equipamiento hospitalario y contrato de personal, en la gestión 2019 – 2023 y dentro de la pandemia por Covid-19.

Culminación y puesta en funcionamiento del ***Hospital General de Jaén***, cuya inversión registra S/ 183 millones y el nosocomio de ***Nuestra Señora del Rosario de Cajabamba*** S/ 64.8 millones. La inversión del hospital de ***Frontera en San Ignacio*** está valuada en S/ 123 millones, y el nosocomio ***Santa María de Cutervo*** en **S/ 118.9 millones**. Los establecimientos de salud de ***Calconga*** en Celendín implica una inversión de ***S/ 6.7 millones,*** y ***Musungate y Santa Rosa*** en Cutervo, ***S/ 2.6 millones.*** Para el mejoramiento de los establecimientos de salud de ***Bambamarca*** (Hualgayoc) y ***La Ramada*** (Cutervo) se destinó la suma ***S/ 11 millones.***

La construcción del establecimiento de salud de ***Pucará bordea los S/ 64.8 millones***, el redimensionamiento del Hospital Especializado **Simón Bolívar se proyecta en S/ 270 millones**, la construcción del establecimiento de ***Celendín bordea los S/ 136 millones***, el de ***Chota en S/ 278 millones***, ***San Miguel S/ 44 millones*** y ***Bambamarca*** (Hualgayoc) ***S/ 180 millones***. Además, la gestión ha destinado más de 10 millones de soles en estudios y elaboración de expedientes técnicos para infraestructura en este rubro.

El Hospital Regional Docente de Cajamarca (HRDC) es equipado con ecógrafo muscular, aparatos terapéuticos, electroterapéuticos y de rehabilitación gracias a un desembolso de 949 mil 305 soles, y ampliado con una nueva ***Unidad de Cuidados Intensivos*** de ***S/ 2,7 millones***, así como la compra de ***esterilizador y calderos por 3 millones 988 mil soles***. Asimismo, se adquirió 43 equipos médico con una inversión de **S/ 4 millones** provenientes del ***fideicomiso de Yanacocha***. El dinero es parte del fideicomiso que se generó en la construcción del hospital de Cajamarca por la empresa minera Yanacocha. La ampliación de los servicios de ***oncología y hemodiálisis*** en el HRDC tiene un marco presupuestal de ***S/ 166.3 millones***. La adquisición de ***42 ambulancias*** tipo rural para las 13 provincias implica un desembolso de ***S/ 15 millones***.

El mejoramiento y ampliación de la Dirección de Salud Cutervo y los establecimientos de salud de ***Chacaf, Cachacara, Adcuñac, Nudillo y Santa Rosa de Tapo*** demandan una inversión de ***S/ 19.4 millones, la recuperación del puesto de salud Las Palmas de Tinyayoc bordea los S/ 4.4 millones, y en las localidades de Ambulco Grande y Urcurume se destina S/ 8.3 millones.***



Tamizaje Covid-19, campaña Yo me apunto.

El desembolso para mejorar los establecimientos de ***Masitranca y Bellandina en Chalamarca es*** **S/ 7.8 millones**, y para ***Yuracyacu, Negropampa y Chaupelanche S/ 11.5 millones***, asimismo, en el distrito de ***Tacabamba,*** las obras en el centro de salud nivel I-4 implica una inversión de ***S/ 35 millones***, paquete de obras ubicadas en la provincia de ***Chota***.

Durante pandemia

Asimismo, para cubrir la emergencia por Covid-19 se han destinado S/ 447 millones hasta el momento. En detalle, durante el ***2020 se invirtió S/ 113.6 millones, el 2021 se destinó S/ 224.7 millones y el año 2022 –a la fecha– S/ 108.1 millones***. Esto implicó pago de personal médico, asistencial y técnico, además del despliegue de logística para afrontar la emergencia sanitaria en las 13 provincias del departamento.

El año de declaratoria de emergencia sanitaria, 2020, Cajamarca ejecutó el quinto presupuesto más alto a nivel nacional con S/ 113 millones 589 mil 803. El año del Bicentenario, 2021, la región ejecutó S/ 224 millones 762 mil 103 en emergencia Covid-19. Este presupuesto posiciona a Cajamarca como la tercera en ejecución. El año 2022 Cajamarca cuenta con un presupuesto modificado de S/ 133 millones de los cuales ya se ejecutó S/ 103.1 millones.



Balones de oxígeno medicinal.

Otras acciones

El Gobierno Regional gerencia ***11 plantas de oxígeno*** ubicadas en Cajamarca (4), Jaén (2), Cajabamba, Celendín, Chota, Bambamarca y Cutervo, con una instalación cada una. Además, se han distribuido 188 concentradores de oxígeno para los establecimientos de la zona rural.
La producción total de oxígeno medicinal de la región Cajamarca llega a ***53 mil 514 metros cúbicos, se cuenta con reservas por 27 mil 765 metros cúbicos y se registra actualmente un consumo diario de 1 mil 060 metros cúbicos***. La compra e instalación de las plantas de oxígeno para ***San Ignacio, Celendín y Jaén implicó una inversión de S/ 7 millones 735 mil 952***.
Para optimizar la cadena de frío se han distribuido ***386 congeladoras*** para el almacenamiento de vacunas y paquetes fríos, 142 equipos se entregaron a Cajamarca, 73 a Jaén, 90 a Chota y 81 a Cutervo.
Esta actividad complementa la reciente distribución de ***11 modernas ultracongeladoras*** con capacidad de enfriamiento de hasta 80 grados bajo cero de las cuales siete tienen una capacidad de 25 litros, dos de 105 litros y dos de 780 litros.
De acuerdo a reportes oficiales del Ministerio de Salud en las trece provincias del departamento se aplicaron ***3 millones 412 mil 153 dosis*** de vacunas Covid-19 en primera, segunda, tercera y cuarta dosis. Se cuenta con insumos ***Sinopharm, Pfizer, Pfizer pediátrico, Moderna y Astrazéneca*** todos con una ***eficacia superior al 90%.*** Cajamarca ha recepcionado y distribuido ***4 millones de vacunas***. En las 13 provincias de la región se instalaron ***500 vacunatorios para la aplicación de la vacuna contra Covid-19.***
El GRC gerencia ***2 laboratorios de biología molecular***, en Cajamarca (S/ 2.5 millones) y Jaén, con equipos de última generación como cabina de bioseguridad, equipo automatizado de extracción de ácidos nucleicos, microcentrífugas, refrigeradoras, congeladoras, cabina de PCR y termociclador, incubadora para cultivo y cabina de flujo laminar vertical. La construcción y equipamiento del laboratorio del establecimiento de salud de ***Contumazá implica una inversión de 967 mil 521 soles.***
En los laboratorios del GRC se pueden realizar pruebas, diagnósticos y estudios sobre VIH, hepatitis y otros. Durante los años 2021 y 2022 se han analizado 183 mil 94 pruebas moleculares para el descarte Covid-19, permitiendo la rápida atención de pacientes para tratamiento y recuperación.
Desde la declaratoria de emergencia por Covid-19 se han distribuido ***19 millones 763 mil equipos de protección personal*** distribuidos en los ***866 establecimientos de salud de las 13 provincias del departamento,*** el equipo incluye gorros quirúrgicos, mascarillas, guantes, botas, caretas, mamelucos, lentes protectores, chaquetas y mandiles, asimismo, han gestionado 5,8 millones de pruebas rápidas de antígenos para la detección de casos Covid-19.
Asimismo, el GRC inauguró el ***Laboratorio Central*** de la Red Integrada de Salud Cajamarca ubicado en el distrito de Los Baños del Inca que ampliará su cartera de servicios para los 65 establecimientos de Cajamarca, más el Hospital Simón Bolívar, lo que implica una inversión de ***500 mil soles.***
El establecimiento equipado con tecnología de última generación tiene una inversión de más de medio millón de soles y ofrecerá los servicios en hematología, inmunología, bioquímica, parasitología, microbiología, uroanálisis y citología.
El analizador de inmunología es un equipo de primer nivel que permitirá desarrollar con una sola muestra, 17 pruebas diferentes. La orden de análisis se realizará gracias a un aplicativo virtual y los resultados se obtendrán en 24 horas haciendo posible el diagnóstico en el menor tiempo posible.

Otros indicadores

Cajamarca reporta el 2019 un total de 8 millones 692 mil 245 atenciones en establecimientos de salud, en el 2020, por emergencia Covid se cerraron servicios registrando sólo 4 millones 647 mil 610 atenciones, en el 2021 la cifra se elevó a 8 millones 498 mil 929 atenciones, y hasta el momento en el 2022 ya son 5 millones 661 mil 311 atenciones institucionales.
A nivel nacional, Cajamarca es líder en atenciones de salud bucal. El ***2021 se registraron 1 millón 67 mil 310 atenciones***, y hasta la fecha, ***2022 se tiene 790 mil***



Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Regional Docente de Cajamarca.

47 atenciones. En ***vacunación de niños menores de 5 años, Cajamarca ocupa el cuarto lugar a nivel nacional*** superado por Lima, Ancash y La Libertad. La inmunización contra la tuberculosis registra un ***95% de cobertura***, asimismo en dosis contra la difteria, tos convulsa, tétanos, influenza tipo b y hepatitis B.

A nivel de camas para atención en Unidad de Cuidados Intensivos (UCI) y Unidad de Cuidados Intermedios (UCIN) para pacientes Covid-19, Cajamarca cuenta con 191 camas. En atención de pacientes no Covid-19 se tiene un respaldo de ***1 063 camas***, de las cuales ***43 son camas para UCI***, en caso de ser necesario se tienen 29 camas para cánulas de alto flujo de oxígeno, asimismo 16 ventiladores mecánicos de alta gama para Covid-19 y 36 para casos no Covid. Las unidades UCI y UCIN cuentan con ventiladores mecánicos, monitores multi-parámetro (ritmo cardiaco, respiración, presión sanguínea y saturación de oxígeno), aspiradores de secreción).



Obra del hospital de Frontera San Ignacio, visita de inspección nocturna septiembre de 2022.

Hospital Virtual

La Red Integrada de Salud Cajamarca del GRC lanzó el primer Hospital Virtual del Perú que permite a los usuarios acceder a consultas con médicos especialistas sin necesidad de asistir a los establecimientos, atendiendo casos rápidos y en situaciones de emergencia se cuenta con dos equipos de respuesta que tras la llamada de alerta, uno de ellos se traslada hasta el lugar para atender al paciente y, si el caso lo amerita, trasladarlo al servicio de hospitalización.

Con la tecnología digital, los pacientes acceden a consultas especializadas sin necesidad de trasladarse hasta hospitales de mayor complejidad en otros puntos del país. Esta plataforma es un importante aliado en la lucha contra el contagio de Covid-19 al evitar la concurrencia de público a los nosocomios.

Asimismo, el GRC es pionero en implementar el sistema de historias clínicas electrónicas a nivel nacional. Los hospitales ***Regional Docente*** y ***Simón Bolívar*** de Cajamarca, ***Nuestra Señora del Rosario*** de Cajabamba, ***José Soto Cadenillas*** de Chota y ***General*** de Jaén son los establecimientos piloto de este sistema. El GRC inició con la implementación de la ***historia clínica electrónica*** adquiriendo equipos de cómputo por un monto de **S/. 1 millón 247 mil**.

El servicio de ***telemedicina*** se implementa en ***53 establecimientos*** de salud de niveles I-3 y I-4 en las 13 provincias de la región.





CERCO REGIONAL

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Lic. Wilian César Medina Idrogo

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
PRODUCTOR Y REALIZADOR AUDIOVISUAL.

Director de Cine y Televisión egresado del Instituto de Comunicaciones Charles Chaplin. Egresado de la UPT.

Se ha desempeñado en la empresa pública y privada como realizador de documentales en la Universidad Nacional de Cajamarca, realizador de vídeos educativos, culturales en la empresa Sono Viso Cajamarca, Coordinador de comunicaciones en la empresa Sulliden Gold Corporation Ltd., Jefe de producción de la Compañía Nor Andina de Telecomunicaciones Tv Norte S.A. y Asesor en Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca.

2.1

COVID 19 CAJAMARCA: **CERCO REGIONAL**



A menudo cada quién estamos entretenidos en nuestros planes, ensimismados en nuestros proyectos, desafíos e intereses. Muchos de nosotros hasta olvidamos que estamos vivos, despertamos a diario programados a cumplir un horario de trabajo, darle movimiento al negocio, los estudios, etc. y no agradecemos por algo tan maravilloso como es "la vida".

Los cajamarquinos jamás imaginamos recorrer las calles vacías, la Vía de Evitamiento -de norte a sur- totalmente despejada, era extraño ir solo. Por algunas cuadras se encontraba canes adueñados de las pistas, en algunas esquinas hombres del valeroso ejército peruano armados; pues estábamos en guerra, una guerra que libraba cada ciudadano desde su propia trinchera: su casa, de donde se libraron muchas batallas familiares, empezando por la difícil convivencia, la necesidad económica, familiares contagiados y aislados, otros en cuidados intermedios, los más complicados en UCI y otros en la morada eterna sin ser despedidos.

En la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca librábamos nuestra propia batalla contra el virus, quién desafiaba nuestro conocimiento, experiencia y estrategias comunicacionales, nuestro equipo no estaba preparado; pues nunca vivimos una pandemia. Solo habían muchas preguntas: ¿Qué hacemos? ¿Cómo lo hacemos? ¿Qué decimos? ¿Qué herramientas utilizamos? Eran momentos muy tensos acompañados del miedo a ser contagiados. Salíamos de casa por la mañana y no regresábamos, sino hasta la madrugada y al volver el protocolo de rigor, desinfección y a bañarse para no contagiar a la familia.

LA PRIMERA TRASMISIÓN OFICIAL

El 06 de marzo de 2020, el presidente Martín Vizcarra anunció del primer caso de coronavirus en el Perú y dispuso las primeras medidas sanitarias. La población ni se inmutaba ante la noticia y cada quién desarrollaba su vida con total normalidad.

En Cajamarca, los integrantes de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC nos convertimos en la sombra del gobernador, eran momentos de aprendizaje, saber que piensa la autoridad para preparar el mensaje con el deseo que sea efectivo. Entonces decidimos que la primera autoridad regional, elegida democráticamente por el pueblo, dé la cara a sus hermanos de la región y levante la bandera de lucha contra el virus, para esto, el gobernador ya había convocado al ejército, policía y los gerentes regionales.

En tales circunstancias y ante el incremento de la pandemia a nivel nacional, el gobierno central declaró la emergencia nacional y aislamiento social.



Así fue que -en Cajamarca- lanzamos nuestra primera trasmisión oficial el 15 de marzo de 2020 a las 11:30 de la noche, improvisamos un set en la sala contigua a la gobernación, cuarto piso del edificio de la sede regional, sólo fue una trasmisión en vivo desde un celular, se hizo con un solo objetivo, hacer prevalecer en Cajamarca las directivas dadas por el gobierno central.

La primera autoridad de Cajamarca llama a la calma y anuncia que se emitirá un decreto regional indicando los procedimientos para salvaguardar la integridad física y de salud de la población; además de garantizar el abastecimiento de alimentos en los mercados y medicamentos en las farmacias. Muchos de los medios y amigos periodistas ayudaron en la difusión.

PRIMER CASO EN CAJAMARCA

El 20 de marzo de 2020, el gobernador Mesías Guevara anuncia el primer caso de contagio en Cajamarca. Como Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas organizamos una conferencia de prensa en el auditorio de la Dirección Regional de Salud.

Las cosas se ponían serias, el temor y miedo al virus empezaba a entrar en la mente de la población y no era broma, el caso palpable, real, se trataba del ciudadano Alejandro Gálvez Cabrejos que dio positivo a Covid luego de retornar de viaje a Colombia. Los vecinos enardecidos e informados por las trasmisiones en vivo de los periodistas de la Ciudad del Cumbe amenazaron incendiar su casa.



PRIMER CASO DE MUERTE POR COVID 19

El 15 de abril de 2020, sucedió la primera muerte por coronavirus en Cajamarca. El miedo empieza a apoderarse de la población. Se trata del paciente número 10, procedente de la provincia de Santa Cruz. Según registro, falleció a las 2:50 p.m., en la Unidad Especializada Covid-19 del hospital Simón Bolívar, donde fue internado luego de ser trasladado desde Santa Cruz y estar conectado a un respirador mecánico. El problema de sobrepeso (obesidad) y la diabetes que padecía resultaron fatales impidiendo su lucha contra el virus. Sus restos fueron sepultados en un nicho del Cementerio General de Cajamarca de acuerdo a la Directiva Sanitaria N° 087-2020-DIGESA/MINSA, modificada por Resolución Ministerial N° 171-2020-MINSA y la Resolución Ministerial N° 189-2020-MINSA para el manejo de cadáveres.

Algunos periodistas nuevamente hicieron de la suya con las trasmisiones en vivo de este caso, generando un conflicto con los vecinos que viven en los alrededores del Cementerio General de Cajamarca, ubicado en el barrio La Florida, quiénes no permitían el entierro, aduciendo que el virus se esparciría por el lugar; a pesar que la Organización Mundial de la Salud sostenía que ***"no existe suficiente evidencia que demuestra la propagación del virus fuera de la sepultura o nicho que pruebe que los cadáveres sean un riesgo de propagación. Según opinión de expertos, una vez que el organismo fallece, el virus se inactiva y por lo tanto no puede replicarse".***

SEGUNDO CASO DE MUERTE POR COVID 19

El 16 de abril de 2020, a las 5:30 de la tarde, fallece una mujer de 82 años, paciente número 21, que tenía complicación respiratoria, procedente de la provincia de Chota. Al igual que el primer caso, su cuerpo estuvo por mucho tiempo a espera de ser sepultada porque los vecinos no permitían el ingreso del cuerpo al cementerio. Fueron momentos de desesperación y muy tensos, no sabíamos cómo se comportaba el virus; estábamos nublados por nuestra ignorancia.

REUNIONES COMANDO COVID

Conformado ya el comando Covid, liderado por el gobernador de Cajamarca, Mesías Guevara, se discutía qué hacer. El primer comunicado oficial por el gobernador se difundió el 16 de marzo de 2020, anunciando las siguientes acciones: Coordinaciones con Salud y EsSalud para que los dos sistemas dispongan de los recursos para enfrentar la pandemia, coordinar con la Policía Nacional y el Ejército para patrullaje en las calles y se aplique todas las acciones para evitar el libre tránsito, respeto irrestricto del decreto supremo que declaró en emergencia a nuestro país, elaboración de un decreto regional para garantizar el abastecimiento de alimentos, coordinación con los alcaldes para garantizar la salubridad en los principales centros de abastos y vigilancia para evitar la especulación de precios y acaparamiento de alimentos. Finalmente se hace el llamado a no salir de sus casas y que el gobernador en persona está en estrecha coordinación con el ejecutivo y consejo de ministros, para la asignación de recursos y la compra de insumos para el cuerpo médico y equipo asistencial de toda la región.

TRASLADO HUMANITARIO

Las disposiciones del gobierno central significaron una guía de acción para la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC, cada decreto era relevante y en Cajamarca cada acuerdo regional era trascendental; por eso realizamos videos de contenidos emocionales que llevaban a la reflexión de escoger entre la vida o la



muerte, sin dejar de lado la comunicación de gobierno y el compromiso de la autoridad para con su pueblo. Cada decisión tomada por el gobernador y Comando Covid se trasmitía en vivo para llevar el mensaje oficial de la autoridad regional hacia la comunidad.

El Gobierno Regional de Cajamarca acató la disposición del traslado humanitario decretado por el gobierno central. El equipo del Gobierno Regional, liderado por la Gerencia Regional de Desarrollo Social y en estratégica coordinación con la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas, convocó al decano del Consejo Regional Cajamarca del Colegio de Periodistas del Perú, Hugo Reina Goicochea, a formar parte del equipo de trabajo, con la finalidad de garantizar la transparencia y evitar las especulaciones de algunos comunicadores y periodistas. El equipo del GRC, junto a representantes de varias organizaciones, coordinó todas las acciones para trasladar a nuestros paisanos que estaban aislados en Lima.

La comisión decidió: el traslado de adultos mayores, niños, mujeres embarazadas y personas que viajaron para realizarse controles médicos. Los comentarios en las redes sociales eran constantes, nuestros paisanos en un acto desesperado imploraban retornar.

Las decisiones estaban tomadas y el retorno de nuestros coterráneos, aunque en muy poca cantidad, era una realidad. A través de flyers y notas de prensa en las redes sociales anunciábamos los procedimientos de traslado. La primera autoridad regional, Mesías Guevara, indicaba que ***"los beneficiarios que regresen a la región, inmediatamente, y SIN EXCEPCIÓN ALGUNA, pasarán un periodo de cuarentena estricta (14 DÍAS) bajo la supervisión y control del personal de Salud, Policía y Fuerzas Armadas. Quienes rompan este periodo de cuarentena serán sujetos de denuncia".***

La expectativa fue grande. 31 mil 25 personas se inscribieron en el padrón para su retorno a Cajamarca y solo 637 lograron regresar oficialmente, para quiénes el gobierno central destinó 339 mil soles que cubrieron gastos de traslado en bus, alojamiento y alimentación por 14 días de cuarentena.

LOS CAMINANTES

Paralelo al traslado oficial, nos encontramos con un problema mayor, la migración a Cajamarca de los caminantes (paisanos que a pie retornaban a la región), que por razones de necesidad económica, falta de trabajo y por miedo al contagio, regresaban masivamente a su tierra por todos los ingresos de la región, hermanos radicados en Lima, Trujillo, Chiclayo y toda ciudad costera.

Ventanillas, en el distrito de Yonán (cuya capital es Tembladera), en la provincia de Contumazá, se convirtió en un punto crítico. Nuestra misión como periodistas, desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas era difundir el más mínimo detalle de las









acciones a realizar; y ante el cierre de los medios de comunicación Radio y Tv en señal abierta, las redes sociales, especialmente Facebook y Whatsapp, se convirtieron en aliados estratégicos, para que la noticia llegue a la población en el entendido que, las personas tenían el celular a la mano.

El gerente regional de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Cajamarca, Juan Carlos Mondragón Arroyo, indicó que ***"la cantidad de viajeros desborda la capacidad de atención solo en una ciudad. El compromiso es de los 13 alcaldes provinciales y los 114 distritales, quienes deben ejecutar planes para traslado y atención de sus coterráneos, evitando la propagación de la pandemia".***

En Celendín, el alcalde garantizó traslado, alojamiento y alimentación para sus paisanos; asimismo, Hualgayoc (cuya capital es Bambamarca) que con el esfuerzo de sus rondas acondicionaron su casa de reuniones para los 14 días de cuarentena. Asimismo, cada familia se hizo responsable de la alimentación. ***"La disposición de las autoridades y líderes locales se hace evidente y contribuye a solucionar esta situación extrema que atravesamos"***, refirió Juan Carlos Mondragón.

CERCO REGIONAL

A raíz de este grave problema, el Gobierno Regional decretó el "Cerco Regional", nadie entra o sale de la región Cajamarca. Se convocó a las fuerzas armadas: Ejército y Policía Nacional, alcaldes distritales, provinciales, rondas campesinas y urbanas; quienes desempeñaron una función fundamental, ganándole tiempo al contagió.

El director de la Oficina de Defensa Nacional del Gobierno Regional de Cajamarca, Jorge Torres Monteza, informó que ***"el ingreso a Cajamarca se realizará los martes, jueves y sábados con autorización por escrito del Gobierno Regional. El cerco regional es nuestra mejor propuesta para afrontar la pandemia de SARS-CoV-19. No bajaremos la guardia"***.

En Ventanillas, los caminantes estaban hacinados clamando por ser trasladados. En primer momento se envió alimentos y personal de salud para la toma de pruebas rápidas y conocer la realidad sanitaria, pero no podíamos acceder de inmediato al traslado sin antes planificar como y bajo qué condiciones se realizaría. Como Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas no esperábamos que 'nos cuenten cuentos', teníamos que estar presentes en el lugar, era la única forma de conocer la realidad e informar con la verdad. Se destinó un equipo de comunicadores para ir al lugar. Elmer Cabanillas y Fernando Soriano, con los temores que demandaba el contagio, debidamente protegidos con el respectivo EPP que consistía en botas, traje quirúrgico, guantes, cofia, mascarilla y con prueba de no ser positivos, se dirigieron al lugar para conocer e informar.

El Ejército, Policía Nacional y ronderos resguardaban el primer y segundo control. En el primero se realizaba la preselección: personas vulnerables, mujeres embarazadas, niños, ancianos, etc. En este lugar, las personas hicieron sus campamentos, se cubrían del sol con cartones, frazadas, sábanas y lo que tenían a la mano. En el segundo ingreso, los seleccionados pasaban la prueba anti Covid, de salir negativo firmaban una declaración jurada de no ser portadores del virus y estaban listos





para pasar su cuarentena en la ciudad de Cajamarca, antes de regresar a casa.

Los inspectores de la Sutran verificaban la documentación de cada vehículo que transportaba productos de primera necesidad y abarrotes en general, el Ejército subía a revisar la carga porque se dieron casos en que pasajeros se camuflaban entre los productos para burlar el control; pero siempre eran descubiertos. Se procedía con la desinfección del vehículo, el chofer pasaba tamizaje con prueba rápida, de no presentar síntomas, continuaba su ruta hacia Cajamarca.

El personal de salud, ubicado en dos carpas, tamizaba a los seleccionados y aquellos que presentaban algún síntoma no podían ingresar. Éstos, al no tener esperanza de ingreso optaban por caminar rodeando el cerro, en el sector denominado El Huaro. Burlando la seguridad, les llevaba 6 horas de camino aproximadamente para ingresar a Cajamarca, algunos seguramente lograron el cometido; pero la mayoría fracasaba en el intento, pues había piquetes al ingreso de cada distrito, las rondas los intervenían y eran obligados a pasar cuarentena, 14 días de aislamiento, antes de llegar a su destino final.



En Cajamarca, el reto era ¿dónde hacemos que pasen cuarentena los caminantes? Como Dirección de Comunicaciones elaboramos videos de llamado público a las autoridades de las 13 provincias de la región, utilizando como medio de comunicación las redes sociales.

El gerente General del Gobierno Regional de Cajamarca, Alex Gonzáles, llamaba a las instituciones para que se sumen a la ayuda humanitaria, brindando ambientes, alimentación, frazadas, medicamentos, etc. Los hoteles estaban cerrados y los vecinos no permitían ingreso de personas extrañas a la ciudad.

Ante el llamado del Gobierno Regional, las primeras instituciones que decidieron acoger al primer grupo de viajeros irregulares fueron la Universidad Nacional de Cajamarca y la Universidad Privada del Norte. Acogieron a un promedio de 150 personas, adecuando ambientes para alojamiento, los costos de traslado en la empresa Días, más la alimentación fueron asumidos por la empresa minera Gold Fields.

El segundo traslado de Ventanillas a Cajamarca, un promedio de 110 personas, fue asumido por la empresa Minera Yanacocha con pasajes, alimentación y alojamiento en los ambientes de hoteles de Cajamarca. Lo mismo hizo Coimolache y Buenaventura. La Municipalidad de Los Baños del Inca, su alcalde Edilberto Aguilar -muy comprometido- expresó que ***"seríamos irresponsables e inhumanos si no***

apoyamos en albergar a las personas que llegan para pasar su cuarentena de 14 días y luego trasladarse a su vivienda" y asumió el arduo trabajo de adecuar con camas el albergue y los colegios de su distrito. Él también estaba seguro que la única forma de disminuir el avance de los contagios era controlar a las personas que ingresaban.

Por insistencia, ante el llamado público, la Municipalidad de Cajamarca adecuó camas en los ambientes del coliseo Qhapaq Ñan y el mercado Huacariz. Así fue nuestra dura y difícil realidad.

El gobernador regional de Cajamarca, en comunicado oficial, anunció los puntos estratégicos de control: Ciudad de Dios, Tembladera, Chilete. Celendín en el pase Amazonas. En Cajabamba ingreso con La libertad. Chota - Puente Cumbil. Desvío Olmos Corral Quemado (Km. 869 Panamericana Norte antigua, ingreso al departamento de Cajamarca), peaje y Cruce Chamaya - Jaén. Este cerco no permitía el ingreso con vehículos motorizados. Aquí el papel de la Policía Nacional y Ejército fue determinante para mantener el orden jurídico. Las rondas campesinas cuidaban los ingresos internos a cada pueblo. El gobernador Mesías Guevara destacó el compromiso y esfuerzo de los ronderos en el campo y la ciudad, realizaron el control de los camiones para el abastecimiento de los centros de abasto y control de personas que pretendían ingresar a la jurisdicción. ***"Los ronderos detectaron -en camiones de carga- el traslado clandestino de pasajeros, lograron frenar el paso en trochas y senderos. En las ciudades fueron un elemento disuasivo para quienes trataban de romper el aislamiento social obligatorio"***, expresó.

El apoyo a los ronderos, por parte del Gobierno Regional de Cajamarca, fue progresivo, a través de la Oficina de Defensa Nacional (ODN), dotándoles de los implementos para realizar su labor.

"Las rondas son organizaciones aliadas en los programas de Seguridad Ciudadana y ahora -durante el estado de emergencia- por el brote del Covid-19 marcaron la pauta en el refuerzo del cerco regional", expresó Jorge Torres, director de Defensa Nacional del Gobierno Regional de Cajamarca.

La Policía Nacional y el Ejército Peruano fortalecieron el control en los límites interdepartamentales con Piura, La Libertad, Lambayeque y Amazonas, en coordinación con los alcaldes, así como en la línea fronteriza con el Ecuador, en la provincia de San Ignacio.

Las agencias agrarias de cada provincia se encargaron de las campañas de desinfección. El gobernador Mesías Guevara -en coordinación con los ministros de Defensa y Del Interior- determinaron inmovilizar el tráfico terrestre que se daba a lo largo y ancho de la costa peruana.

Después de pasado un tiempo contamos estas memorias, convencidos que el cerco regional si funcionó y fue determinante para evitar un repunte del contagio. Se ganó tiempo y se salvaron muchas vidas.

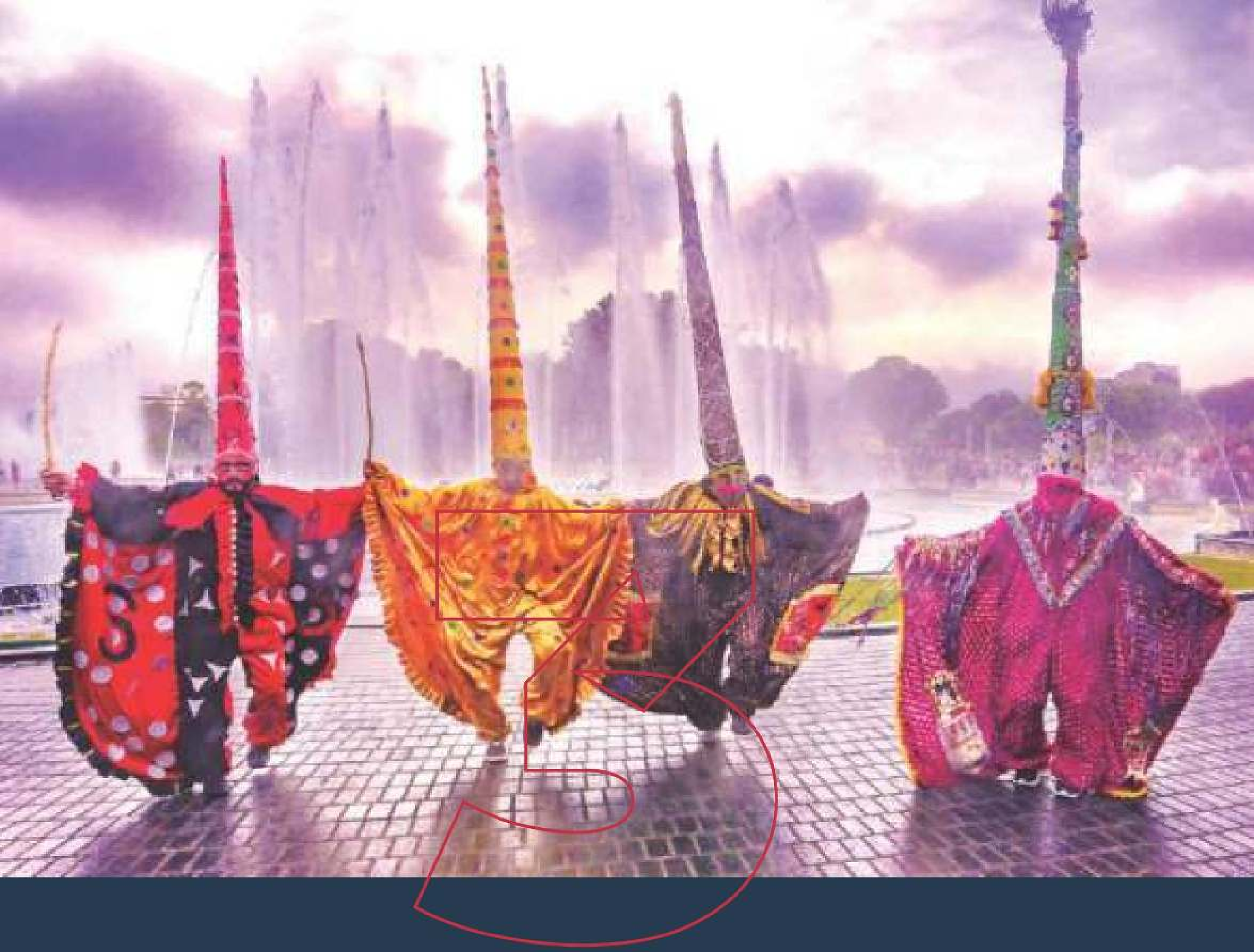
Los hombres determinamos -con nuestras decisiones- acciones para bien o mal y esta fue para bien. Fuimos testigos, el equipo de Comunicaciones del Gobierno Regional, de estas y otras decisiones encabezadas por el gobernador Mesías Guevara, secundadas por Alex Gonzales Anampa, gerente General Regional; Juan Carlos Mondragón, gerente regional de Desarrollo Económico; Jorge Torres, director de Defensa Nacional; Alejandro Gutiérrez, gerente regional de Desarrollo Social, y el infranqueable equipo de Comunicaciones, dirigido por el licenciado Martín Alvarado; quienes nos enfrentamos a la difícil misión de comunicar los dos extremos: la vida y la muerte.

Muchas veces nuestra estrategia comunicacional cayó en saco roto, pero no nos rendimos; así aprendimos de nuestros errores, mejoramos nuestras herramientas comunicacionales, acompañados de nuestro feroz miedo al contagio. Pasamos primera, segunda, tercera, cuarta y cuantas olas llegaron, seguimos aquí más experimentados en la vida, más avanzados en años, pero con más experiencia. Dios nos permitió vivir, por algo será, esperamos que sea para hacer el bien, porque para el mal el mundo ya sufre demasiado.

Muchos amigos grandiosos y cercanos partieron sin decir adiós, quedan sus buenas acciones, nuestras oraciones por sus almas. Conocimos a otros que tenían más de lo que necesitaban y el virus les enseñó que el dinero no sirve de pasaporte, menos como derecho de pago por la salud y la vida.

El Covid puso a prueba nuestra resistencia física y de fe. Cada ser humano, cada cajamarquino quedamos marcados por el virus, sobre todo las autoridades, quiénes tuvieron que tomar decisiones por miles de vidas. Cajamarca es la región con menos muertos en la pandemia, lo ideal hubiera sido que nadie muera; pero así es la vida, siempre nos hace recordar, que no somos nada sino estamos en este mundo para servir al prójimo y las gestiones política y pública nos dan esa gran oportunidad de hacerlo.


INSPECTOR



TURISMO

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA

A tu servicio con transparencia



Mg. Elmer Martin Alvarado Correa

@martinalcor

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
PERIODISTA Y DOCENTE UNIVERSITARIO.

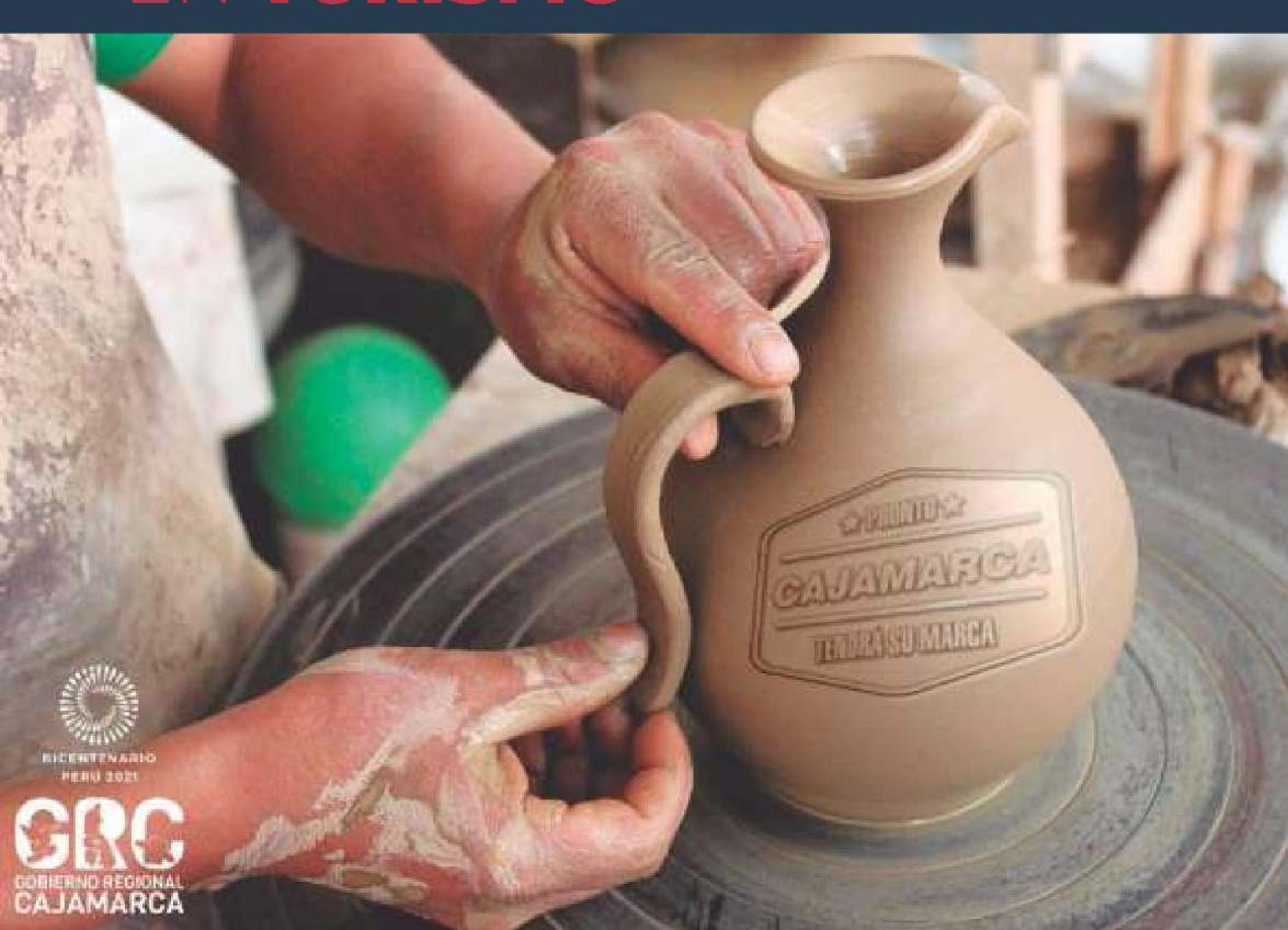
Egresado de la Universidad San Martin de Porres, con una maestría en Gerencia Social de la Universidad Nacional de Cajamarca y especialización en la Universidad Católica de la Santísima Concepción en Chile.

Se ha desempeñado en la gestión pública como Gerente General de la Compañía Nor Andina de Telecomunicaciones Tv Norte S.A. y director de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca.

Reportero, conductor de radio y televisión, corresponsal del Diario El Comercio, Exitosa Radio y medios de comunicación en la región Cajamarca.

3.1

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN TURISMO



Blain, Levy y Ritchie indican que una marca destino efectiva contribuye a la diferenciación del destino, ofrece a los visitantes una garantía de experiencias de calidad, consolida y refuerza la conexión emocional entre el visitante y el destino, y reduce los costes de búsqueda y el riesgo percibido por el visitante.



MARCA CAJAMARCA

Países en el mundo y regiones del Perú crearon sus marcas para diferenciarse. La región Cajamarca que deleita al mundo por su legado histórico, patrimonial, cultural y natural no podía ser la excepción y desafiando la creatividad de los cajamarquinos decidimos emprender la ruta para elegir el sello que identifique, pero que sobre todo nos acerque al mundo comercial poniendo en vitrina el turismo regional.

Desde la Dirección de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca creamos la campaña de intriga: ¡Pronto, Cajamarca tendrá su marca! En las redes sociales empezó a circular un video testimonial que incluía la participación de diversos cajamarquinos (comerciante, niño, cocinero, conductor, bibliotecario, carpintero) más cinco fotografías con la inscripción del mismo nombre de la campaña comunicacional; entre ellas una taza de café, un cántaro, una guitarra, quesos cajamarquinos y Cumbe Mayo.

CAMPAÑA DE INTRIGA: CAJAMARCA TENDRÁ SU MARCA

En otras regiones del Perú se financiaron consultorías para la conceptualización y diseño de logotipos, sin embargo en esta región andina del norte del Perú se consideró oportuno el desarrollo del *Concurso Marca Cajamarca* privilegiando la participación de diseñadores gráficos, artistas plásticos, alumnos de ciencias de la comunicación, marketing y cultores mayores de edad nacidos en la región Cajamarca y/o con familiares directos natos.

El llamado *Concurso Abierto Marca Cajamarca* buscaba seleccionar la identidad gráfica visual (isologo, imagotipo o logotipo), que represente los atributos de la región acompañada de un slogan para la promoción e identificación de las actividades productivas, culturales y turísticas de la región del destino: todo aquello que ofrece o aporta al mundo.

Se trata de una marca paraguas que otorga identidad y,





entre otras ventajas, facilita la colocación de exportaciones en el mercado global, la atracción de inversión extranjera y la promoción del destino turístico.

Las bases y condiciones del concurso estuvieron disponibles en el sitio web www.regioncajamarca.gob.pe desde el 29 de noviembre de 2019 y los objetivos buscaban generar una sola identidad que integre todas las actividades productivas de la región. Además, proyectar la imagen de una región productiva y exportadora en el ámbito internacional, centrar en un solo concepto

el esfuerzo de comunicación de la región ante los públicos nacionales e internacionales creando una cultura de valor regional entre sus ciudadanos alrededor de los atributos de *Integración, Identidad e Internacionalización (las tres i).*

Tras el lanzamiento de la convocatoria en Facebook y otras redes sociales se generó gran cantidad de menciones en los comentarios que hizo viral el contenido. Grupos de personas citaban a sus amigos y familiares invitándolos a participar del concurso. Los mencionados reaccionaban al mensaje, pero además compartían la publicación que anunciaba el premio de 10 mil soles para el ganador.

Cuando mencionas a una persona, página o grupo en una publicación o comentario, se crea un enlace que aumenta la posibilidad de que más personas puedan acceder a la información. La persona, la página o el grupo que mencionas pueden recibir una notif cación y la publicación o el comentario pueden aparecer en su línea de tiempo.

Facebook

EYNAR BECERRA, GANADOR DEL CONCURSO MARCA CAJAMARCA

El diseñador gráfico y fotógrafo, Eynar Becerra Barboza, de padres sanmiguelinos y radicado en Lima se convirtió en el ganador del Concurso Abierto Marca Cajamarca. El trabajo de Becerra fue calificado por el docente de la Escuela Superior de Arte Mario Urteaga, Daniel Cotrina, el representante de la Escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, Miguel Ángel Cueva, el experto en branding de marcas Cristopher Alegría, y la especialista comercial del Área Marca Perú –PromPeru, Giselle Vega.

CAJAMARCA

La alegría del Perú





En ceremonia protocolar, el 08 de octubre de 2020 en la sede institucional del Gobierno Regional de Cajamarca, el gobernador Mesías Guevara Amasifuen hizo entrega del cheque por 10 mil soles.

LA INSPIRACIÓN DEL ARTISTA

Según el artista, el isologo está diseñado con una tipografía que hace referencia a la forma de las construcciones incas de la región. Sus colores representan a través del morado la magia de la historia de las 13 provincias. El verde representa la naturaleza con su biodiversidad de flora y áreas naturales. El rojo de la fuerza, la pasión y el calor de su gente. Amarillo de la luz, riqueza y abundancia de su territorio. Celeste de la majestuosidad de su cielo incomparable y blanco por la confianza y amabilidad del poblador cajamarquino.



El papel picado está inspirado en la geometría de las hornacinas de las Ventanillas de Otuzco y a su vez representa la alegría tradicional de su gente en el carnaval. La forma del slogan expresa la sonrisa y carisma del poblador cajamarquino, reconocido a nivel nacional e internacional por la hospitalidad y euforia contagiante.

3.2

LANZAMIENTO REGIONAL: **DE CAJAMARCA PARA EL PERÚ**



Para Hankinson el éxito def nitivo de una marca-destino se basa en la ampliación efectiva del corazón de la marca a través de relaciones ef caces con los grupos de interés.



Gobernador Mesías Guevara hizo entrega del Manual de Identidad Visual y Reglamento para uso de la marca Cajamarca a la viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales.

El 15 de junio de 2021, el ronquido del clarín cajamarquino y la melodía de la caja y flauta en lo alto del Conjunto Monumental de Belén anunciaron el inicio de una noche mágica que significaba presentar la marca Cajamarca a las 13 provincias.

El reto de unificar y hermanar cada rincón implicaba organizar un programa que incorpore música, danza y gastronomía. La escenografía mostraba el potencial del patrimonio cultural resaltando la iluminación y pantallas led instaladas en la arquería.

El centro de investigación y difusión folklórica Pañuelos cajamarquinos, dirigido por el profesor Noé Fernando Portal Pisfil se hizo presente en el patio monumental de Belén con trajes y danzas representativas de cada provincia portando carteles de identificación.



Netito Tucto hizo retumbar su clarín en el campanario del Templo de Belén en Cajamarca.

"Representar a la región en el lanzamiento de la marca Cajamarca signif có para Pañuelos Cajamarquinos el posicionamiento del centro de investigación a nivel nacional. Los videos de nuestra participación se hicieron virales en redes sociales logrando que nuestro arte y talento traspase las fronteras del Perú".

Noé Fernando Portal Pisf l, director del centro de investigación y difusión folklórica Pañuelos cajamarquinos.

Una gran cantidad de países, regiones y ciudades se han embarcado en el proceso de construcción de una marca-territorio (place-branding) y/o, desde un punto de vista turístico, de una marca destino. Entre las ciudades, muchas han buscado convertirse en verdaderas marcas siguiendo los principios del city marketing.

(Kavaratzis & Ashworth)





La invitación se hizo oficial para autoridades, empresarios, representantes de la sociedad civil, productores y la viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, Leslie Urteaga Peña a quien se hizo entrega del Manual de Identidad Visual y Reglamento para el uso de la marca Cajamarca.

En la ceremonia participaron el gobernador regional, Ing. Mesías Guevara; la viceministra de patrimonio cultural e industrias culturales, Leslie Urteaga; el presidente del Comité de Turismo de la Cámara de Comercio, Arturo Collantes; el teniente alcalde, Henry Alcántara, el gerente regional de Desarrollo Económico, Juan Carlos Mondragón, la directora de la Dirección Desconcentrada de Cultura, Judith Padilla, entre otras autoridades y funcionarios.

El canal GRC Digital transmitió el evento en vivo coordinando previamente con instituciones públicas y privadas para enlazar el vivo en más de 20 fan page y más de 200 grupos de Facebook. Los likes llovían y los comentarios inundaron las redes de orgullo y emoción mientras el guitarrista cajamarquino, Shalo Villanueva interpretaba el carnaval de la tierra del Cumbe Mayo.

Los comentarios funcionaban como imán motivando a vivir la experiencia de conocer Cajamarca. Otros, descendientes de cajamarquinos recordaban la herencia de sus ancestros esbozando en sus escritos



el entusiasmo de formar parte de esta historia.
Ese mismo día, las plataformas de promoción se pusieron en actividad. En trabajo articulado, la Dirección de Transformación Digital del Gobierno Regional puso en funcionamiento el primer circuito de visitas virtuales de los destinos turísticos https://visitavirtual.regioncajamarca.gob.pe/, así como el sitio web Destino Región Cajamarca https://destino.regioncajamarca.gob.pe/ incluyendo galerías fotográficas y el directorio de alojamientos, agencias de viaje, transporte terrestre, guías de turismo y restaurantes.

Al cierre de esta edición, el último reporte de las estadísticas de Facebook demuestra que la transmisión en directo del lanzamiento regional tuvo 43 mil reproducciones y 32 mil 700 personas alcanzadas durante la transmisión que tuvo acogida en Lima región, Lambayeque, La Libertad, Cuzco, Arequipa, Junín, Callao, Ancash y Piura con mayor preferencia en hombres y mujeres de 25 a 44 años. En el extranjero también estuvieron atentos al evento cajamarquino destacando mayor seguimiento en Estados Unidos, España, Chile, Argentina, Italia, Colombia, México, Brasil y Alemania.

La marca refleja la percepción pública existente sobre la región e implica comunicar los sentimientos, la cultura y la mentalidad general que las personas experimentan cuando visitan las 13 provincias. Su objetivo principal es aportar valor al destino Cajamarca, tanto desde el punto de vista de la demanda (turistas) como de los interesados (asociaciones y empresas). La base es un nuevo modelo de consumo turístico que involucra al viajero como el actor principal y en consecuencia a su experiencia.

3.3

LANZAMIENTO NACIONAL: **DEL PERÚ PARA EL MUNDO**



El presidente de la República, Pedro Castillo; el gobernador de Cajamarca, Mesías Guevara; la presidenta ejecutiva de PromPerú, Amora Carbajal; embajadores y los gobernadores de todo el Perú presidieron el lanzamiento de la marca Cajamarca en el Circuito Mágico del Agua.



TOCAR PUERTAS

Después de presentar la marca Cajamarca en la región surgió un nuevo reto para la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas: organizar el lanzamiento del logotipo regional en la capital de la República.

Eso significaba trabajar en articulación con instituciones públicas y empresa privada, tocar puertas para la gestión de recursos y diseñar el programa del evento. ¡Manos a la obra!, dijeron todos desde el área de prensa, diseño gráfico, audiovisual, canal digital y secretaría.

En Lima debíamos encontrar el lugar y logística para la realización del evento y avanzamos en la gestión del Circuito Mágico del Agua del Parque de la Reserva remitiendo la documentación correspondiente a la Presidencia del Consejo de Ministros, Municipalidad de Lima, empresarios cajamarquinos, embajadas y administración del parque. La respuesta fue positiva y pronto la marca Cajamarca sería conocida en el Perú y el mundo gracias a la suma de esfuerzos de aliados estratégicos.



PromPerú lideró el diseño y puesta en marcha de una exposición de los productos más representativos de la región Cajamarca.







EL DÍA DEL EVENTO

Era invierno y Lima lucía gris. La delegación de cajamarquinos que incluía la banda de músicos y elenco de danzas de la Policía Nacional del Perú, elenco de danzas Pañuelos Cajamarquinos, patrullas y comparsas, trajes alegóricos de la Embajada de Cumbe Mayo arribaron desde los días previos en dos ómnibus autorizados por el Frente Policial Cajamarca.

Los hoteles de Lima Cercado estaban abarrotados de grupos de carnavaleros, danzantes y músicos provenientes de la tierra del Cumbe que tenían la noble misión de hacer vibrar a la ciudad de los reyes.

Desde los días previos al evento inició el montaje del escenario que estratégicamente decidimos ubicar- asesorados por PromPerú- frente a las fuentes más grandes del parque para que las luces y el agua de las piletas sirvieran como elementos potenciales en la escenografía.

En el Circuito Mágico del Agua del Parque de la Reserva ubicado en el distrito de Santa Beatriz, la noche del miércoles 21 de julio de 2021 quedará grabada como uno de los eventos regionales más importantes organizados en la Lima contemporánea.

En trabajo coordinado con PromPerú del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se organizó una exposición de productos representativos de la región Cajamarca; entre ellos sombreros, artesanías, café, productos lácteos, entre otros.

El día del lanzamiento de la marca en la capital de la República coincidió con la entrega de credencial del presidente, Pedro Castillo lo que motivó la presencia de gran cantidad de periodistas de medios nacionales quienes resaltaron la actividad vía enlaces en vivo en horario estelar.

Días después la Marca Cajamarca era motivo de comentarios y columnas de opinión en reconocidos medios del país, tales como Radio Programas del Perú y la agencia Andina.





La marca Cajamarca y el desarrollo de las industrias creativas en el Perú

Tanto la puesta en valor de nuestros recursos ociosos, el desarrollo de nuevas creaciones autóctonas y la creación de sinergias suponen el caldo de cultivo para que las marcas en el Perú florezcan y se expandan al exterior como vía de contribución al crecimiento económico del Perú.

02 de Agosto del 2021 9:43 AM | Actualizado el 02 de Agosto del 2021 9:43 AM

Síguenos en Google News

Luis Ortigueira

COMPARTE

Hace unos días asistimos al estreno mundial de la marca Cajamarca en el Circuito Mágico del Agua del Parque de la Reserva en Lima. Un acontecimiento con el que en palabras de su gobernador Mesías Guevara, se busca resaltar el patrimonio histórico, cultural y natural permitiendo a su vez destacar los productos de mayor insignia de la región. La simbología utilizada en su diseño llama particularmente la atención y encaja perfectamente con su eslogan: *"la alegría del Perú"*. Un mensaje de enorme valor, por cuanto se corresponde con un atributo positivo que atrae el deseo e interés por conocer su origen.

La **Marca Cajamarca** y el **desarrollo** de las **industrias creativas** en el Perú

***Columna de opinión de Luis Ortigueira extraída del portal de RPP del 02 de Agosto del 2021.**

Tanto la puesta en valor de nuestros recursos ociosos, el desarrollo de nuevas creaciones autóctonas y la creación de sinergias suponen el caldo de cultivo para que las marcas en el Perú florezcan y se expandan al exterior como vía de contribución al crecimiento económico del Perú.

Hace unos días asistimos al estreno mundial de la marca Cajamarca en el Circuito Mágico del Agua del Parque de la Reserva en Lima. Un acontecimiento con el que en palabras de su gobernador Mesías Guevara, se busca resaltar el patrimonio histórico, cultural y natural permitiendo a su vez destacar los productos de mayor insignia de la región. La simbología utilizada en su diseño llama particularmente la atención y encaja perfectamente con su eslogan: "la alegría del Perú". Un mensaje de enorme valor, por cuanto se corresponde con un atributo positivo que atrae el deseo e interés por conocer su origen.

Asimismo, tuve la inmensa suerte y oportunidad de poder estar presente en el set de grabación de otro fruto de formidable creatividad y belleza. La grabación de una versión original e inédita del Himno Nacional en lenguas originarias a cargo de dos f guras peruanas de relevancia mundial, Julie Freundt y Sylvia Falcón. El 28 de Julio de 2021, día solemne de celebración del Bicentenario del Perú, se llevó a cabo de igual manera el estreno mundial de tan inigualable creación, que a buen seguro les hará estremecerse de emoción ante tanto encanto, delicadeza y hermosura sin parangón.

Pensemos ahora el aspecto en común que guardan ambos casos. Como podrán imaginar no es otro que ser fruto de la creatividad de sus autores. Una creatividad sin la cual no es posible diferenciarse, transmitir sentimientos e innovar. Y de eso se trata, de no dejar impasibles a aquellos que nos observan para provocar en ellos una emoción que se plasme en conducta y una reacción, un deseo y un aliento por conocernos, por visitarnos, por disfrutar de todo lo que somos, de nuestros productos, de nuestra tierra, de nuestros sabores, de nuestra historia, de nuestra cultura, en def nitiva, de un Perú inigualable.

Sabemos que para destacar y potenciar una marca es imprescindible contar con los recursos y capacidades necesarios para que esta se sostenga y perdure en el tiempo. Y es que dado que ya ha sido evidenciada la existencia de relación entra la innovación y el desempeño económico, no es menos conocida la necesidad de creatividad para que se lleve a cabo dicha innovación. Es por ello por lo que, como nos comenta Harry Orsos, presidente de la asociación de industrias creativas del Perú ASÍCREAPERÚ, en un mundo marcado por la alta competencia provocada por la diferencia del desarrollo industrial entre países, hay que poner en valor aquello que nos hace únicos y nos identif ca.

Es así que potenciar a los creadores autóctonos resulta imprescindible para la creación de valor para el cliente; un cliente deseoso de conocer nuestra cultura tal y como se viera reflejado durante la exposición que sobre el Camino del Inca se desarrollara en el Smithsonian en Washington y que originara a la postre la visita de miles de turistas deseoso por vivir una experiencia única a nuestro encuentro.

Debemos de ser conscientes que hay aspectos en el Perú de enorme atracción y que a su vez son fruto de la creación y creatividad peruana, como es el caso de Machu Picchu, que es considerada una de las 7 maravillas del mundo; por lo que no solo la debemos preservar sino también potenciar como motor de atracción. Para ello, deberíamos plantearnos si la mejor forma de gestionarla es contribuyendo a una mayor accesibilidad directa a través de conexiones aéreas internacionales. Asimismo, tenemos que pensar en potenciar de forma conjunta otras locaciones dentro del Perú, en búsqueda de generar riqueza y desarrollo turístico en el país a través de la sinergia entre destinos como, por ejemplo, Cajamarca y Cusco.

María Eugenia Cerna, asesora jurídica de ASÍCREAPERÚ, nos comenta que existen activos creativos de nuestras culturas ancestrales con capacidad de apoyar la generación de riqueza a través de su puesta en valor. Diseños que hicieron historia y por los cuales el mundo nos reconoce y nos valora. Si bien, ahora es momento de que nuevas generaciones tomen el relevo a partir del desarrollo de sus propios activos, dando lugar a una cultura moderna que acerque al mundo una nueva visión de nuestra realidad a partir de sus expresiones culturales.

De la misma manera Nelli Escudero, miembro y directora de producción en ASÍCREAPERÚ, nos revela que todo esfuerzo es poco a la hora de hacer destacar a nuestros creadores, pues son las creaciones únicas y singulares las que nos permiten mostrar lo mejor de nuestra tierra.

Por último, les invito a partir de hoy a comprobar con sus propios sentidos estos tres ejemplos del talento peruano y con ello me despido no sin antes desearles un Feliz Bicentenario.



3.4

MARCA CAJAMARCA YA VUELA EN LOS CIELOS DEL PERÚ Y LA REGIÓN CON LATAM



Ritchie y Ritchie def nen marca-destino como un nombre, símbolo, logotipo u otro gráf co que identif ca y diferencia a un destino y, además transmite la promesa de una experiencia única asociada a ese lugar.





La Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas, Dirección de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Cajamarca y LATAM Airlines Perú sumaron esfuerzos para la promoción turística de la región con la llegada del vuelo LA2293 de placa CC-BFQ de la aerolínea nacional, misma que desde el mes de julio voló por los cielos del Perú y la región llevando a la marca destino Cajamarca, la alegría del Perú por todo lo alto.
La aeronave, un Airbus A320, llevó rotulada la marca Cajamarca, sello regional avalado por PromPerú, con el fin de promover a la región tanto en el mercado doméstico como el internacional.
En el acto de recepción de vuelo, organizado en el Aeropuerto Internacional Armando Revoredo Iglesias de Cajamarca, se dieron cita diferentes autoridades, presididas por el Gobernador Regional, Mesías Guevara, quien acompañado de la viceministra de Comercio Ana Cecilia Gervasi se mostraron muy optimistas del trabajo conjunto y continuo para fortalecer la industria turística y comercial de la región.



Manuel van Oordt, CEO de la LATAM; Alejandro Quispe, gerente de la Granja Porcón y Mesías Guevara gobernador de Cajamarca conociendo los principales proyectos de la cooperativa.

"La articulación con LATAM permite posicionar la marca Cajamarca en los ojos del Perú y el mundo. La internacionalización y reactivación económica de la región se hizo posible sumando esfuerzos con una de las aerolíneas más importantes del mundo".

Mesías Guevara, gobernador regional de Cajamarca.

De otra parte, Manuel van Oordt, CEO de la LATAM Airlines Perú señaló que "tener una nave de LATAM que pueda volar por los cielos de la región llevando toda la alegría de Cajamarca, refuerza el deseo como compañía de poder abrir el horizonte de las regiones, ofreciéndoles oportunidades de carácter comercial, turístico y de desarrollo social".

La actividad protocolar fue acompañada de un espectáculo musical y artístico liderado por danzantes y banda de músicos de la Policía Nacional del Perú Región Cajamarca.

La ruta continuó con una visita a la pintoresca Granja Porcón, administrada por la Cooperativa Atahualpa Jerusalén, donde mujeres de la comunidad recibieron una capacitación por parte de la Asociación de Moda Sostenible del Perú, uno de los aliados de LATAM y principales partícipes de la iniciativa de sostenibilidad de la compañía, Segundo Vuelo.

Uno de los hitos más vistosos de esta visita a la región Cajamarca fue recorrer el Zoocriadero de Granja Porcón, lugar donde vive el popular zorrito Run Run, zorro andino peruano que fue rescatado y rehabilitado con el apoyo de la ONG Unidos por los Animales, para posteriormente ser trasladado de forma gratuita a este centro de reeducación animal con el Avión Solidario de LATAM gracias a las coordinaciones con SERFOR.

Como se recuerda, el animal se convirtió en el símbolo del tráfico animal y gracias al esfuerzo de la comunidad de Comas, SERFOR, la Asociación UPA y LATAM Airlines Perú, pudo vivir en un espacio en el que recibió los mejores cuidados.

La visita a Cajamarca y la llegada de la marca Cajamarca, la alegría del Perú en un avión LATAM formó parte de las estrategias de promoción al turismo interno, que la empresa nacional puso en marcha, esta vez de la mano de la región Cajamarca.

3.5

¡LA RUTA CAJAMARCA!



A través del Decreto Viceministerial de Cutura N° 038 – 2017, la Danza de los diablos de Ichocán, Paucamarca, San Marcos y Shirac fueron reconocidos como Patrimonio Cultural de la Nación.



William Medina, productor audiovisual en una jornada de grabación en el distrito de Lajas, provincia de Chota.

Reactivar el turismo en la región Cajamarca significaba crear una campaña de promoción audiovisual de los recursos turísticos de las provincias, pero sobre todo respaldar a decididos emprendedores, quienes intentaban abrirse paso con nuevas ideas para el turista nacional y extranjero.

Propusimos potenciar la fórmula de combinar recursos paisajísticos, geográficos, gastronomía y contar la historia de cajamarquinos que con su esfuerzo y dedicación ponen a la región en los ojos del mundo. Eran ellos hablando de sus propuestas, de sus sueños y aspiraciones resaltando las bondades de cada pueblo.

Iniciamos este recorrido con la grabación de un reportaje en la laguna San Nicolás en el distrito de Namora y luego fueron sumando nuevas aventuras a la biblioteca turística de la Ruta Cajamarca. El encanto del distrito de Magdalena, sus trapiches y frutales; ceramistas de Mollepampa, los chicharrones de Chota y su flor del Chot, San Ignacio y el deporte extremo, Mandinga y la catarata de la Bella Encantadora, las guitarras de Namora, el talento de artesanos y la preparación de exquisitos platos.

Cajamarca se posicionaba como un referente en el turismo. Los contenidos empezaban a ser tendencia generando un sentimiento de identidad en el corazón de cada pueblo. De acuerdo a los reportes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Cajamarca era el cuarto destino elegido en intención de visita por los turistas nacionales e internacionales.

El posicionamiento de la Marca Cajamarca, la oferta de recorridos virtuales de los principales atractivos arqueológicos, la realización de eventos especializados, la innovación del turismo extremo, el funcionamiento de dos aeropuertos en la región, el trabajo articulado de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, la Dirección Desconcentrada de Cultura y la certificación de áreas naturales protegidas situaban a Cajamarca en los primeros lugares de preferencia turística en el Perú reactivando la generación de más de 20 mil empleos directos.



Huamborío en Chota es una de las chicharronerías más emblemáticas de esa provincia.





3.6

¡LA COMBI VIAJERA!



La combi turística donada por Japón al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y este al Gobierno Regional de Cajamarca inició su recorrido por la región Cajamarca promocionando los atractivos para fomentar el turismo interno.



Está equipada con proyector de video, pantalla móvil, sistema de sonido, micrófono, generador de energía, mesa y sillas plegables.

La combi viajera, brandeada con la Marca Cajamarca surgió como propuesta de acercar y descentralizar productos audiovisuales a la población de las provincias más alejadas de la región Cajamarca.

Su objetivo es incentivar el turismo interno cumpliendo las medidas sanitarias y controles de prevención del coronavirus en la cuarta etapa de reactivación de actividades económicas dispuestas por el Gobierno.

Puerto Ciruelo ubicado en la provincia de San Ignacio fue el primer destino. En medio de la pandemia y cumpliendo con los protocolos de bioseguridad, la presentación de los videos promocionales de la Ruta Cajamarca: San Ignacio Extremo, Mandinga, Balsa Extrema y Catarata Bella Encantadora congregó a cientos de pobladores que se convirtieron en los primeros espectadores de la riqueza ambiental, cultural, folclórica y artesanal de su tierra.



La comparsa La Embajada del Cumbe es marca Cajamarca. Representa al barrio Cumbe Mayo y es una de las que más títulos ostenta en el Concurso de Patrullas y Comparsas.

3.7

EL **BOOM** DEL **TURISMO** DE **AVENTURA** EN LA **REGIÓN CAJAMARCA**



La Peña Azul tiene el canopy más grande de Sudamérica y se ubica en el caserío de Mandinga en la provincia de San Ignacio. Foto: ¿Y si viajamos?

Cajamarca es referente a nivel nacional por su historia. Es cuna del mestizaje y reconocida internacionalmente como Patrimonio Histórico y Cultural de las Américas. El departamento es el sexto destino más visitado del Perú. *Capta el 7% de turismo*, porcentaje que supera a los departamentos de Áncash, Tumbes, La Libertad y Moquegua. En promedio cada visitante permanece en Cajamarca *4 días y realiza un gasto de 660 soles*.



Aventura y diversión en la Balsa Extrema de Puerto Ciruelo en el rio Chinchipe. Foto: Y si viajamos?

La región del Cumbe no sólo es referente por sus rutas arqueológicas, también se cimienta en el ***sector aventura, un rubro especializado que representa el 31%*** de las preferencias de quienes recorren el Perú. Los visitantes rompen la rutina citadina al recorrer parajes naturales, respirar el aire de la montaña, sentir adrenalina en los juegos extremos y deleitarse con la exótica gastronomía. Canopy de 1080 m de longitud en la catarata Bella Encantadora, caserío Las Malvinas, distrito de Huarango en la provincia cafetalera de San Ignacio.

Los videos promocionales elaborados por la ***Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas*** del Gobierno Regional y por primera vez en la historia sobre los atractivos de San Ignacio fueron soporte publicitario fundamental para difundir las bondades de la fronteriza provincia que ha visto el despegue del rubro turístico y las cadenas complementarias como transporte, alimentación, hospedaje y diversión.

Las visitas a Cerro Campana se complementan con los recorridos a la laguna Azul, la catarata La Bella Encantadora y la Balsa Extrema. Asimismo, las fincas son modelo de turismo vivencial donde los visitantes participan del proceso del café desde la germinación de semillas hasta el consumo.



Bambamarca extremo se convirtió en una posiblidad para el viajero nacional y extranjero.



El Beso de la Luna en el caserío Mandinga tiene una de las vistas más impresionantes del Perú y se ubica a unos 15 minutos del centro de San Ignacio.



Mirador Jaén Extremo lo espera para disfrutar del deporte de aventura y juegos extremos.



Chota, la cuna de las rondas campesinas, es epicentro de otro emprendimiento de juegos extremos. Foto: Y si viajamos?



"La reactivación económica regional post- pandemia requería de una plataforma publicitaria y los videos promocionales de La Ruta Cajamarca marcaron un antes y un después en la promoción y afluencia de visitantes a San Ignacio". Bonely Neira Pesantes, gerente de San Ignacio Extremo.

Después de la promoción audiovisual, el Gobierno Regional de Cajamarca, a través de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur), certificó los juegos de ***canopy, columpio extremo, puente tibetano y zipline bike*** del parque San Ignacio Extremo, ubicado en el llamado Cerro Campana, a 15 minutos de la urbe san ignacina.

Semana Santa, Año Nuevo, feriados largos y fines de semana son los días de mayor afluencia a este centro de diversión. **Su reporte oficial señala 8 500 visitantes en diciembre 2021, y el 2022 inició enero con 7 300 visitantes, en febrero 6 000, en marzo 5 100, en abril 4 000, y en mayo 2 500.**

DATO

En el último periodo de 12 meses (2022), la región registra un total de 4 548 vuelos por año, en promedio 12 por día. La región cuenta con dos aeropuertos Armando Revoredo Iglesias y Shumba en las provincias de Cajamarca y Jaén, además 20 empresas de transporte inter-regional e inter-provincial tienen agencia en el departamento.

Otros emprendimientos

Cajamarca es referente en turismo de juegos extremos en Jaén y San Ignacio, donde se oferta la experiencia de full adrenalina y consumo del mejor café del mundo.

En Jaén el parque de juegos extremos regentado por Lilia Herrera es una apuesta empresarial que brinda oportunidad laboral permanente a 11 personas. "Recibimos visitantes de las regiones ***San Martín, Amazonas y Piura, además de las provincias de Cutervo y Chota***. Nuestra proyección es implementar con más atractivos y realizar recorridos con la temática del cacao y la huaca Monte Grande hasta fin de año", detalló.

Asimismo, Chota, la cuna de las rondas campesinas, es epicentro de otro emprendimiento de juegos extremos. La catarata de Vizcamayo, en el sector Chuyabamba, a 20 minutos de la ciudad capital se encuentra la empresa turística de Víctor Ocaña quien hace meses abrió este servicio.

"***Visitantes de Cajamarca, Santa Cruz, Cutervo y Chiclayo son nuestro público cautivo. Reportamos decenas de visitas diarias a nuestro parque, contamos con 7 trabajadores permanentes y nuestra proyección es crecer y ofertar nuevas propuestas***", detalló Ocaña, empresario que sabe de la fortaleza y empuje de la locomotora turística.

El turismo de aventura se practica aprovechando los recursos que ofrece la naturaleza. Las personas buscan





Kelvin Neira, Bonely Neira y Heinson Neira son tres hermanos que hicieron del deporte extremo una experiencia turística capaz de atraer a miles de turistas.

una oportunidad para envolverse en la exploración y romper la rutina. ***"El turismo de aventura dinamiza la economía de Cajamarca, abre nuevos puestos de trabajo en servicios y productos",*** enfatizó Edgar Abanto, titular de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

¡SAN IGNACIO EXTREMO, ADRENALINA EN EL CIELO!

Al norte del Perú, el pulmón más grande de la región Cajamarca respira entre árboles frutales, espesa vegetación y brota de sus entrañas aroma a café.

En sus bosques montañosos, en la copa del Cerro Campana, nació turismo aventura San Ignacio Extremo gracias al esfuerzo y creatividad de los hermanos Neyra Pesantes.

Enterados de la propuesta turística emprendimos el viaje de aventura que permitió conocer los servicios turísticos que ofrecía la fronteriza provincia de San Ignacio.

Bonelly, Kelvin y Heison anfitriones con clase de su tierra, casrismáticos y estilo colosal nos recibieron para encaminar una propuesta comunicacional que días más tarde hacía posible la consolidación del destino a nivel nacional.

"Cuando llegó el equipo de la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca fue un hecho motivador. Crearon un logo, grabaron varios videos promocionales y nos dieron el soporte empresarial que necesitábamos. Por primera vez en la historia, el Gobierno Regional hacía presencia en nuestra provincia. Quedamos muy agradecidos por toda la promoción y el trabajo profesional que el equipo de comunicadores hicieron posible". Bonely Neira Pesantes, gerente de San Ignacio Extremo.



3.8

DESTINO CAJAMARCA RECIBE SELLO INTERNACIONAL SAFE TRAVELS DEL TURISMO



El Sello Mundial de Seguridad e Higiene en Turismo Safe Travels, otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, es un conjunto de protocolos diseñados bajo las pautas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para crear una política general de salud en la industria turística y restablecer así la conf anza entre los viajeros durante el retorno de la actividad turística a nivel global.

La pandemia por Covid-19 había generado muerte y dolor. En consecuencia, las actividades económicas fueron duramente golpeadas y el turismo veía frustrado su deseo de volver a la normalidad.

El gobernador, Mesías Guevara firmó el convenio de sub-licencia del derecho de uso del Sello Mundial de Seguridad e Higiene Safe Travels con la ministra de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Claudia Cornejo Mohme, que garantizaba el cumplimiento de las medidas sanitarias y protocolos frente a la COVID-19. Trabajo articulado que necesitó del esfuerzo conjunto del Gobierno Regional de Cajamarca, Dircetur, Dirección Desconcentrada de Cultura, Municipalidad Provincial y gremios turísticos.

REGIÓN CAJAMARCA ES UNO DE LOS 10 DESTINOS MÁS VISITADOS DEL PERÚ

Turismo Investiga Innova de PromPerú informó a través de su reporte Conociendo el Perfil del Vacacionista Nacional -de enero a diciembre de 2021- que la región Cajamarca es uno de los principales destinos más visitados del Perú, gracias a las campañas comunicacionales de promoción Ruta Cajamarca y turismo extremo, activación de la marca Cajamarca y organización de eventos nacionales e internacionales promovidos por el Gobierno Regional.

La Marca Cajamarca ha sido una de las estrategias más sostenibles que desarrolló el Gobierno Regional de Cajamarca. Su lanzamiento en Cajamarca y Lima generó expectativa y respaldo, reflejando el trabajo conjunto entre el sector público y privado para generar una imagen de destino capaz de atraer a los turistas internacionales. Jaén, San Ignacio y Cajamarca accedieron a la reactivación económica con la actividad turística que ha ido incrementando con creativos emprendimientos.


La República

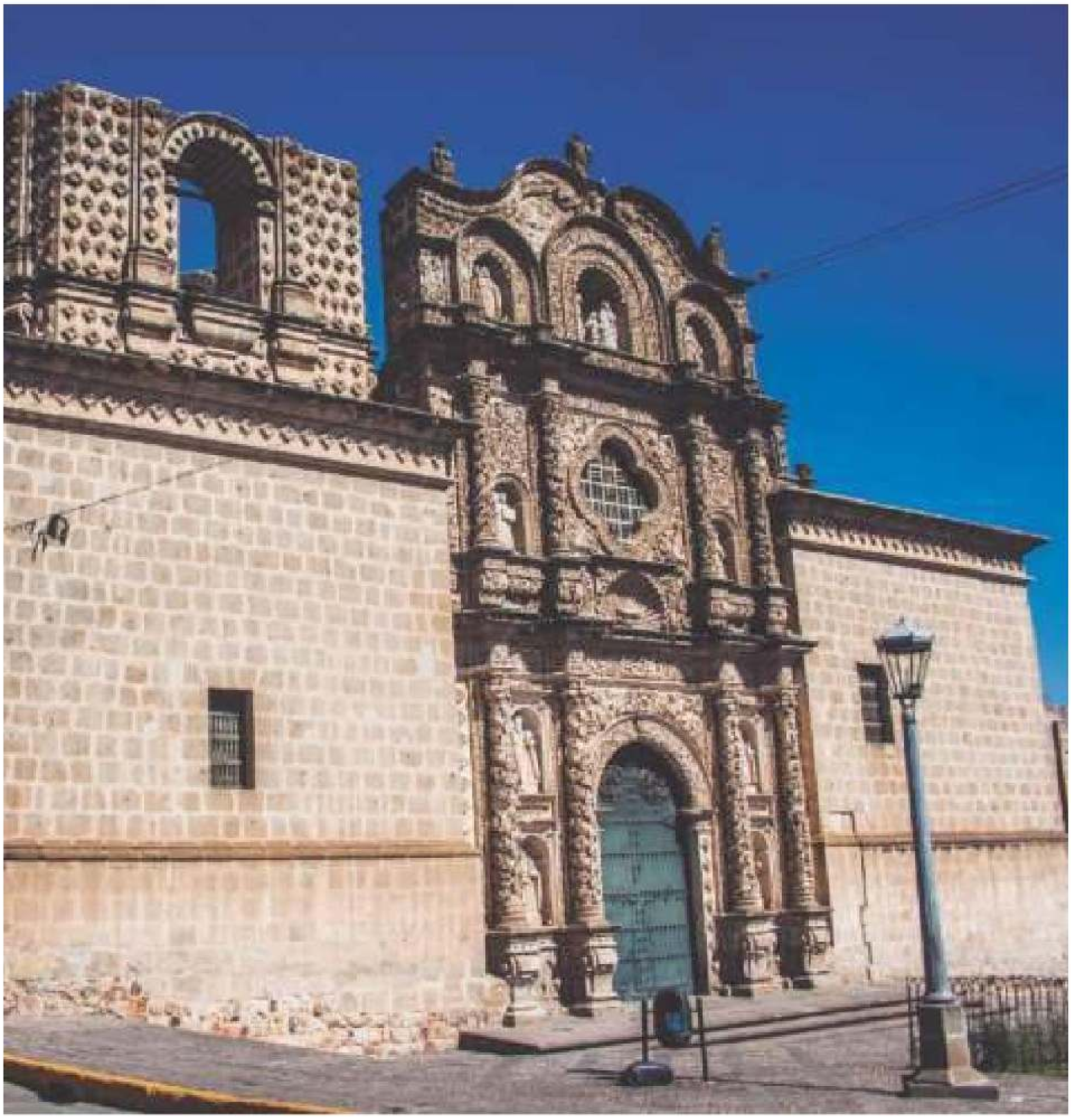
La región Cajamarca es uno de los 10 destinos más visitados del Perú

Turismo Investiga Innova de PromPerú indicó que el Complejo Monumental Belén fue el museo más visitado a nivel nacional durante el 2021.

La región Cajamarca es uno de los 10 principales destinos más visitados del Perú y ocupó el sexto lugar de preferencia por encima de las regiones Ancash, Tumbes, La Libertad y Moquegua, informó Turismo Investiga Innova de PromPerú, a través de su reporte Conociendo el Perfil del Vacacionista Nacional de enero a diciembre de 2021.

4 de cada 10 personas hizo uso de una agencia de viaje o tour operador y las actividades que realizaron durante su viaje fueron turismo urbano, naturaleza, gastronomía y cultura. En la región Cajamarca se registró un incremento del 31% en la demanda de actividades de aventura.


Olvina Pesantes
"Los destinos de turismo extremo, en la provincia de San Ignacio, se convirtieron en las primeras opciones del visitante nacional y extranjero"



MUSEO DEL COMPLEJO MONUMENTAL BELÉN FUE EL MÁS VISITADO A NIVEL NACIONAL DURANTE EL 2021

Conforme al último reporte del Registro de Información de Visitantes (SISMUS) del Ministerio de Cultura a escala nacional, el Museo Arqueológico y Etnográfico del Conjunto Monumental Belén fue el más visitado por los turistas nacionales y extranjeros de enero a diciembre del año 2021.

En el último trimestre del 2021, el Museo Arqueológico y Etnográfico del Conjunto Monumental Belén, con 17, 112 visitas, superó a la Sala de Exhibición de Pikillaqta (Cusco), Museo de Sitio Wari (Ayacucho), Museo Tumbas Reales de Sipán (Lambayeque), Museo Nacional Chavín (Ancash), Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú (Lima) y la Sala de Exhibición de Kotosh (Huánuco).



3.9

¡EL **CARNAVAL** DE **INTEGRACIÓN REGIONAL** Y LA ESCUELA DEL CARNAVAL!



Nunca antes en la historia de la región Cajamarca, el certamen de Señorita Integración que elige a una representante de las 13 provincias, había descentralizado su gala, música y color a uno de sus destinos.

Celendín, tierra del cielo azul del edén fue elegida como anfitriona del evento más esperado por la población carnavalera.

En el patio del centro comercial Real Plaza, el Gobierno Regional de Cajamarca presentó el spot y afiche del certamen Señorita Integración 2020 con motivos novoandinos e identidad contemporánea, con los que se pretendía rescatar la tradición andina y carnavalera.

CONCEPTUALIZACIÓN DEL CARNAVAL DE INTEGRACIÓN

Las mujeres cajamarquinas, en las diferentes provincias del departamento, mantienen viva la tradición del tejido. Estos elementos forman parte del

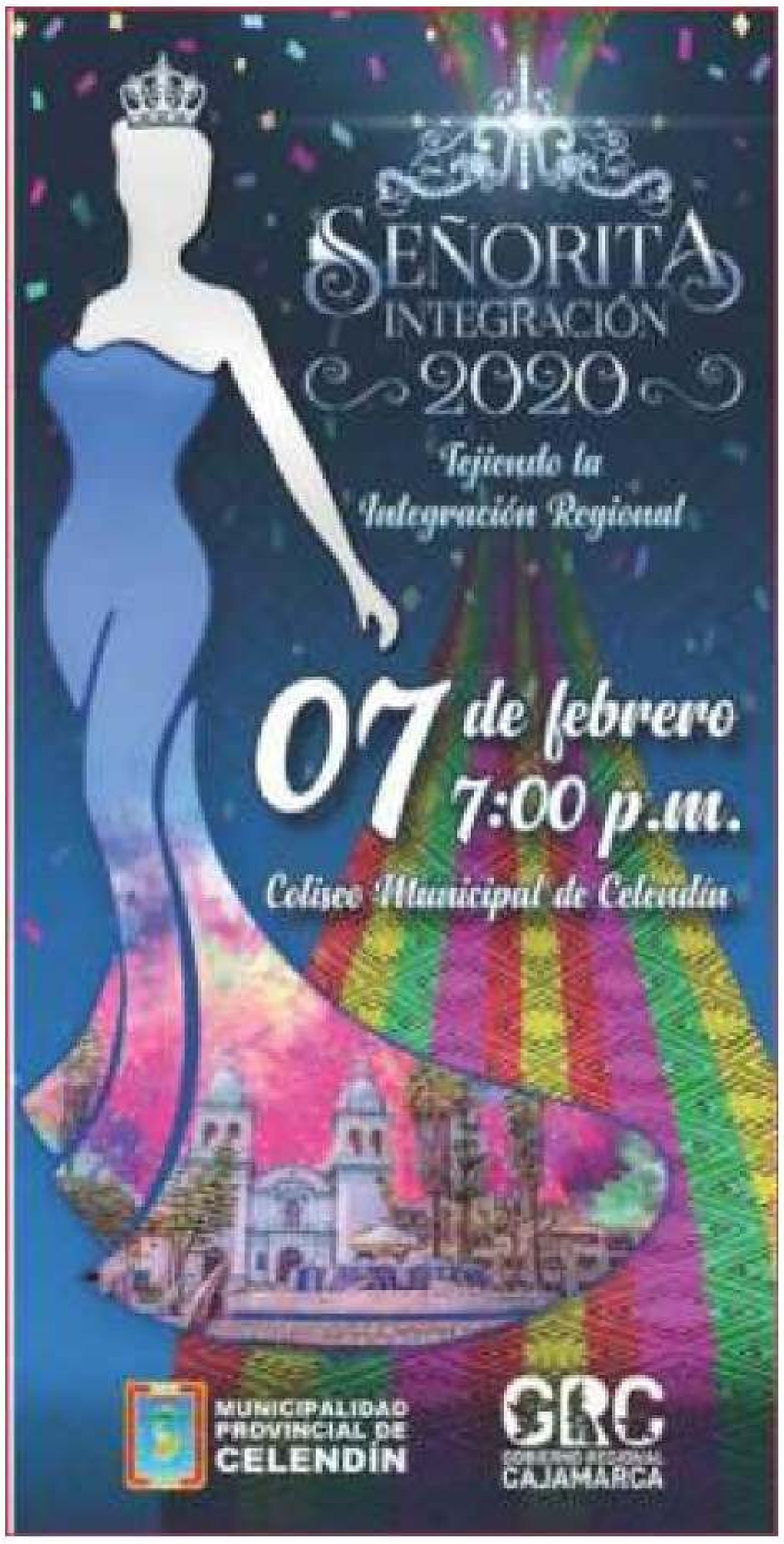
Carnaval, y esta fue la oportunidad para mostrar nuestra riqueza al mundo como mensaje principal del Carnaval de Integración. Además de incluir la propuesta de fortalecer el sentimiento de hermandad de uno y otro pueblo. El hecho de entrelazar hilos o fibras, mecánicamente o a mano, para formar un tejido o hacer un objeto determinado constituyó el mensaje de unificar cada provincia de la región motivada por la fiesta más alegre del Perú.

PRIMERA ESCUELA REGIONAL DEL CARNAVAL PROMUEVE TALLERES ARTÍSTICOS EN LA REGIÓN CAJAMARCA

El carnaval es la fiesta que despierta sentimientos, difunde la cultura de nuestro pueblo y congrega a chicos y grandes. El Gobierno Regional de Cajamarca promovió la integración regional de la festividad del carnaval en las provincias con la finalidad de consolidar la identidad de nuestra fiesta tradicional.

Las actividades del Carnaval de Integración del Bicentenario 2021 iniciaron con la creación de la Escuela Regional del Carnaval liderada por el artista cajamarquino Víctor Amado Portal.

Escolares, organizaciones culturales, artísticas y población de las provincias de nuestra región accedieron a cursos creativos de diseño, elaboración de trajes y carros alegóricos. Las primeras provincias beneficiarias fueron Celendín y Cajabamba. Allí se compartió días de



color y arte junto a escolares de diferentes instituciones educativas. Los barrios avalaron este proyecto que busca ser la inspiración de nuestros carnavaleros con el objetivo de valorar nuestra historia.



Víctor Amado Portal, artista cajamarquino

"Dentro de las expresiones culturales sociales contemporáneas, el carnaval cajamarquino es la más multitudinaria, sin embargo ha tenido ciertas carencias en su organización. Quizá la más grave ha sido la falta de direccionalidad de su identidad, de pronto éramos un remedo burdo de las expresiones carnestolendas de otros países u otras culturas. La Escuela del Carnaval Cajamarquino- desde el año 2007- ha consolidado la identidad del Carnaval, basado en nuestro legado cultural, iconográf co, ecológico y otros que muestran a nuestra cultura en todo su esplendor. Hemos podido capacitar al carnavalero empírico y devoto, con técnicas de diseño, de máscaras, de carros alegóricos y otros. Gracias a la gestión de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca hemos llevado esta experiencia a las demás provincias cajamarquinas que tienen esta expresión cultural como parte importante de su identidad. Estamos convencidos que la cultura contemporánea es sin duda un dinamizador de la economía turística".







3.10

CONFERENCIA DE PRENSA DEL **CARNAVAL DE INTEGRACIÓN**



Las 13 candidatas a Señorita Integración del concurso más importante del carnaval regional irradiaron belleza, candor y compromiso con nuestra f esta tradicional, en la conferencia de prensa ofrecida en el atrio del Complejo Monumental Belén.



El granero del norte, San Marcos, fue representada por René Analy Paredes Lezma; y la Gloriabamba de Bolívar, Cajabamba, tuvo como embajadora de su belleza a Bianka Lucía García Ibáñez. La tierra del cacao, Jaén, también estuvo presente en esta competencia con Winny Michelle Zapata Olivera.

Brisa Tamara Florián Sánchez fue la candidata de la tierra de la intelectualidad y el buen trigo, Contumazá; y Judith Gálvez Alcántara fue la reina de la Tierra del Cumbe, Cajamarca. Lola Lereli Tello Altamirano, lució el cetro de Cutervo, tierra del Ilucán.

Asimismo, Rashell Milán Céspedes portó la banda de Santa Cruz. Diana Yulisa Cruzado Malca buscaba llevar la corona para la tierra de los pisadiablos, San Miguel. Lesly Nayeli Fuentes Guevara deseaba el triunfo para la provincia de Hualgayoc.

La provincia que albergaba la primera elección descentralizada de Señorita Integración, Celendín, tierra del sombrero de paja toquilla y del sabroso chocolate, tenía como candidata a Leidy Diana Vera Cachay quien se alzó con la corona acompañada por un marco impresionante de gente que abarrotó el Coliseo Municipal y las calles de los barrios en coloridos pregones.

El coliseo celendino lució repleto de público local y visitantes de todas las provincias que llegaron para alentar y respaldar la participación de su candidata, ofreciendo un espectáculo carnavalesco con la participación de Don Guillermo, los robocop y banda de músicos del Frente Policial Cajamarca.

El público vibró en las tribunas con la participación de las reinas quienes se lucieron en la coreografía, desfile en ropa de baño, presentación con trajes típicos de cada provincia, exhibición de belleza y galantería en traje de noche, para luego conocer el resultado que coronó a la soberana de Celendín como Señorita Integración 2020.

La coronación y la imposición de la banda estuvieron a cargo de la Señorita Integración 2019, Lili Vásquez, representante de la provincia de Chota.

El jurado calificador estuvo integrado por Ángel Ernesto Paz Liberato, presidente ejecutivo Miss Perú; Ángela Escudero San Martín, Miss Perú Mundo; Rubén Jhon Valdivia Soto, patrocinador Miss Perú; Pierina Lizarzaburo Díaz, Miss La Libertad Mundo; Alberto Picón Murga, director ejecutivo Miss La Libertad Mundo, y Melany Manchedo Harman, Miss Panamericana.



Las representantes de Celendín, Jaén, Chota, Cajamarca y San Pablo fueron f nalistas en el Certamen de Señorita Integración 2020.



SEÑORITA INTERNET

Brisa Tamara Florián Sánchez, representante de la tierra de la intelectualidad y el buen trigo, Contumazá, se convirtió en Señorita Internet, al ocupar el primer puesto con 7,468 votos en el concurso realizado a través de la página web del Gobierno Regional de Cajamarca, superando a la representante de Celendín, Leidy Diana Vera Cachay, quien alcanzó 7,429 votos.

EL SHOW

Los asistentes disfrutaron del desfile en pasarela de la Miss Perú Mundo, Miss Panamericana y Miss Libertad; además la presentación del video de la canción al Carnaval de Integración, participación de clones y disfraces de carnaval y la tradicional danza celendina La Guayabina, reconocida como patrimonio cultural de la Nación.

La organización de Señorita Integración 2021 se tuvo que suspender debido al Decreto Supremo N° 044-2020-PCM que declara *Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19.*

Leidy Diana Vera Cachay se alzó con la corona de Señorita Integración 2020. Foto: Josué Morales.



Los sombreros celendinos se lucieron en el coliseo municipal que lució abarrotado ante la visita de cajamarquinos de las 13 provincias.


Srta.
INTEGRIDAD
2020
ACION 2019

3.11

¡LAS FLORES DE CAJAMARCA!

CANCIÓN OFICIAL DEL CARNAVAL DE INTEGRACIÓN | DON GUILLERMO Y SU CONJUNTO



Guillermo Salazar Pajares vive eterno en el corazón de los cajamarquinos. Foto: Josué Morales.

La región Cajamarca ha visto crecer a uno de sus máximos exponentes del carnaval. Don Guillermo y su trayectoria musical def nen un estilo elegante, con letras y composiciones variadas de la f esta más alegre del Perú. El hijo del Barrio San José escribió la historia de Señorita Integración cautivando con sus versos el corazón de la mujer cajamarquina.



Con la composición carnestolenda que fue presentada en conferencia de prensa de Señorita Integración nació un nuevo clásico de carnaval. Las flores de Cajamarca, tema musical que rinde tributo a la mujer cajamarquina amenizó la presentación de las candidatas a Señorita Integración 2020, evento que tuvo como escenario el conjunto Monumental de Belén.

El gobernador Mesías Guevara, hizo entrega de un reconocimiento a Don Guillermo Salazar en mérito a su destacada labor artística, 50 años dedicados a la promoción cultural. "Reconocemos en vida a los hijos ilustres de Cajamarca, a quienes dejan en alto el nombre de tierra y nos enseñan a valorar nuestro legado", expresó.

Destacado intérprete de las más reconocidas coplas en honor al Rey Momo, Don Guillermo, es un referente de la composición musical por su repertorio y diversidad estilística.

La presentación de las candidatas a Señorita Integración fue la oportunidad perfecta para el lanzamiento de esta obra musical.

Las Flores de Cajamarca

Guillermo Salazar Pajares

Cajamarca tierra mía,
cuna de mujeres bellas,
preciosas como las rosas,
radiantes cual las estrellas.

Sus provincias son los huertos
de flores multicolores,
mi linda Ciudad del Cumbe,
un cielo de mil amores.

En Chugur de Hualgayoc
hay muy bonitas mujeres
y en Cochán de San Miguel,
las gardenias que tú quieres.

Encantadora y galante
es la mujer celendina,
hortensia, ojitos verdes,
igual que la sanmarquina.

INTERMEDIO

Contumazá y Bambamarca
tienen hermosas doncellas,
mi Jaén y San Ignacio,
las azucenas más bellas.

Madreselvas hay en Chota,
en Cajabamba, claveles
y en San Andrés de Cutervo,
lo mejor de mis vergeles

En Chumbil y otros parajes,
amapolas sampablinas
y llegando a Santa Cruz,
magnolias ninabambinas.

Fuga
Cajamarca es un jardín
de flores como el jazmín,
las lindas josegalvinas,
encantos de Celendín.



3.12

¡LIMA VIBRÓ CON EL CARNAVAL DE CAJAMARCA!



El 29, 30 y 31 de enero, una delegación de patrullas y comparsas arribó a Lima en una gira promocional de la f esta más alegre del Perú. A ritmo del Cilulo, Carolina, Flor del Cumbe y La Matarina invitaron a turistas nacionales y extranjeros a esta f esta de cultura y belleza.



Colaboradores del aeropuerto internacional, pasajeros, pilotos y aeromozas bailaron a ritmo del carnaval.

TURISTAS BAILARON CON EL CARNAVAL DE CAJAMARCA EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHÁVEZ

En las puertas 3, 4 y 5 de arribos internacionales en el aeropuerto Jorge Chávez, los visitantes del Perú fueron sorprendidos con un colorido ´Flashmob´, estampa fugaz del Carnaval de Cajamarca que reunió a grupos de viajeros, trabajadores del aeropuerto, pilotos y aeromozas tras el sonido de trompetas de la Banda de Músicos del Frente Policial Cajamarca. Los bailarines, vestidos con coloridos trajes alegóricos de los barrios más representantivos de Cajamarca emocionaron al público que se tomaba fotos con el boleto a la alegría. La reina del carnaval, señorita Integración y comparsas cajamarquinas lucieron, con sus danzas y variados trajes, nuestra riqueza cultural. Los operadores del aeropuerto no solo bailaron, sino que valoraron la alegría de los cajamarquinos quienes se entregaron al público limeño y extranjero.

La iniciativa de promover el Carnaval en el primer aeropuerto del país, fue liderada por el Gobierno Regional de Cajamarca, Municipalidad Provincial, Policía Nacional y el Comité Central del Carnaval como plan de acción para la promoción turística.

Los turistas admiraron la vistosidad de los trajes y se contagiaron del ritmo de las coplas. Los celulares sirvieron para retratar y filmar los momentos especiales, que luego se convirtieron en la mejor carta de presentación y publicidad para promover la fiesta del Rey Momo, en la Tierra del Cumbe. Fue propuesta comunicacional articulada y con un solo objetivo: atraer a más turistas y demostrar que estamos dispuestos a recibirlos.





Entre lágrimas, aplausos y color; miles de turistas y cajamarquinos disfrutaron del Carnaval de Cajamarca en un colorido pasacalle en el Circuito Mágico del Agua. Comparsas, bailes típicos y otras expresiones artísticas como culturales de esta tradicional festividad del Perú lucieron sus coloridos trajes y la algarabía de los asistentes contagió a los visitantes.

El evento se realizó el viernes 31 de enero, desde las 5:30 p.m. hasta las 7 p. m., en la zona "Fuente de la vida" del Circuito Mágico del Agua, ubicado en el Parque de la Reserva.

Los visitantes pudieron disfrutar de hermosos bailes típicos como el «Cilulo», «Carolina», «Flor del Cumbe» y la «Matarina» acompañados de la Banda de Músicos del Frente Policial Cajamarca.



CARNAVAL DE CAJAMARCA IMPUSO RÉCORD DE ASISTENCIA EN EL CIRCUITO MÁGICO DEL AGUA

El viernes 31 de enero de 2020, el evento carnavalero tuvo uno de los picos más altos de los últimos cinco años en cuanto a afluencia de público.

El Circuito Mágico del Agua informó que el día de la presentación del Carnaval de Cajamarca en la capital de la República hubo un ingreso de 14 mil 117 visitantes al atractivo turístico, según el reporte de estadísticas.

"El carnaval de Cajamarca impuso un récord de público en este escenario. En comparación al viernes 24 el incremento fue de más de 4 mil personas. Asimismo el día viernes del evento ha tenido uno de los picos más altos de los últimos dos años en cuanto a afluencia de público", informó Maritza Manturano Castro, Gerente General EMILIMA.

El mensaje de integración que llevó el Gobierno Regional, los barrios de Cajamarca y la Policía Nacional fue bien recibido por propios y visitantes quienes con carteles en mano corearon y bailaron las coplas del carnaval.

"El video que anunciaba el evento -en los días previos- tuvo un alcance de 85 mil personas y en las redes sociales ha sido un éxito rotundo teniendo picos muy altos de interacción. Las personas han quedado encantadas y nos han escrito por interno preguntando la fecha de viaje a Cajamarca", precisó Manturano Castro.



Hernando Vargas, exitoso empresario de La Matarina invitó a los turistas a visitar Cajamarca en sus días de f esta carnestolenda.

¡BOLETO A LA ALEGRÍA!

Viajar a Cajamarca constituye un verdadero placer. La fiesta que reúne a chicos y grandes, propios y extraños en un sentimiento de fervor carnestolendo es motivo de programación de viaje de miles de turistas nacionales y extranjeros. Para motivar el deseo en el visitante de elegir Cajamarca como destino, desde la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca creamos el Boleto a la Alegría, propuesta comunicacional que resaltaba los atributos de conocer la región en medio de la festividad más importante del calendario turístico.

El pasajero era un invitado especial que debía pagar el costo de divertirse al 100% desde el 22 al 26 de febrero; sin hora, sin descanso, y de mayor acogida por las actividades del rey momo. Este boleto incluía el hashtag #VisitaMiTierra, hyperlink que lleva a una página con otras publicaciones relacionadas al tema turístico resaltando la ruta Cajamarca.

3.13

¡**TURISTAS** NACIONALES Y EXTRANJEROS **LLENARON HOTELES!**



Miles de turistas arribaron a Cajamarca y participaron de la entrada de Ño Carnavalón.
Foto: Cajamarca Tour Perú.

La capacidad hotelera de Cajamarca estuvo copada al 100% para las fechas centrales del Carnaval 2020, garantizando la visita masiva de turistas nacionales y extranjeros a la Ciudad del Cumbe que disfrutaron de la f esta más alegre del Perú.



María Julia Mantilla, Miss Mundo 2004 irradió su belleza en la Plaza Mayor de Lima a la salida de las delegaciones de Palacio de Gobierno.

Los empresarios cajamarquinos coincidieron que la promoción del Carnaval realizada por el Gobierno Regional de Cajamarca en la capital de la República, con presentaciones en el aeropuerto internacional Jorge Chávez, Palacio de Gobierno, Municipalidad de Lima, Circuito Mágico del Agua y centros culturales y comerciales, generó un gran interés en los turistas para visitar la Ciudad del Cumbe en las fechas centrales de la fiesta carnestolenda.

La presentación del concurso Señorita Integración 2020 en Celendín, que contó con la masiva participación de la población de esa provincia y una gran difusión en medios locales y regionales, también se sumó a la promoción de las actividades que se realizaron del 22 al 26 de febrero.

El vicepresidente de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines - Ahora Cajamarca, Eduardo Caballero, informó que l*a capacidad hotelera de Cajamarca llegó al 100% para los días centrales del carnaval.* "La promoción de nuestra fiesta tradicional en la capital de la República fue*una gestión acertada que permitió mostrar a los capitalinos y turistas internacionales la alegría y tradición de nuestra tierra".*

El gerente del hotel Costa del Sol, Aitor Apaolaza, también confirmó que *"el 100 % de la capacidad estuvo reservada para el 22 y 23 de febrero".*

Aitor Apaolaza felicitó al Gobierno Regional de Cajamarca y las demás instituciones por promover la fiesta del Carnaval en Lima, asegurando que los turistas encontraran en su hotel un servicio de primera calidad.

La gerente del hotel Numay (que en quechua significa "cosas con amor"), Carla Mora, también indicó que se generó una gran demanda de hospedaje para las fechas centrales del Carnaval 2020 completando toda su capacidad de hospedaje.

"Gracias a la campaña de promoción en Lima hubo una gran demanda de turistas del Perú y el extranjero que ha generado interesantes ingresos para nuestra tierra", comentó Carla Mora.

El presidente de la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo - Apavit Cajamarca, Sergio Cabellos también reconoció la propuesta comunicacional en la capital. *"Felicito al Gobierno Regional de Cajamarca y los barrios por la gestión y a todos quienes se sumaron en esta importante campaña. Invitamos a los turistas a disfrutar de los buenos servicios que la Ciudad del Cumbe ofrece en todos los rubros".*

Todos los empresarios coincidieron que esta visita masiva de turistas sirvió para promocionar las riquezas y recursos turísticos de Cajamarca con la finalidad de tener mayor afluencia de visitantes en fechas festivas de la Tierra del Cumbe.







Cajamarquinos residentes en Lima aprovecharon las actividades carnestolendas para expresar su amor por la tierra que los vio nacer. Foto: Juan Alvítez Yeckle.

3.14

¡ARRIBA LA **FLOR** DEL **CUMBE!**



La cruz de Cumbe Mayo fue escenario de una jornada de grabación con los personajes más importantes de ese barrio tradicional.

“Para el Cumbe no hay cantante, para el Cumbe no hay rival, el año que quiere gana toditito el carnaval”



La producción del reportaje signif có el reencuentro de los jóvenes y adultos de la tercera edad que con sus acciones engrandecen a uno de los barrios más populares de Cajamarca.

El carnaval y la religión tienen una característica común... la fe de adorar aquello que se siente como propio.

En el barrio Cumbe Mayo, flor de Cajamarca, la fe católica se matiza con colorido fervor y la cruz, patrimonio religioso, abraza la creencia cumbemaina.

En un año sin celebraciones oficiales del carnaval (2021), el Gobierno Regional de Cajamarca (GRC) mantuvo viva la tradición de la Fiesta más Alegre del Perú con la presentación de un reportaje sobre la historia del barrio Cumbe Mayo.

Hablar del carnaval de Cajamarca, significa reconocer a unos de los barrios más tradicionales de esta fiesta popular. Cumbe Mayo significa para los cajamarquinos, el orgullo del carnaval tradicional.

El carnaval de Cajamarca es una veta inagotable para la inspiración de artistas, escritores y músicos, al igual que tema de estudio para historiadores, periodistas, sociólogos y artistas. Este reportaje, elaborado por la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas, reconstruyó la historia carnestolenda, asimismo se convirtió en material de consulta para propios y visitantes.

Los fundadores e integrantes de La Embajada, Los Romanceros y las patrullas fueron los protagonistas de este material audiovisual que fue presentado el viernes 11 de marzo, en la intersección de los jirones Sullana y Apurímac muy cerca de la histórica Cruz del Cumbe.

Gracias al estusiasmo y liderazgo de Juan Aliaga, Ricardo Valdivia y Eduardo Moya más de 60 años de anécdotas, triunfos y sacrificios de los personajes del Cumbe Mayo quedaron plasmados en este documento con el objetivo de promocionar y reconocer a los personajes que hacen grande la fiesta del Rey Momo.

Algunos jaraneros de linaje cumbemaino partieron como embajadores de su clase, dejando en un abrazo eterno a los jóvenes, la misión de eternizar la historia de su carnaval.

Este video fue un homenaje ***in memorian*** a Carlos Minchán, César Rubio Quiroz, César Cieza Rojas y Gilberto Fernández Montoya carnavaleros del barrio que dejaron registrado su testimonio en este material audiovisual.

Cumbemayo es una embajada representada por romanceros de cátedra musical. Es soberano de sus memorias, eternas como las coplas, semblanza de fe y leyenda del carnaval.




La
Embajada



3.15

RECORRIDO VIRTUAL DEL TRADICIONAL CARNAVAL DE CAJAMARCA



A través del aplicativo del GRC los usuarios podían disfrutar de realidad aumentada con motivos carnavaleros.

Una muestra de las costumbres y tradiciones del colorido Carnaval de Cajamarca se inauguró en el Centro Comercial Real Plaza en alianza estratégica con la Escuela Superior de Formación Artística, Mario Urteaga Alvarado.



Gracias al trabajo de la Dirección Regional de Transformación Digital del Gobierno Regional de Cajamarca destacó el recorrido virtual de la fiesta popular, al que se accedió mediante un código QR en un aplicativo móvil, así como 30 destinos turísticos de la región con fotografías y videos.

La exposición denominada **Cajamarca, la alegría del Perú** exhibió trajes típicos de los barrios, la gastronomía, máscaras, instrumentos musicales, pintura, entre otros elementos peculiares de la tradicional festividad.

Durante la exposición se realizó un homenaje a los maestros cajamarquinos dedicados a la confección de trajes alegóricos y a las representantes de la gastronomía del carnaval, personajes emblemáticos que mantienen viva la tradición.

"La exposición comprendió la presentación del proceso creativo de las máscaras y disfraces de carnaval, desf le de trajes alegóricos y presentación de fotografías históricas de la f esta más alegre del Perú"

Duver Chuquiruna Alvarado, artista.



Duver Chuquiruna, artista cajamarquino fue reconocido por el Gobierno Regional de Cajamarca a través del gerente de Real Plaza, Rolando Flores.



¡La Nonito, con sabor a frito y ritmo de carnaval! En el Barrio San Sebastián, uno de los más grandes y populares de Cajamarca las manos talentosas de Edelmira Rafael Saldaña preparan un delicioso frito a ritmo de carnaval.



ECO DEPORTIVO

GRC
GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Coco Cabanillas

LICENCIADO EN PERIODISMO
ESCUELA JAIME BAUSATE Y MEZA

Asociado del Colegio de Periodistas del Perú (desde 2004) y del Círculo de Periodistas Deportivos del Perú (desde 1991).

Director fundador de la revista Sportivo y del semanario -hoy diario- El Mercurio. Fue director del diario El Clarín y director de noticias de Radio Atahualpa.

Participó y colaboró en Radio Programas del Perú - RPP y en los diarios nacionales El Comercio, La República y Líbero.

Se desempeñó como jefe de Comunicaciones y Relaciones Públicas de las municipalidades de Cajamarca, Chilete y Magdalena, Dirección Regional de Educación e IPD Cajamarca.

Periodista de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC.

REGIÓN **CAJAMARCA, PRIMERA** EN REACTIVAR EL **DEPORTE** A **NIVEL NACIONAL**



Un trabajo constante de organización, planif cación y comunicación nos llevó a desarrollar eventos deportivos de nivel nacional para alegría de los deportistas y población cajamarquina.



El deporte fue una de las actividades que nos permitió a los integrantes de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca vivir 'emociones encontradas' que nos llevaron a compartir la fiesta deportiva con mucho amor, pasión y compromiso social para ofrecerles una nueva oportunidad a los deportistas y mucha alegría a la población...

Trabajamos en dos momentos bien marcados. El primero (2019), antes de la pandemia por coronavirus, y el segundo -tras el momento más crítico- con la reactivación deportiva que a nivel nacional se inició en nuestra región.

Realizamos un trabajo constante de organización, planificación y comunicación para desarrollar eventos deportivos de nivel nacional. Una oportunidad de aprendizaje permanente que se coronó con el éxito y la victoria de los triunfadores, pero el mejor premio para nosotros fue el agradecimiento y alegría de los deportistas y población que disfrutó de los eventos.

Trabajo conjunto, entrega y compromiso, coordinación permanente y comunicación total fueron los secretos del éxito que coronaron todos los eventos deportivos organizados por el Gobierno Regional de Cajamarca y promovidos desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas.

También resaltamos el compromiso y voluntad política del gobernador regional de Cajamarca, Mesías Guevara, para la organización y su valioso y decidido apoyo para gestionar y conseguir los recursos que facilitaron el desarrollo de los eventos deportivos.

Resumiendo este trabajo, hoy compartimos la experiencia de tres eventos deportivos que marcaron hitos importantes en el acontecer histórico del deporte de Cajamarca.

El I Campeonato Regional Juvenil de Fútbol Masculino Copa Bicentenario Cajamarca 2021 marcó la reactivación deportiva de la región y del país, tras la emergencia sanitaria por coronavirus, con la participación de 216 jóvenes futbolistas de toda la región.

La competencia internacional de fondismo Media Maratón del Bicentenario 21K retomó -después de 20 años- las pruebas de largo aliento en Cajamarca con la participación de más de 700 atletas de Cajamarca y otras regiones del país, así como de Bolivia, Chile, Venezuela, Argentina y Ecuador; reforzando la reactivación deportiva de la región y el país.

La fiesta del fuego deportivo de los Juegos Panamericanos llegó a Cajamarca antes de la pandemia y movilizó a toda la población desde el primer balneario del país, Los Baños del Inca, hasta la histórica plaza de armas de Cajamarca, recorriendo los principales atractivos turísticos de la ciudad del Cumbe.

Queda el recuerdo y la emoción de cada jornada deportiva, las horas de coordinación y organización, el compromiso de ofrecerles un evento deportivo de primer nivel y los deseos de comunicar y compartir con ustedes las experiencias ganadas y los resultados obtenidos...

4.1

UN CARNAVAL PANAMERICANO



Cajamarca ofreció un espectáculo deportivo, cultural e histórico con el relevo de la Antorcha Panamericana.









FIESTA. El fuego panamericano despertó el espíritu deportivo de los cajamarquinos.

El relevo y encendido de la antorcha que iluminó los XVIII Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019 llegó a la tierra del Cumbe, el domingo 21 de julio de 2019, e iluminó -durante su recorrido- con el fuego y espíritu deportivo el primer balneario del país Los Baños del Inca, el majestuoso valle cajamarquino, las principales calles y los atractivos turísticos de la ciudad de Cajamarca.

El recorrido de la Antorcha Panamericana -desde los perolitos en el complejo turístico de Los Baños del Inca y la plaza de armas de Cajamarca- generó una verdadera fiesta cajamarquina que unió el sentimiento deportivo con el espíritu carnavalero de nuestros pobladores.

El fuego panamericano -trasladado en relevos por 42 deportistas, exdeportistas y personalidades de nuestra sociedad- llevó un mensaje de confraternidad e integración y rescató, revaloró y promovió la cultura de los pueblos de América.

El equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC realizó un arduo trabajo de coordinación con la Dirección Regional de Educación, Unidad de Gestión Educativa Local - Ugel Cajamarca, universidades e instituciones educativas para determinar la ruta, confirmar la presencia de delegaciones de escolares,



HISTORIA. La llegada del Inca inició la ceremonia del recorrido del fuego panamericano.



DEPORTIVIDAD. El fuego panamericano expresó el espíritu deportivo de los cajamarquinos.

además de determinar el mapa de la ruta, diseñar las alegorías que se presentarían durante el paso del fuego panamericano. La gestión y acción de nuestro equipo consiguió la adhesión de las instituciones públicas y varios empresarios cajamarquinos. Un arduo trabajo que empezó con una reunión de información y coordinación y terminó con la participación masiva de escolares y representantes de instituciones y empresas privadas en toda la ruta.

Los cajamarquinos vivimos un carnaval panamericano en todo el recorrido de la antorcha.

La fiesta se inició en las aguas termales de los perolitos de Los Baños del Inca, donde el fuego panamericano se fortaleció y revivió con el misticismo histórico de nuestras culturas ancestrales y el espíritu de la gran cultura incaica.

La ceremonia de inicio del recorrido del fuego panamericano contó con la participación de artistas cajamarquinos representando la llegada del Inca y su corte en un escenario vistoso y artísticamente diseñado por los especialistas de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC.

En el primer balneario del país contamos con el apoyo y participación activa del jefe de Comunicaciones del Complejo Turístico Baños del Inca, Martín Torres Franco, quien se sumó al arduo trabajo que nos permitió disfrutar de un inicio de fiesta espectacular.

La caravana deportiva dejó el complejo y bordeó el perímetro de la plaza de armas del balneario, salió por la Av. Manco Cápac hacia el óvalo Los Baños del Inca y se dirigió a Cajamarca por la Av. Atahualpa.

El fuego panamericano recorrió e iluminó el verde paisaje de nuestro valle cajamarquino, pasando por el Instituto Superior Tecnológico Cajamarca y las direcciones regionales de Educación y Agricultura para llegar al complejo Qhápac Ñan, donde bordeó la alameda De Los Incas y continuó por la Av. Atahualpa hasta el Óvalo Musical.

Continúo por la Av. Atahualpa hacia la Av. De Los Héroes, cruzó la plazuela Bolognesi, el frontis del estadio Héroes de San Ramón y el antiguo y glorioso colegio San Ramón para llegar a la majestuosidad histórica y religiosa de La Recoleta.

Avanzó por el Jr. Amalia Puga, Jr. Cinco Esquinas, Av. Perú, ingresando a la colina Santa Apolonia hasta el



ACCIÓN. El reconocido tradicionalista y exdeportista Juan Jave Huangal trasladó la antorcha con el fuego panamericano en el último tramo, llegando a la plaza de armas de Cajamarca a buen trote y paso f rme.

mirador y descendió por el graderío de la cruz y capilla al Jr. Dos de Mayo, Jr. Junín, Jr. Guillermo Urrelo, Jr. Amalia Puga y plaza de armas, al promediar las 5:00 p.m. En este recorrido se apreció la majestuosidad del Conjunto Monumental Belén, Iglesia y Convento de las Concepcionistas Descalzas (Iglesia de las Monjas), la iglesia San Francisco, el Cuarto del Rescate y la Iglesia Catedral y las hermosísimas casonas del centro histórico con sus tradicionales portadas de piedra tallada.

La espectacularidad del valle cajamarquino y el centro histórico de Cajamarca -con sus iglesias y casonas- se mostraron al Perú y al mundo, gracias a las transmisiones en vivo del canal GRC Digital y los diferentes medios locales, regionales y nacionales que cubrieron el recorrido del fuego panamericano.

Los cajamarquinos vivimos un espectáculo deportivo, tradicional e histórico en la plaza de armas de Cajamarca y ofrecimos nuestra mejor expresión artística y cultural.

La antorcha con el fuego panamericano ingresó a la histórica y espectacular plaza de armas de la Ciudad del Cumbe, llevada por el destacado tradicionalista cajamarquino Juan Jave Huangal, quien con sus 93 años a cuestas recorrió el último tramo de la ruta a buen trote y paso firme, con la emoción conservada de sus años juveniles y la ilusión, pundonor y compromiso de un valiente y destacado deportista, recibiendo el calor y ovación de la población que se volcó a la plaza para disfrutar y compartir el espíritu panamericano.

"Hermanos de Cajamarca y el Perú, que esta llama panamericana encienda nuestros corazones y que jamás se apague, además que reviva la esperanza de desarrollo para sacar adelante a la región y el país", expresó muy emocionado el gobernador Mesías



CULTURA. El clarín cajamarquino expresa el espíritu luchador y festivo de los cajamarquinos.

Guevara.

Cajamarca fue una muestra de deportividad, arte, cultura y tradición para el Perú y el mundo. La ceremonia en la plaza de armas se inició con la escenificación del Inti Raymi de la I.E. West College, la interpretación musical de la Orquesta Sinfónica Suzuki Cajamarca y la presentación de las danzas Los Chunchos, Los Diablos de Ichocán y Los Emplumados de Cajabamba por la Escuela de Arte Mario Urteaga, el Centro Cultural Cajamarca y Danfo de la Universidad Nacional de Cajamarca.

La emoción, alegría y entusiasmo deportivo invadieron los corazones de todos los presentes. El animador de la ceremonia -quien llegó con la delegación de Lima- elogiaba la organización, la espectacularidad y vistosidad del evento y la gran participación de la población.



TRADICIÓN. La Danza de los Chunchos, Patrimonio Cultural de la Nación, engalanó la ceremonia de encendido del fuego panamericano.

Disfrutemos de las imágenes que nuestros camarógrafos y editores prepararon de la f esta panamericana.

"Esta es la mejor presentación y el recorrido más espectacular y la antorcha se aviva con la riqueza histórica de Cajamarca", exclamó muy emocionado. Milco, la mascota de los Juegos Panamericanos inspirada en las estatuillas de los Cuchimilcos de la cultura Chancay, fue el personaje colorido que emocionó e hizo vibrar a los espectadores durante su presentación en la ceremonia de encendido del fuego panamericano en Cajamarca.
También resaltó la participación del destacado artista y guitarrista cajamarquino Shalo Villanueva, la participación del niño vientista sanmarquino Dany Machuca, la presentación del show infantil espectáculos D'Fantasy y la agrupación musical cajamarquina Serranova hizo bailar a todos los asistentes con el tradicional y emblemático clarín cajamarquino, flauta y caja en la fiesta del Carnaval Panamericano.
Los integrantes de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas planteamos y realizamos -junto a los integrantes del canal GRC Digital- la transmisión en vivo de todo el recorrido y la ceremonia en el punto de llegada y encendido del fuego panamericano en la plaza de armas; para lo cual ubicamos equipos en varios puntos fijos y estratégicos, con la finalidad de captar los momentos más emocionantes.
También se coordinó y dispuso un vehículo para trasladar a todos los periodistas que cubrieron y transmitieron el evento.



MASCOTA. Milco se sumó a la alegría de los cajamarquinos y compartió el espíritu deportivo de la f esta panamericana.

ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN

La organización del relevo y encendido de la antorcha con el fuego panamericano en la tierra del Cumbe estuvo liderada por el Gobierno Regional de Cajamarca, con la participación directa del equipo de profesionales de la Dirección de Comunicaciones y Relación Públicas.
Este evento formó parte de una serie de ceremonias en las diferentes ciudades elegidas de nuestro país que dirigió y coordinó la comisión nacional del recorrido de la Antorcha Panamericana, con quien nuestro equipo de especialistas preparó y trabajó todo el material y acciones que se cristalizaron durante el recorrido entre Los Baños del Inca y la plaza de armas de Cajamarca.
Tras la coordinación inicial y el compromiso de nuestra institución de asumir el liderazgo en la organización y planificación de esta actividad, nuestros especialistas coordinaron con sus pares de la comisión nacional para conocer todos los detalles del plan de trabajo que se planteaba desde la capital. Adecuamos la línea gráfica para Cajamarca, elaboramos spots para radio, creamos protectores de pantallas de computadoras, flyers para historias y publicaciones en Facebook y WhatsApp, además de trabajar biografías de personajes deportivos que se difundieron en los medios de comunicación de Cajamarca.
Al tener una línea de acción y un plan de trabajo, los adecuamos a la realidad e idiosincrasia de Cajamarca para presentar ceremonias de primer nivel, en el relevo en los perolitos de Los Baños del Inca y en la ceremonia

central en la plaza de armas de Armas; así como en todo el recorrido. La presentación fue espectacular.

El diseño y presentación del material publicitario mostró la alegría deportiva, el compromiso del pueblo cajamarquino y la emoción de la fiesta carnavalera que se fusionó con el espíritu y sentimiento panamaericano.

La organización de cada acción realizada con tiempo, paciencia y mucha coordinación funcionó a la perfección; pues, nuestros especialistas tuvieron en cuenta todos los detalles que exigía el desarrollo de cada actividad, la participación de los personajes responsables de los relevos y la vistosidad y calidad del material publicitario que adornó los escenarios de partida y arribo de la Antorcha Panamericana.

La coordinación, planificación y desarrollo de la ceremonia central en la plaza de armas requirió de un arduo y meticuloso trabajo de nuestros especialistas para contar con la asistencia de los estudiantes y artistas que con sus presentaciones engalanaron la fiesta panamericana en la ciudad del Cumbe.

Un aspecto resaltante fue el compromiso de las autoridades que participaron en la ceremonia final, expresando un solo sentimiento demostrado en la uniformidad de su vestimenta al lucir un polo con el diseño y logo de los Juegos Panamericanos.

Nuestro aporte y participación en las propuestas de los deportistas destacados, exdeportistas y personalidades de Cajamarca fue fundamental para la designación de los 42 personajes que tuvieron la responsabilidad del traslado y relevo de la antorcha panamericana en la tierra del Cumbe.

Desde el Gobierno Regional de Cajamarca también se convocó el apoyo de la Municipalidad Provincial, IPD Cajamarca, Municipalidad Distrital de Los Baños del Inca, Dirección Regional de Educación, Ugel Cajamarca, Policía Nacional del Perú, Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Complejo Turístico Baños del Inca, Universidad Nacional de Cajamarca y Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, entre otras instituciones y empresas; consiguiendo la participación y aporte de las autoridades cajamarquinas que ayudaron en el éxito de este evento deportivo.

Nuestro trabajo se coronó con éxito y como mejor premio tuvimos la masiva participación de la población durante todo el recorrido. Un cálculo rápido y simple nos permite afirmar que más de 50 mil pobladores observaron directamente el evento y otros miles siguieron el espectáculo deportivo, tradicional e histórico a través de los diferentes medios de comunicación que transmitieron en vivo y en directo.

El fuego panamericano impregnó nuestros corazones con el espíritu deportivo y llenó nuestras mentes de un sentimiento de confraternidad e integración. La fiesta del deporte nos unió e hizo vibrar hasta las fibras más íntimas de nuestras almas y con mucha pasión y sentimiento deportivo lo vivimos junto a la población cajamarquina.



COMPROMISO. El Gobierno Regional lideró la organización y desarrollo del recorrido del fuego panamericano en Cajamarca.



GESTIÓN. La coordinación del GRC permitió la gran participación de las autoridades, funcionarios y empresarios cajamarquinos.



FIESTA. Masiva participación de los cajamarquinos en el relevo de la antorcha panamericana que vivió la tierra del Cumbe.

Réplica en medios



Antorcha de los Panamericanos iluminó Baños del Inca y Cajamarca



La antorcha de los Juegos Panamericanos llega a Cajamarca

Recorrido culminará esta noche en la plaza de Armas de la ciudad

En el complejo turístico Los Baños del Inca se desarrolla una ceremonia especial con motivo de la llegada de la antorcha de los Juegos Panamericanos Lima 2019, que luego recorrerá las calles de esa ciudad con dirección a la plaza de Armas de Cajamarca.

Enlace de la nota completa: https://cutt.ly/DN15Vky



La República

Antorcha Panamericana se aviva con la riqueza histórica de Cajamarca

Deportistas, autoridades y ciudadanos cajamarquinos dieron la bienvenida a portadores del símbolo de los Juegos Panamericanos Lima 2019.

Cajamarca se convirtió en el **cuarto departamento del norte** por donde pasó la antorcha **de los** Juegos Panamericanos 2019, llevando un mensaje de confraternidad e integración, sin distinción de ninguna naturaleza.

La población esperó con expectativa el recorrido que inició en el histórico balneario de los Baños del Inca y culminaría en la **histórica Plaza de Armas**, escenario del encuentro de los dos mundos.

Los asistentes fueron testigos de un espectáculo único, con la escenificación del **Inca Atahualpa y sus súbditos** que los deleitaron con danzas ancestrales de la época previa a la llegada del incanato.

Enlace de la nota completa: https://cutt.ly/nN15DXd





4.2

REACTIVAMOS EL **DEPORTE** DEL PAÍS EN **TIEMPOS** DE **PANDEMIA**...



ILUSIÓN. El sueño surgió y se hizo realidad. La Copa Bicentenario para los jóvenes futbolistas de la región.

El Gobierno Regional de Cajamarca organizó la Copa Bicentenario 2021 y fue la primera región en reiniciar las actividades deportivas.



¡Todo estaba paralizado! La pandemia por Covid-19 y la emergencia sanitaria decretada en todo el país nos obligaron a confinarnos en nuestras viviendas. Muy pocas actividades se desarrollaban en el territorio nacional y la región. Año y medio de inactividad social, de paralización total del deporte y una segunda ola que descendía paulatinamente.

Una luz de esperanza brillaba en el horizonte de la fe, confianza y compromiso de una población que sufría los embates de la pandemia, pero comprometida en la lucha constante por salir adelante, por derrotar al enemigo invisible, superar la crisis sanitaria y volver a la 'nueva normalidad'. La vacuna había llegado al Perú y el proceso de inmunización avanzaba en Cajamarca. Al 26 de agosto de 2021 (6:00 p.m.), la región Cajamarca presentaba un claro descenso de la pandemia, a pesar de las cifras altas en contagiados y fallecidos:

Pacientes fallecidos	2,883
Pacientes hospitalizados	54
Casos conf rmados	91,425
Pacientes recuperados	70,897
Pacientes tamizados	343,057
Pacientes descartados	252,470



REALIDAD. El GRC ofrecía una nueva oportunidad futbolística para nuestros jóvenes.

En esas circunstancias y ante la reapertura de algunas actividades, aunque con limitaciones de aforo, llegamos a setiembre de 2021 y con un espíritu primaveral lanzamos -desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca- la idea de organizar un evento que reactive el deporte y promueva la participación de los jóvenes deportistas de las 13 provincias de la región.

La idea fue respaldada por el gobernador Mesías Guevara y demás autoridades del GRC, planteándose la organización del I Campeonato Regional Juvenil de Fútbol Masculino Copa Bicentenario Cajamarca 2021, que tendría como objetivo la reactivación de las actividades deportivas y rendir un justo homenaje a la Patria en el año de su bicentenario de independencia.

UNIDOS POR UNA COPA...

Cajamarca vibró con la Copa Bicentenario entre el lunes 08 y viernes 12 de noviembre de 2021, evento deportivo que se desarrolló en el estadio Héroes de San Ramón, con la participación de los seleccionados de fútbol de 12 provincias e inició la reactivación deportiva de nuestra región y del país.

El torneo se jugó sin público en la tribuna. Las puertas del escenario -por las disposiciones sanitarias y de bioseguridad- no se podían abrir para el ingreso de los aficionados. Solo se permitió -oficialmente- el ingreso de los familiares de los jóvenes futbolistas que los acompañaron desde sus provincias.

Pero, los aficionados cajamarquinos -en regular cantidad- llegaron hasta las afueras del 'Coloso de abajo el Cumbe' solicitando que se les permita el ingreso. Para salvar las restricciones, se habilitó y permitió el ingreso a la tribuna oriente, donde se ubicaban las cámaras del canal GRC Digital y como enfocaban al frente no pudieron ser captados. Para la final llegó mucho más público y se aplicó la misma estrategia.

El evento empezó a planificarse y organizarse en setiembre, todo el equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas dispuesto a jugar su mejor partido.

La primera acción fue la coordinación con especialistas para integrar la comisión técnica, se elaboraron las bases y se lanzó la convocatoria y coordinación con autoridades (especialmente municipales, a quienes se les remitió los oficios de invitación), dirigentes, entrenadores y personalidades de las 13 provincias de la región para organizar y preparar su equipo que competiría en el torneo. El primer brindis de la Copa fue un éxito.

La respuesta fue inmediata de 12 provincias, solo San Pablo no estaba en condiciones de organizar su equipo, pero la coordinación con los dirigentes y autoridades de la tierra heroica continuaron, logrando que al final participaran en la competencia; aunque la ausencia sorpresiva llegó de la tierra del Ilucán. Cutervo desistió cuando solo faltaban 8 días para la competencia.

San Ignacio, Jaén, Chota, Santa Cruz, Hualgayoc, Celendín, San Miguel, San Pablo, Contumazá, San Marcos, Cajabamba y Cajamarca llegaron a la cita y participaron en la competencia deportiva.

Toda la región unida por la Copa Bicentenario 2021.

ORGANIZACIÓN RESPONSABLE

La gestión y coordinación dio sus frutos. Las autoridades y dirigentes de cada provincia se encargaron de organizar, preparar, uniformar y trasladar (ida y vuelta) a sus equipos desde su ciudad hasta Cajamarca.

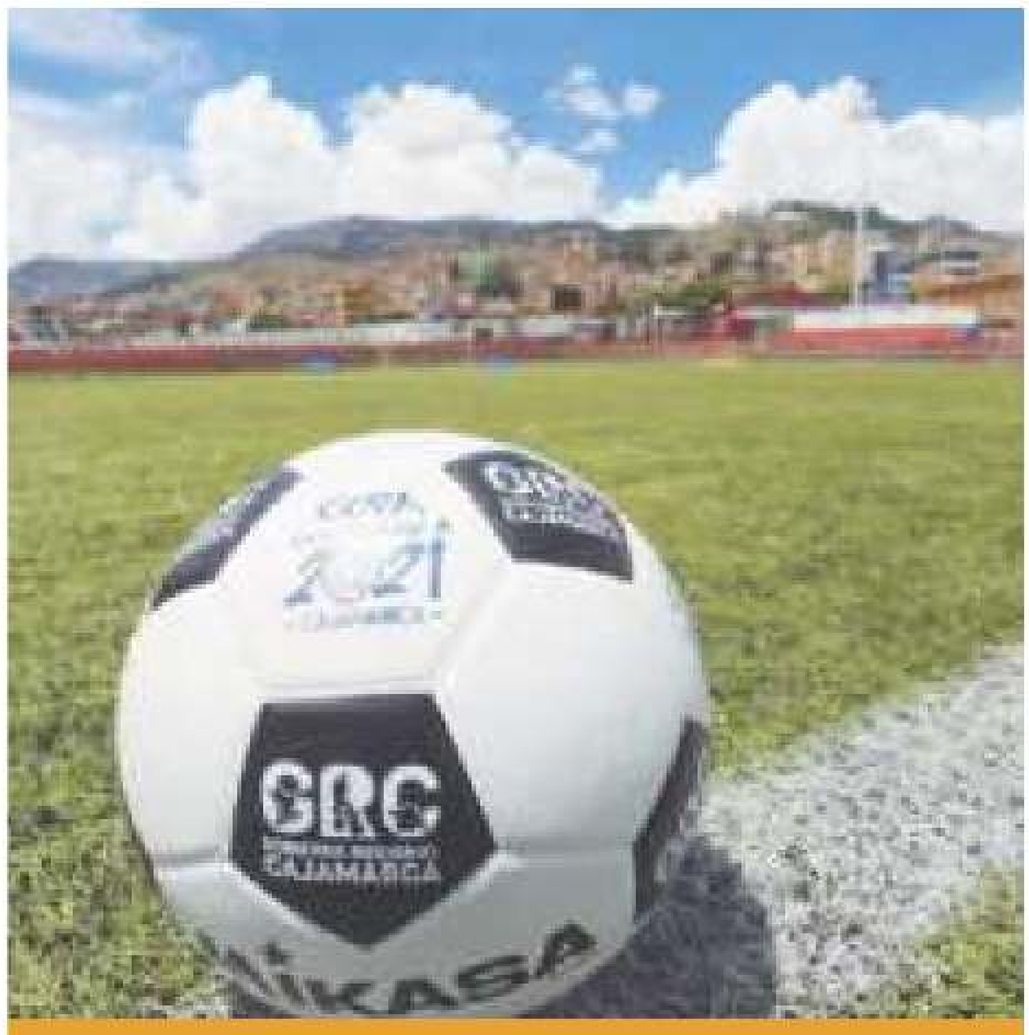
El Gobierno Regional de Cajamarca recibió a todas las



ORGANIZACIÓN. Todo planif cado y elaborado para disputar el torneo.



MÁRKETING. La primera idea que causó gran intriga y deseos de conocer que se organizaba.



ORIGINAL. El balón of cial de la Copa Bicentenario fue un atractivo durante el torneo.

CEREMONIA. Los detalles de la Copa Bicentenario se contaron en conferencia de prensa.

delegaciones y les ofreció alimentación, hospedaje y transporte local durante la competencia, cumpliendo con todas las medidas sanitarias establecidas a la fecha; además que a través de la Dirección Regional de Salud y sus Disas se aplicó la prueba de descarte de Covid-19 a todos los deportistas, dirigentes y entrenadores que viajaron a Cajamarca.

El protocolo de bioseguridad establecido para las competencias en un escenario deportivo fue proporcionado por el IPD Cajamarca, ya que esta institución cumplía con tales normas para los partidos que jugaba en el estadio Héroes de San Ramón, el club UTC, en el marco de la competencia de la Liga 1.

El director del IPD Cajamarca, José Cruz Banda Marcelo, apoyó desde su institución, cediendo el escenario deportivo para el torneo y su mantenimiento durante los cinco días de competencia. El personal trabajó arduamente para tener en perfectas condiciones el grass sintético.

La cita deportiva congregó a 192 jóvenes futbolistas (16 por cada selección provincial), 12 directores técnicos y 12 delegados; a quienes acompañaron pequeñas

RODOLFO OREJUELA

Destacado futbolista que brilló en UTC de Cajamarca. Jugó varias temporadas en la Copa Perú y salió campeón en 1981 con el cuadro crema, ese mismo año fue convocado a la selección nacional del Perú, consiguiendo el título de los Juegos Bolivarianos de Barquisimeto - Venezuela.
En el fútbol profesional fue f gura del UTC y luego integró y destacó en el club Sporting Cristal.
También se desempeñó como presidente de la Federación Departamental de Fútbol de Cajamarca.
Es un destacado profesional en Medicina Veterinaria y un reconocido docente de la Universidad Nacional de Cajamarca.



FIGURA. Rodolfo Orejuela fue uno de los mejores futbolistas de UTC que brilló en la Copa Perú y el fútbol profesional.

delegaciones de familiares que viajaron junto a sus hijos para compartir la fiesta deportiva.
Los 12 seleccionados participantes en la Copa Bicentenario 2021 se distribuyeron -por sorteo- en tres series de cuatro integrantes cada una para afrontar la primera fase de grupos, bajo el sistema de juego de todos contra todos. Clasificando 4 equipos a semifinales, los primeros de cada grupo y el mejor segundo.
Las dos semifinales, el encuentro por el tercer puesto y la gran final se jugaron a un solo partido.
La conducción de los encuentros estuvo garantizada por el equipo de réferis de la Comisión Departamental de Árbitros de Fútbol de Cajamarca.
La comisión técnica y el equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC preparó el fixture -tipo mundial- y realizó junto a los delegados de los 12 seleccionados participantes, en ceremonia especial y con transmisión en vivo a través del GRC Digital, el sorteo para ubicar a los 12 equipos en los tres grupos de cuatro integrantes cada uno para la primera fase del torneo. Las demás fases ya estaban establecidas en el fixture. El sorteo se realizó con un bolillero proporcionado por el colegio Cristo Rey de Cajamarca. Un espectáculo nunca antes visto en el deporte cajamarquino.
En la ceremonia del sorteo se mostraron la copa y los trofeos que se disputarían en la competencia, así como los premios especiales del balón de oro (para el mejor jugador), el botín de oro (para el goleador) y el guante de oro (para el mejor arquero). Un espectáculo similar a los torneos internacionales Fifa.
Durante la transmisión en vivo también se inició la interacción a través de las redes sociales de los aficionados al fútbol de cada provincia que respaldaban a sus seleccionados y resaltaban las bondades de su tierra.

UNA FIESTA DEPORTIVA

La Copa Bicentenario fue un evento deportivo de primera. Su organización y presentación fue un gran espectáculo. Los especialistas de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC planificaron y diseñaron todas las estrategias, acciones y material publicitario que mostró el gran espíritu deportivo, la emoción de compartir un gran evento y la alegría por volver a un escenario deportivo para desarrollar una competencia regional.
La primera acción fue la campaña de intriga. Un flyer y un spot televisivo puntualizaban: ***"el fútbol retorna al Héroes de San Ramón"***, mensaje que generó una rápida y entusiasta reacción de los aficionados al deporte rey, quienes se preguntaban qué anuncio era o trataban de develar el misterio.
Inmediatamente se lanzó la campaña publicitaria anunciando la I Copa Bicentenario 2021 con una línea gráfica, cuyas características resaltaban el espíritu deportivo, la fuerza juvenil de nuestros futbolistas y la historia y tradición de la región cajamarquina que promueven el turismo y desarrollo económico, ya que se mostraba el imponente y arqueológico mirador de Santa Apolonia y su vistosa cruz, como elemento más resaltante. También se diseñó y confeccionó el balón oficial con el logo de la Copa Bicentenario.
Una estrategia importante fue la propuesta de convocar a una selección por provincia, que represente a todos los pobladores de esa jurisdicción, y no solo a un equipo o colegio. Esto generó que cada combinado que llegó a la competencia reciba el respaldo de todos los pobladores de su provincia, desde los caseríos más alejados, comunidades, centros poblados y distritos hasta la capital provincial.



EVENTO. La f esta deportiva se vivió dentro y fuera del escenario deportivo.



MENSAJE. El gobernador Mesías Guevara resaltó el talento y expresó su esperanza en el crecimiento deportivo.



FIESTA. El inicio de la Copa Bicentenario se vivió con gran emoción en el estadio Héroes de San Ramón y en todos los pueblos de la región.



CORAJE. Entrega, garra y vergüenza deportiva en cada acción, en cada partido y en todo el torneo.

Se diseñó una mascota para el evento, pero por falta de recursos no se confeccionó.

Los detalles de la competencia y pormenores de la organización del evento fueron revelados en la conferencia de prensa del jueves 28 de octubre de 2021 por las autoridades regionales, acompañadas del director del IPD Cajamarca y el exintegrante de UTC Rodolfo Orejuela Chirinos, quien resaltó y elogió la decisión de organizar este evento deportivo.

También se convocó a jóvenes voluntarios para aportar e integrar las diversas comisiones que se encargaron de la organización y desarrollo de cada una de las actividades.

Se designó a un coordinador por equipo para que se encargue de ver el alojamiento, alimentación y traslado al escenario deportivo, otro grupo estaba pendiente de dotar hidratación a los deportistas, apoyar en la redacción de listines y brindar esta información a los equipos de periodistas deportivos que transmitían la competencia. Todo estaba planificado y se contó con un gran equipo humano preparado y comprometido que cuidaban y coordinaban el cumplimiento de horarios de cada partido de acuerdo a la programación. Todo funcionó 'como un relojito'.

Además se gestionó el apoyo y auspicio de algunas empresas. Pepsi y Gatorade se sumaron a la Copa Bicentenario, brindando productos para hidratación y balones de fútbol con su marca para el torneo.

Un reconocimiento especial a la Universidad Nacional de Cajamarca -con su rector Segundo Berardo Escalante Zumaeta y su vicerrector académico Jorge Tejada Campos- por el apoyo con sus buses para el traslado -ida y vuelta- de los deportistas desde los alojamientos hasta el estadio.

En estas circunstancias, la competencia deportiva fue una verdadera fiesta que la disfrutaron los jóvenes futbolistas dentro del terreno de juego en cada jugada y cada partido, sus entrenadores y dirigentes desde las bancas de suplentes y los pocos familiares que los acompañaron y que se les permitió que los alienten desde las tribunas del primer escenario deportivo de Cajamarca, el estadio Héroes de San Ramón.



GESTIÓN. El gobernador Mesías Guevara consiguió la visita de los cazatalentos de la FPF.

CAZADORES. La FPF en busca de talentos en la Copa Bicentenario.

La inauguración fue una ceremonia preparada para recibir con todos los honores y vistosidad a los competidores. En el estadio Héroes de San Ramón se montó un arco de ingreso que mostraba la espectacularidad del torneo y acogía a las autoridades y deportistas que llagaban a la competencia; mientras el escenario principal era una tarima alfombrada con banners movibles en el fondo que mostraban el diseño espectacular que se preparó para el evento.

Los equipos ingresaron uno a uno ordenadamente y se ubicaron en el terreno de juego, muy bien uniformados y con espíritu deportivo juraron defender con 'el alma, corazón y vida' los colores de su provincia.

"La región de Cajamarca es cuna de campeones y lo demostraremos al Perú y al mundo", expresó emocionado el gobernador Mesías Guevara, durante la inauguración del torneo.

Mientras el presidente del Consejo Regional del Deporte Cajamarca, José Banda Marcelo, aseguró que ***"es una magnífica oportunidad que nos permite unificar esfuerzos para promover el deporte".***

El desarrollo del torneo contó con la garantía de seguridad, calidad y justicia en el desarrollo de la competencia y la clausura y premiación fue un espectáculo digno de un torneo internacional. Por primera vez Cajamarca mostraba un extraordinario espectáculo deportivo a pesar de los pocos recursos con los que se contó. Una premiación comparada con los grandes torneos internacionales.

Nunca antes y ningún evento deportivo (escolar, juvenil o de mayores) contó con tan buena organización, presentación, desarrollo, clausura y premiación. Una fiesta deportiva y un espectáculo de primera en cada ceremonia.

GARRA, CORAJE Y CALIDAD

La elegancia y calidad del deporte rey se plasmó en cada partido de la Copa Bicentenario 2021. Las figuras derrocharon buen fútbol, excelente toque de balón y mucha habilidad para el desmarque y ataque, además de una gran capacidad para la marca. Un torneo de primer nivel en la categoría sub 16 con dos refuerzos en campo sub 17 y sub 18.

Goles, entrega, sacrificio, buen fútbol y más goles en la primera fase de la Copa Bicentenario que se desarrolló entre el lunes 08 y miércoles 10 de noviembre de 2021. Jaén fue el primer clasificado a semifinales en el grupo B con puntaje perfecto, 9 puntos en 3 partidos, 8 goles a favor y 0 anotaciones en contra. Los representantes de la



TRIUNFO. Los jaeneses demostraron superioridad en semif nales.



DIFÍCIL. Una victoria muy complicada para los cajamarquinos en la semif nal ante Cajabamba.

Tierra de los Bravos Pakamuros derrotaron a Celendín por 2-0 en la primera jornada, luego despacharon a San Ignacio por 1-0 y finalmente a San Miguel por 5-0. Cajabamba ocupó el primer puesto del grupo C con 7 puntos, tras imponerse 9-0 a San Marcos en el debut, conseguir un empate sin goles ante Hualgayoc y cerrar la primera fase goleando 7-0 a San Pablo.

Cajamarca se convirtió en el líder del grupo A con 7 puntos al derrotar a Contumazá por 11 a 0 en la primera jornada, vencer a los aguerridos chotanos por 1 a 0 y cerrar con un empate a 1 ante el seleccionado de Santa Cruz, equipo que también clasificó a semifinales como mejor segundo de la fase de grupos al sumar 7 puntos gracias al empate con los cajamarquinos y sus dos victorias por 1-0 ante Chota en el debut y 3-2 ante Contumazá en la segunda fecha.

CAZATALENTOS

Gracias a la coordinación del gobernador Mesías Guevara con la dirigencia de la Federación Peruana de Fútbol llegó a Cajamarca el director de la Unidad Técnica de Menores de la FPF, Ernesto Arakaki, con el objetivo de calificar las condiciones físicas y técnicas de los deportistas participantes en la Copa Bicentenario.

El popular Chino Arakaki señaló que ***"no es fácil la labor de los cazatalentos, hay una difícil misión de encontrar entre muchos al atleta diferente, que sobresale por encima del resto, y el trabajo de acompañarlo hasta explotar todas sus habilidades; por lo que este tipo de eventos tenemos que desarrollarlos en todo el país para que el fútbol crezca. Esta propuesta de la Copa Bicentenario es el modelo".***

SEMIFINALES Y FINAL

Jaén y Santa Cruz protagonizaron la primera semifinal, el jueves 11 de noviembre de 2021, en el estadio Héroes de San Ramón.

Los jaeneses demostraron mejor preparación y nivel futbolístico con un equipo parejito que tuvo a todos comprometidos en defender sus colores con mucha garra, pundonor y buen fútbol, aunque destacaba la figura de Ángel Paolo Tapia Vargas, quien a pesar de sus 14 años fue el talentoso que generaba las mejores jugadas en el medio sector y empujaba y apoyaba a su ataque para conseguir los goles con que su equipo avanzó en la Copa Bicentenario. Desde el banco, su entrenador Gruber Huamán Lachos disponía la estrategia y reordenaba el trabajo que los llevó a conseguir la victoria.

Jaén derrotó 3-1 a Santa Cruz y fue el primer finalista del torneo. Los cruceños se quedaban a disputar el tercer puesto.

La segunda semifinal lo protagonizaron Cajamarca y Cajabamba. Un partido parejo y disputadísimo con dos contendores entregados totalmente en un juego de ida y vuelta, con mucha rapidez y juego frontal. La marca también aparecía con calidad en la zona de fondo de ambas escuadras.

La experiencia y quizá mejor preparación física de los cajamarquinos afloró por momentos y permitió que tuvieran mejores oportunidades de gol, pero la actuación extraordinaria, como en todo el torneo, del portero cajabambino César Vásquez Boy impidió en varias jugadas que se abriera el marcador.

Solo la calidad y talento del pequeño volante Luis Miguel



CONSUELO. El tercer puesto supo a muy poco para los cajabambino.



VICTORIA. La felicidad llegó para los cajamarquinos con la goleada en la f nal de la Copa Bicentenario.



FIESTA. El combinado de Cajamarca se llevó la Copa Bicentenario.



FIGURA. El mejor del torneo fue el talentoso Ángel Paolo Tapia Vargas. Elegancia, velocidad, habilidad y excelente pase.



ESPECTACULAR. Una escenografía de primera como los torneos internacionales de la Fifa.



CULTURA. Nuestra danza nacional, la marinera, presente en el homenaje a los campeones.

GLORIA. Vivamos la emoción de la gran f nal de la Copa Bicentenario y la clausura y premiación a los campeones.



TRADICIÓN. Nuestro carnaval cajamarquino se exhibió en la clausura y premiación de la Copa Bicentenario.

Vásquez Quiliche para pegarle al balón, con gran calidad, en un tiro libre desde el sector izquierdo, permitió batir al portero cajabambino y marcar la diferencia.

Un golazo que le permitió a Cajamarca clasificar a la final de la Copa Bicentenario, mientras los representantes de la Gloriabamba de Bolívar deberían enfrentar a Santa Cruz por el tercer lugar.

El premio consuelo del tercer puesto se disputó el viernes 12 de noviembre de 2021, en el estadio héroes de San Ramón y fue para Cajabamba, quienes se impusieron 3-1 en gran partido a Santa Cruz.

La gran final lo protagonizaron dos provincias tradicionales y rivales en el fútbol. Cajamarca y Jaén. Los dos mejores equipos de las fases anteriores llegaron al último partido con la ilusión de llevarse la Copa Bicentenario, ganar la medalla de oro y consagrarse con gloria en el fútbol regional.

El partido fue parejo en los primeros minutos. Ambos equipos saltaron al terreno de juego respetando al rival, pero mostrando sus mejores armas para generar buen fútbol y hacer daño al rival. El trajín de la competencia y quizá el rigor de la altura afectó a los jaeneses, quienes mostraron falencias en su rendimiento físico y apareció el cuadro cajamarquino adueñándose del control del balón y del partido.

Cajamarca fue superior en la final con un mejor rendimiento físico, buen nivel técnico y tácticamente mejor dispuesto en el terreno de juego; lo que le permitió generar mejor fútbol en el medio sector y destruir a la defensa jaenés, consiguiendo con mucha calidad cada uno de los 6 goles que le dieron el título.

Cajamarca campeón. Justo triunfo y reconocimiento al trabajo, entrega y sacrificio de los muchachos que integraron el representativo de la Tierra del Cumbe, dirigidos por Fernando Correa Vásquez.

LOS TÉCNICOS

El aporte de los entrenadores de fútbol siempre es importante en el rendimiento de los equipos. El trabajo de estos personajes fue fundamental en el nivel mostrado por los seleccionados en la Copa Bicentenario.

Resaltamos la dedicación, aporte y conocimientos del técnico campeón con Cajamarca, Javier Fernando Correa Vásquez; así como el entrenador que alcanzó el subcampeonato con Jaén, Gruber Huamán Lachos.

También hay que mencionar el trabajo de Eugenio Espinoza que alcanzó el tercer lugar con Cajabamba, y Renato Clavo llevó la cuarta posición con el combinado de Santa Cruz.

Aunque no alcanzaron los primeros puestos con sus equipos, pero su trabajo fue fundamental en el desempeño de sus dirigidos. Julio Estela con el seleccionado de la provincia de Hualgayoc (cuya capital es Bambamarca), Lino Manosalva con San Pablo, Luis Plasencia que dirigió a Contumazá y Richard Herrera con San Miguel.

Cristian Villacorta estuvo al frente de Chota, Juan Carlos Cortez dirigió a Celendín, Hanter Pajares lideró la escuadra de San Marcos y Ricardo Vílchez llegó con San Ignacio.

EL EQUIPO IDEAL

La comisión técnica y el equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC prepararon y presentaron el equipo ideal, como se hace en los torneos internacionales de la Fifa, con 18 jugadores y un director técnico.

Entre los elegidos estuvieron los arqueros César Vásquez (Cajabamba), el mejor de su puesto, y Joseph Velásquez (Celendín).

Los defensores fueron Osmer Flores (Jaén), Darwin Tapia (Cajamarca), Elisbán Rodríguez (Cajabamba),



CAMPEONES. Cajamarca se llevó la corona, Jaén se alzó con la medalla de plata y Cajabamba ocupó el tercer puesto.

Jean Pierre Sánchez (Cajamarca), Dany Herrera (Chota) y Elman Bueno (Cajamarca).

Entre los volantes seleccionados tenemos a Frank Herrera (Chota), Aimar Estrada (Cajamarca), Ángel Tapia (Jaén) -el mejor del torneo-, Jair Roque (Santa Cruz), Ángel Tocto (Jaén) y Juan Monteza (Santa Cruz).

Los delanteros que destacaron fueron Ramsés Ñontol (Cajamarca) -goleador del torneo-, Rodrigo Abanto (Cajabamba), Luis Vásquez (Cajamarca) y Wilson Valdez (Jaén).

El mejor entrenador del torneo fue Fernando Correa Vásquez (Cajamarca).



HOMENAJE. Ángel Paolo Tapia recibiendo el reconocimiento del director de Comunicaciones y RR.PP. del GRC, Martín Alvarado.

CLAUSURA Y PREMIACIÓN

La clausura y premiación fue otra ceremonia espectacular. Una gala para despedir a los participantes de la Copa Bicentenario.

El homenaje a los competidores se inició con un extraordinario baile de marinera ofrecido antes de la gran final que protagonizaron Cajamarca y Jaén.

Tras el pitido final del último partido de la Copa, lanzado por el árbitro Alexander Senador; el equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC, con el apoyo de los jóvenes voluntarios, iniciaron -junto al equipo de trabajo de los proveedores- la instalación de toda la escenografía diseñada y prepara para el estrado oficial que engalanaría la ceremonia de clausura y premiación.

Todos 'como hormiguitas', al mando del director de Comunicaciones y Relaciones Públicas, Martín Alvarado Correa, 'metieron la mano y pusieron el hombro', para que en muy pocos minutos todo quede instalado y en orden en el centro del terreno de juego.

La imagen del escenario mostraba una escenografía muy similar a la que se ofrece en torneos internacionales de la Fifa.

La espectacular escenografía presentó una tarima alfombrada, un arco que enmarcaba al banner principal en el centro del fondo y otros dos banners a los costados. Todo bajo una excelente, atractiva y muy bien trabajada línea gráfica.

Además, se contó con la participación de la Banda de Músicos de la Policía Nacional que llegó con traje de gala y nos ofreció su extraordinario repertorio.

La ceremonia de clausura y premiación se inició con otro excelente baile de marinera que nos ofrecieron Valeria Delgado Chambizea, campeona Fongal - categoría infantil-, y Diego Arias, bicampeón Fongal.

La presencia de las autoridades regionales, policiales, del Ejército Peruano, del deporte y funcionarios de las principales instituciones de la región Cajamarca dieron realce al acto de reconocimiento y premiación a los ganadores del torneo.

El grupo de danzas Pañuelos Cajamarquinos también nos deleitaron con una presentación del espectacular Carnaval del Bicentenario.

El torneo fue clausurado por la vicegobernadora regional de Cajamarca, Angélica Bazán Chávarri, quien expresó el saludo y agradecimiento -en nombre del gobernador Mesías Guevara- a todos los deportistas, entrenadores y delegados por su compromiso, trabajo y participación; deseándoles muchos éxitos como futbolistas.

PREMIOS ESPECIALES

Cajamarca se llevó la Copa Bicentenario y la medalla de oro para cada uno de sus integrantes, además de sus certificados por participación en este torneo regional de fútbol juvenil.

Jaén recibió el trofeo al segundo puesto, medalla de plata para cada uno de sus integrantes y certificados de participación.

Cajabamba recibió el trofeo al tercer puesto, medalla de bronce para sus integrantes y sus certificados de



ESTRELLAS. Ángel Tapia, el mejor jugador de la Copa; Ransés Ñontol, el goleador, y César Vásquez, el arquero del torneo.

participación, mientras Santa Cruz fue reconocida con un trofeo por el cuarto puesto y sus certificados de participación.

El Gobierno Regional de Cajamarca otorgó además otros premios especiales.

El **Balón de Oro** fue para el talentoso volante jaenés Ángel Paolo Tapia Vargas, de 14 años, quien fue elegido como el mejor jugador de la Copa Bicentenario y gracias al auspicio de la Asociación Los Andes Cajamarca se le entregó una moderna tablet. Su buena técnica, visión de juego y compromiso con el equipo lo hicieron merecedor del trofeo. Asimismo, fue uno de los convocados por Ernesto Arakaki para ser partícipe de las divisiones menores de la Federación Peruana de Fútbol.

"Yo le dedico este triunfo a mi mamá, quien no pudo venir porque no tenía recursos", expresó muy conmovido y con un poquito de tristeza Paolo Tapia, el mejor jugador del torneo.

El **Botín de Oro** le correspondió al buen delantero Gino Ramsés Ñontol Salas del equipo de Cajamarca, que logró marcar 10 goles en el torneo.

El **Guante de Oro** lo ganó el extraordinario portero César Vásquez Boy de la provincia de Cajabamba por su buen desempeño bajo los tres palos que lo convirtieron en el mejor guardavallas de la competencia.

El **Trofeo Fair Play** fue para el seleccionado de San Ignacio. Los chicos demostraron que el fútbol es goles y triunfos, pero también la caballerosidad en el gramado de juego.

HISTÓRICA TRANSMISIÓN

Si bien es cierto, las normas de ese momento no permitían que el torneo se desarrolle con público en las tribunas, la transmisión en vivo y en directo de todos los partidos por el canal GRC Digital del Gobierno Regional de Cajamarca llevó la fiesta deportiva a toda la región, el Perú y el Mundo, marcando la diferencia y poniendo un hito histórico en las transmisiones televisivas deportivas de Cajamarca.





Un equipo completo con más de diez cámaras para la transmisión, que permitieron repeticiones de los goles y de las mejores jugadas, así como repeticiones paralelas de cuatro cámaras, gracias al trabajo conjunto -en alianza comunicacional estratégica- que se desarrolló con la empresa Caxas Play, liderada por Iván Vera Sánchez.

Otro aspecto importante fue la contratación de tres equipos de periodistas profesionales (entre narradores, comentaristas y reporteros), quienes realizaron un trabajo periodístico de alto nivel con excelentes relatos, precisos y acertados comentarios y entrevistas a los mejores jugadores de cada partido, diálogo con los entrenadores, presentación de las estadísticas a los 45 y 90 minutos de cada encuentro, reporteros a ras de campo y en tribuna, un gran equipo de camarógrafos y personal de logística desplegados para brindar la mejor experiencia en transmisiones deportivas en la Ciudad del Cumbe.

Un trabajo nunca antes visto en las transmisiones deportivas de la televisión cajamarquina fueron las previas de cada partido que presentaron Karen Janina Vargas Chalán y Noelia Adalís Portal Calua, integrantes del canal GRC Digital.

La coordinación y apoyo que brindaron los jóvenes voluntarios en cada acción de los equipos periodísticos y de transmisión. Resalta el trabajo de la comisión de estos jóvenes encabezada por Hugo Fernández, quien estuvo siempre atento y dispuesto a extender la mano a quien le solicitaba su apoyo. También destacamos la participación y apoyo de Miguel Ángel Lalangui Vásquez y Alan Trigoso Galarreta de la Dirección Regional de Agricultura.

También resaltamos la interacción de los cibernautas, quienes siguieron toda la transmisión de GRC Digital y desde sus equipos móviles, laptops o computadoras nos enviaron diversos mensajes de aliento, saludo y respaldo a sus seleccionados. Los memes no estuvieron ausentes.

Cutervo fue la víctima del ingenio de los cibernautas. Muchos se burlaban por la ausencia del seleccionado de la tierra del Ilucán. Las imágenes también presentaron diversas ideas sarcásticas desde reconocidas páginas del humor.

Aquí debemos agradecer y resaltar la participación de miles de seguidores que se conectaron diariamente a las transmisiones de GRC Digital y las diversas plataformas digitales que cogieron la señal y retransmitieron en toda la región y en varias partes del país.

Los mensajes de los cibernautas llegaron de toda la región, el país y el mundo.

La Copa Bicentenario 2021 despertó una gran expectativa en toda la región Cajamarca que llevó a que la transmisión de GRC Digital se conecte a los televisores de los locales y centros comerciales de toda la región.

Equipos Periodísticos:
Coco Cabanillas Luna
Rosendo Dávila Paz
Leyder Dávila Salas
Ángel Montenegro Guanilo
Diego Escobedo Trigoso
Judith Gálvez Alcántara
Hugo Walter Vásquez Camacho
Omar Andrés Cerquín Abanto
Jorge Muñoz Belón

Estadísticas:
Poll Alexander Paucar Leyva
Fernando Saldaña Chanducas

Previas:
Karen Janina Vargas Chalán
Noelia Adalís Portal Calua

Camarógrafos:
Willian César Medina Idrogo (cámara principal)
Elmer Armando Cabanillas Urrunaga
Luis Fernando Soriano Ramírez
Diego Atalaya Bustamante

Cámara a nivel de campo:
Ian Matthew Pérez Vera

Director de cámaras:
Iván Agusto Vera Sánchez

Asistente de cámaras:
Mary Chávez Olano.

Producción general
George Stiphen Contreras Yarlequé (Coordinador)
José Alberto Rabanal Valdez
César David Ramírez Cabrera

Equipo de gestión y coordinación:
Ramiro Wilfredo Sánchez Vásquez
Alex Fernando Martos Ramírez
Jeny Chuquilín Marquina
Mary Karenina Silva Martos
María Belén Alméstar Cruzado

San Ignacio y Jaén fueron dos de las provincias más entusiastas en presentar las imágenes en varios de sus establecimientos comerciales y restaurantes, donde el público llegó masivamente.

UN GRAN EQUIPO

El equipo de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC consideró que el evento deportivo no tendría la trascendencia que alcanzó si no se transmitía en vivo y en directo, pero esta acción debería realizarse con profesionalismo y calidad periodística.

En tal sentido, decidió contratar y trabajar con un gran equipo de profesionales que conformaron diversos grupos de trabajo que coordinaron y presentaron la histórica y mejor transmisión deportiva de todos los tiempos en la televisión cajamarquina.

Se designó tres equipos periodísticos conformados por un comentarista, un narrador y un reportero de campo -cada uno-, quienes mostraban experiencia y juventud; un equipo de dos estadistas para todos los partidos, un equipo para las previas de los partidos, un excelente equipo de camarógrafos, un director y asiste de cámaras y el extraordinario equipo de producción general.

El excelente trabajo periodístico estuvo respaldado por el comprometido, eficiente y destacado aporte en la gestión administrativa y coordinación de todo el equipo de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC.

Todos llegábamos a las 6:00 de la mañana para coordinar, preparar y realizar todo el trabajo que ofreceríamos durante el día en las transmisiones.

UN REENCUENTRO CON EL MICRÓFONO

Miles de internautas conectados, todos apoyando a sus provincias y participando con sus comentarios y opiniones en la señal de GRC Digital que unió a las trece provincias del departamento bajo una misma consigna: el deporte.

Cada transmisión del canal GRC Digital superó los 5 mil seguidores en línea en cada partido y los comentarios de los internautas inundaban las redes, de principio a fin de cada partido. La emoción se vivió durante toda la competencia, con un mayor seguimiento en la final que tuvo picos de sintonía que superaron los 10 mil aparatos conectados en línea a la transmisión que se realizaba desde el estadio Héroes de San Ramón a través del canal del Gobierno Regional de Cajamarca.

"La Copa Bicentenario fue y debe ser una gran oportunidad para descubrir nuevos valores deportivos. Con el deporte unimos pueblos y allí entra a tallar la estrategia del GRC para organizar un evento de gran magnitud. Para los jóvenes, entrenadores, maestros y padres de familia es un orgullo representar a sus provincias", comenta el destacado periodista y narrador deportivo Rosendo Dávila Paz, quien integró uno de los equipos periodísticos de transmisión a través de GRC Digital.

El reconocido y experimentado periodista deportivo Hugo Vásquez también resaltó el trabajo periodístico. ***"La***



transmisión de la Copa Bicentenario fue un trabajo impecable. Nada que envidiar a las transmisiones realizadas desde Lima o a nivel internacional. Fue un trabajo formidable, oportuno y con las imágenes precisas. Agradezco por esta oportunidad de integrar uno de los equipos que transmitió este importante torneo", comentó.

"La Copa Bicentenario fue para mí una experiencia extraordinaria de aprendizaje y crecimiento profesional que me permitió vivir en el terreno de juego la emoción del trabajo periodístico deportivo", señala el joven y talentoso periodista Leyder Dávila Salas, quien también integró el equipo de transmisiones de GRC Digital.

Enrique Carmelo Grosso Rojas, carismático e incisivo periodista, puntualiza que ***"nadie hizo en la historia del fútbol y de Cajamarca una fiesta deportiva de integración como la Copa Bicentenario, por lo que expreso mi reconocimiento y mi recomendación es que este evento debe continuar. Es un elemento que fortalecerá la unidad de nuestro departamento"***.

El periodista Rosendo Dávila también recomienda que ***"la Copa Bicentenario no solo debe ser idea de un solo gobierno, sino un proyecto institucional que perdure en el tiempo cuyo fruto en un futuro no muy lejano se vea plasmado en la calidad de futbolistas de nuestra región que representen con honor y vergüenza deportiva a nuestro país".***

"La realización de la Copa Bicentenario significó la hermandad de la región en un espacio deportivo, donde -además- se conoció el talento que existe en Cajamarca. Para los chicos fue la posibilidad de estar en el ojo de los amantes del fútbol y la apertura de puertas para que sigan forjando su futuro en esta disciplina. Que se siga fortaleciendo desde todas las aristas", comenta la periodista deportivo Jany Arana.

La Copa Bicentenario ***"fue una muy buena oportunidad para retornar a la actividad deportiva luego de pandemia y también se convirtió en un espacio para que los chicos de otras provincias interactúen y convivan en sana competencia. Pero lo más importante es que se fomente la actividad física y que los deportistas visitantes desarrollen su actividad con una infraestructura adecuada, algo de lo que en muchas provincias se adolece"***, expresó el periodista Luis Padilla Malca.

"La Copa Bicentenario es una acertada iniciativa del Gobierno Regional de Cajamarca que incentiva a los niños y jóvenes a mostrar su talento en el fútbol. Eso quedó demostrado en la primera edición, una organización exitosa donde el entusiasmo, la confraternidad y el deseo de triunfar se vio reflejada en los chicos provenientes de diversas provincias", resaltó el destacado periodista deportivo Eduard Lozano Julca.

"La Copa Bicentenario fue la mejor experiencia periodística deportiva de mi carrera profesional porque tuvimos un gran plantel periodístico de transmisiones, un excelente equipo de producción y un extraordinario grupo humano que facilitó toda la logística para nuestro trabajo. Representó la oportunidad de llevarle a los seguidores y aficionados la emoción del fútbol y volver a las transmisiones televisivas con el mejor nivel de transmisión, nunca antes realizadas en la Ciudad del Cumbe", puntualiza emocionado el periodista Coco Cabanillas, quien integró uno de los equipos de transmisión -en vivo y en directo- a través del canal GRC Digital.

4.3

CORRIENDO POR EL DEPORTE



ESFUERZO. Un gran despliegue de fuerza sobre el asfalto durante la competencia.

El Gobierno Regional reinició las competencias de fondo en Cajamarca -después de 20 años- que promovió la reactivación deportiva y económica de la región.

Tras culminar la experiencia exitosa de la Copa Bicentenario 2021, las autoridades regionales encargaron a la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas la coordinación, planificación y organización de otro reto deportivo, la Media Maratón del Bicentenario 21K, que debería desarrollar en los siguientes 30 días, como una actividad que ayudaría y reforzaría la promoción deportiva de la región y el país, promovería las actividades turísticas y reforzaría la reactivación económica de Cajamarca.

El corto tiempo y los pocos recursos para preparar y desarrollar la competencia deportiva se convirtieron en los peores enemigos; pero el equipo de nuestra Dirección -cuajado ya en compromisos difíciles- asumió el reto y empezó el trabajo con dedicación y responsabilidad.

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

La primera acción fue convocar a deportistas, entrenadores y especialistas de atletismo, realizando dos reuniones de coordinación con mucho éxito en el auditórium del GRC. La presencia masiva fortaleció la propuesta para realizar la competencia de fondo.

Luego se conformó la comisión técnica que daría el soporte especializado para el desarrollo de la competencia deportiva y trabajar las bases que regirían el evento.

Junto a la comisión técnica se convocó a profesores de educación física y especialistas de fondismo para conformar el equipo de jueces que controlarían la prueba, la respuesta fue positiva. Consolidamos el equipo que tendría el manejo y control de la competencia.

Otra acción importante fue determinar la ruta. La ciudad de Cajamarca se mostraba como una buena alternativa, pero el transporte habilitado totalmente tras superar lentamente la pandemia por Covid-19 representaba un problema para el desarrollo de la carrera de fondo; por lo que miramos otras alternativas.

Las rutas a Jesús y Llacanora se mostraban como buenas alternativas, pero el valle del distrito de Los Baños del Inca atrajo nuestra atención y terminó por convencernos que era la mejor ruta para el momento, además que promovería el turismo. Poner en los ojos del Perú y el mundo la mágica campiña y zona urbana del distrito y primer balneario del país fue la mejor elección.

El equipo de la dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC y la comisión técnica y los coordinadores de los jueces de control mapeamos la ruta a trasvés de google earth para determinar la distancia aproximada que fue verificada y definida recorriendo todo el sector y determinando la medida exacta.

Inmediatamente verificamos el estado de la ruta y al tener un tramo de trocha en mal estado se coordinó el apoyo de la Municipalidad Distrital de Los Baños del Inca que con su equipo técnico de la subgerencia de Infraestructura pasaron cuchilla y lo dejaron en buen estado.

La ruta comprendió una distancia de 21,097.5 m. desde el puente Mashcón (carretera Cajamarca - Los Baños del Inca). Carretera Cajamarca a Los Baños del Inca - óvalo Fongal - Av. Manco Cápac - plaza de armas Los Baños del Inca - prolongación Pachacútec - carretera al Viaducto - Viaducto - carretera a Otuzco - estadio Cristo, el Señor (Josdic) - Puente Colgante - desvío a Tartar (Restaurant Castope Tartar) giran a la izquierda por la vía carrozable - campo deportivo El Mono - Cruce Tartar / Otuzco - giran a la derecha por la carretera hacia Otuzco - Otuzco Bajo - centro turístico Ventanillas de Otuzco - centro poblado de Otuzco - Cruce a Rosapampa y puente La Rinconada.

Luego se continuó hacia Otuzco La Victoria - Otuzco Alto - Tartar Chico - sigue por la vía hasta el cruce con la carretera Los Baños del Inca - Encañada (parte baja de Puylucana) - gira por la carretera a Los Baños del Inca - caserío La Retama - Cementerio LBI - barrio La Esperanza - Cruce Paradero Línea 14 - desvían a la izquierda por la Av. Los Eucaliptos (ingreso a Baños Punta) - cruce Shaullo / carretera Llacanora (intersección del Jr. Yahuar Huaca y Av. Los Eucaliptos) - carretera Llacanora - voltea a la derecha calle de tránsito pesado (Zepita) - Jr. Ronald Guisa - Jr. Yahuar Huaca - Jr. Lloque Yupanqui - Jr. Wiracocha - Av. Manco Cápac - directo a la Plaza de Armas.

Otro aspecto importante fue la gestión y coordinación ante la Policía Nacional del Perú de Cajamarca y Los Baños del Inca para contar y garantizar con seguridad en la competencia. Las autoridades policiales respaldaron la organización de esta actividad deportiva y apoyaron con su personal. El equipo de la Policía de Los Baños del Inca realizó un excelente trabajo en el control del tráfico y en la guía durante la ruta para los deportistas.

La primera Media Maratón del Bicentenario 21K, organizada por el Gobierno Regional de Cajamarca, recorrió una ruta turística, rural y urbana en el distrito de Los Baños del Inca y se programó para el domingo 19 de noviembre de 2021, en tres categorías: libre varones, libre



RECORRIDO. La competencia se desarrolló en una ruta turística, rural y urbana en el distrito de Los Baños del Inca

damas y máster varones, además del premio Katequil para los mejores cajamarquinos.

El gobernador Mesías Guevara y su equipo de la alta dirección del GRC dispusieron más de 36 mil soles en premios que según versión de los atletas participantes fueron el incentivo más alto ofrecido en todo el Perú, después de la pandemia y reactivación deportiva del país que se inició en Cajamarca con el torneo de fútbol juvenil Copa Bicentenario 2021.

Nuestro equipo de comunicación y márketing trabajó la línea gráfica, los flyers y spots que permitieron la promoción del evento, así como el material de señalización que facilitó el recorrido de los atletas en la ruta.

El material compartido y difundido a nivel nacional, gracias a los contactos con periodistas deportivos de todo el país, en Whatsapp y demás redes sociales, permitió que los atletas de étile conocieran de la organización del evento.

Durante el recorrido para determinar la ruta encontramos un problema con varios perros que salían de las viviendas aledañas a la pista y atacaban a quienes pasaban por la zona, por lo que se realizó un perifoneo de concientización a los propietarios de los canes, así como visita casa por casa para invitarlos a la competencia y pedirle que el día de la carrera amarraran a sus animalitos para evitar el ataque a los deportistas.

Nuestros equipos de trabajo también convocaron a voluntarios en bicicleta para el control en la ruta. Resalta el aporte y participación coordinando este equipo de apoyo del director ejecutivo de ProRegión,



PREMIOS. Más de 36 mil soles para los ganadores de la competencia de fondismo.

Álvaro López Landy.

No descuidamos los puntos de hidratación en la ruta, que por el benigno clima cajamarquino no fueron requeridos por los atletas, ya que se tuvo una garúa durante la competencia.

Hubo un excelente despliegue estratégico en la ruta de ambulancias y personal médico del sector Salud, Compañía de Bomberos y Serenazgo de Los Baños del Inca.

La Municipalidad Distrital de Los Baños del Inca apoyó la organización de la competencia de fondismo. Sus autoridades y funcionarios brindaron todo su respaldo al trabajo conjunto y articulado que promovió el Gobierno Regional de Cajamarca para realizar con éxito esta jornada deportiva.

También se sumaron otras instituciones y empresas cajamarquinas para apoyar la organización con la finalidad de brindar todas las facilidades y comodidades a los deportistas participantes.

Nuestro agradecimiento a la población que se volcó masivamente a los alrededores de la ruta para alentar y apoyar a los atletas durante la prueba. Un gran reconocimiento a los ciudadanos que desinteresadamente aportaron al éxito de la Media Maratón del Bicentenario 21K.

LA COMPETENCIA

La Media Maratón del Bicentenario 21K fue una competencia nacional que promovió la integración a través de prácticas deportivas y competitivas que fortalecieron



PARTIDA. Más de 700 atletas compitieron la Media maratón del Bicentenario 21K.

vínculos de amistad, cooperación e identidad, en la visión de construir un espacio solidario, sostenible y con paz social.

También promovió el deporte, ayudó en la reactivación de las actividades turísticas, comerciales, económicas y generó un espacio de integración y sano esparcimiento para las familias cajamarquinas.

La competencia se inició a las 8:00 a.m., y la partida la dieron el presidente de la República, Pedro Castillo, y el gobernador regional de Cajamarca, Mesías Guevara.



PUNTEROS. Los atletas de élite marcaron el ritmo de la competencia.

Los atletas partieron al toque de clarín cajamarquino lanzado por un clarinero de nuestra región y el sonido del pututo de un chasqui.

"Los deportistas de nuestra región constituyen nuestra principal motivación y trabajamos por la institucionalización de las actividades que organiza el Gobierno Regional de Cajamarca. Una prueba de este tipo será un gran aporte para el deporte peruano", comentó Mesías Guevara.

El Gobierno Regional de Cajamarca dispuso 36 mil soles en premios, distribuidos en los 6 primeros puestos de cada categoría, además del premio Katequil para los mejores cajamarquinos.

La competencia de fondo se engalanó con la presencia de los maratonistas de élite del Perú, entre ellos integrantes del Team de Gladys Tejeda y la presencia de su entrenador, y varios competidores de otros cuatro países de Sudamérica, además de los mejores corredores de la región Cajamarca. También resaltamos la participación de atletas de los teams Gacelitas y Guepardos.

TITÁNICO ESFUERZO

Más de 700 atletas de Cajamarca y otras regiones del país, así como de Bolivia, Chile, Venezuela, Argentina y Ecuador participaron en la competencia nacional de fondismo Media Maratón del Bicentenario 21K que marcó la reactivación del atletismo a nivel nacional, luego de la declaratoria de emergencia por la pandemia de coronavirus.

El cusqueño René Champi Huarca, en la categoría libre varones, con un tiempo de 1 hora 9 minutos 6



INCENTIVO. Tras el sacrif cado esfuerzo, los atletas recibieron sus premios.

segundos, ganó la Media Maratón del Bicentenario 21K que organizó el Gobierno Regional de Cajamarca, en el marco de las celebraciones por los 200 años de la Independencia del Perú.

En el grupo de mujeres, con un tiempo de 1 hora 24 minutos, Dina Velásquez Rojas, de 29 años y natural de la Ciudad Imperial, logró la presea dorada de esta competencia deportiva.

En la categoría máster varones, Julio Cutipa se alzó con el oro al parar el cronómetro en 1 hora 18 minutos 14 segundos.

Además se otorgó el premio Catequil a los tres mejores cajamarquinos Víctor Cieza Rojas, Elda Zegarra Quiroz y Arbildo Quispe Revilla, con 1,000 soles y una tableta electrónica donados la Municiaplidad Distrital de Los Baños del Inca por Newmont Yanacocha.

Una acción que despertó el cariño y emocionó a los aficionados que se volcaron a la ruta fue la participación del deportista especial chiclayano Rogger Flores, quien recorrió la ruta en 2 horas 45 minutos.

"Amo los retos. No hay excusas al momento de afrontar los problemas", expresó emocionado Rogger Flores, cuando llegó a la meta y recibió el aplauso, apoyo y reconocimiento de los aficionados. "***No me permito rendirme, soy un ganador"***, aseguró.

Los maratonistas que llegaron a Cajamarca aseguraron que fue la competencia ***"mejor organizada y con los premios más altos"***. Un reconocimiento al trabajo, dedicación y esfuerzo de los equipos que laboraron y cristalizaron esta importante competencia de fondo.

También agradecemos al grupo musical Serranova, quien ofreció un concierto gratuito en la ceremonia de clausura y premiación, haciendo bailar a las autoridades, deportistas y público asistente en la explanada de la comuna bañosina.

Finalmente resaltamos el aporte como auspiciadores de esta importante competencia de la Municipalidad Distrital de Los Baños del Inca, de las empresas Pan American Silver, Newmont Yanacocha y Caxagas.

MEDIAS MARATONES EN CHOTA Y JAÉN

La excelente organización y desarrollo de la Media Maratón del Bicentenario 21K en el distrito de Los



GANADOR. Rogger Flores, atleta con discapacidad, participó y recorrió toda la ruta de la Media Maratón 21K en Los Baños del Inca.





EVENTO. Chota y Jaén también compartieron la f esta del fondismo.

Baños del Inca que promovió el Gobierno Regional de Cajamarca despertó el interés de varias provincias por desarrollar similares eventos deportivos.
Este interés se cristalizó en la tierra de Akunta, gracias a la iniciativa de la Gerencia Subregional de Chota y el Gobierno Regional de Cajamarca, a la que también se sumó la Municipalidad de esta provincia, desarrollando una prueba Media Maratón 21K en honor al patrón San Juan Bautista solo para atletas de la región Cajamarca con más de 8 mil soles en premios que se desarrolló el 25 de junio de 2022.
La tierra de los bravos Pakamuros también se sumó en la organización de un evento deportivo de fondismo. La Municipalidad Provincial de Jaén planteó la propuesta y el GRC brindó su apoyo para realizar la Media Maratón Macroregional 21K en honor al patrón Señor de Huamantanga. La prueba de fondo que contó solo con atletas de las regiones de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Amazonas y Cajamarca se realizó el sábado 24 de setiembre de 2022.
La buena organización coronó con éxito las competencias deportivas que continuaron con la activación deportiva de la región y el país; así como con la reactivación turística y económica de la región.



UN PREMIO AL PROFESIONALISMO

Los integrantes de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca vivimos una extraordinaria y enriquecedora experiencia en la gestión 2019 -2022.
Un trabajo incomparable plasmado en dos momentos bien marcados que se presentaron antes de la pandemia y durante la emergencia sanitaria que vivió nuestro país y la región Cajamarca; pero, sobre todo, tras el momento más crítico con la reactivación deportiva que a nivel nacional se inició en nuestra región.
En estas circunstancias afloró el compromiso y entusiasmo de este equipo que desplegó todo su profesionalismo para organizar, planif car, comunicar y desarrollar -con gran éxito- eventos deportivos que se sumaron a todo el trabajo que realizaba -en las diversas áreas del GRC- la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas.
El éxito coronó y premió el compromiso, coordinación permanente, entrega total y trabajo conjunto desplegado por cada uno de los integrantes de la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC.
Nuestro reconocimiento a todos quienes nos apoyaron en esta ardua labor e incentivaron a seguir adelante hasta alcanzar el éxito.
Gracias a ustedes que leen esta experiencia y que esperamos la compartan y la aprovechen en su desempeño personal y profesional al servicio de nuestra sociedad.
Muchas gracias a Dios por guiar nuestro camino, fortif car nuestro espíritu, incentivar nuestra voluntad de trabajo, reforzar nuestros conocimientos y proteger nuestra existencia para seguir compartiendo con nuestros familiares y amigos las maravillas de la vida.
Gracias inf nitas a todos.

COPA

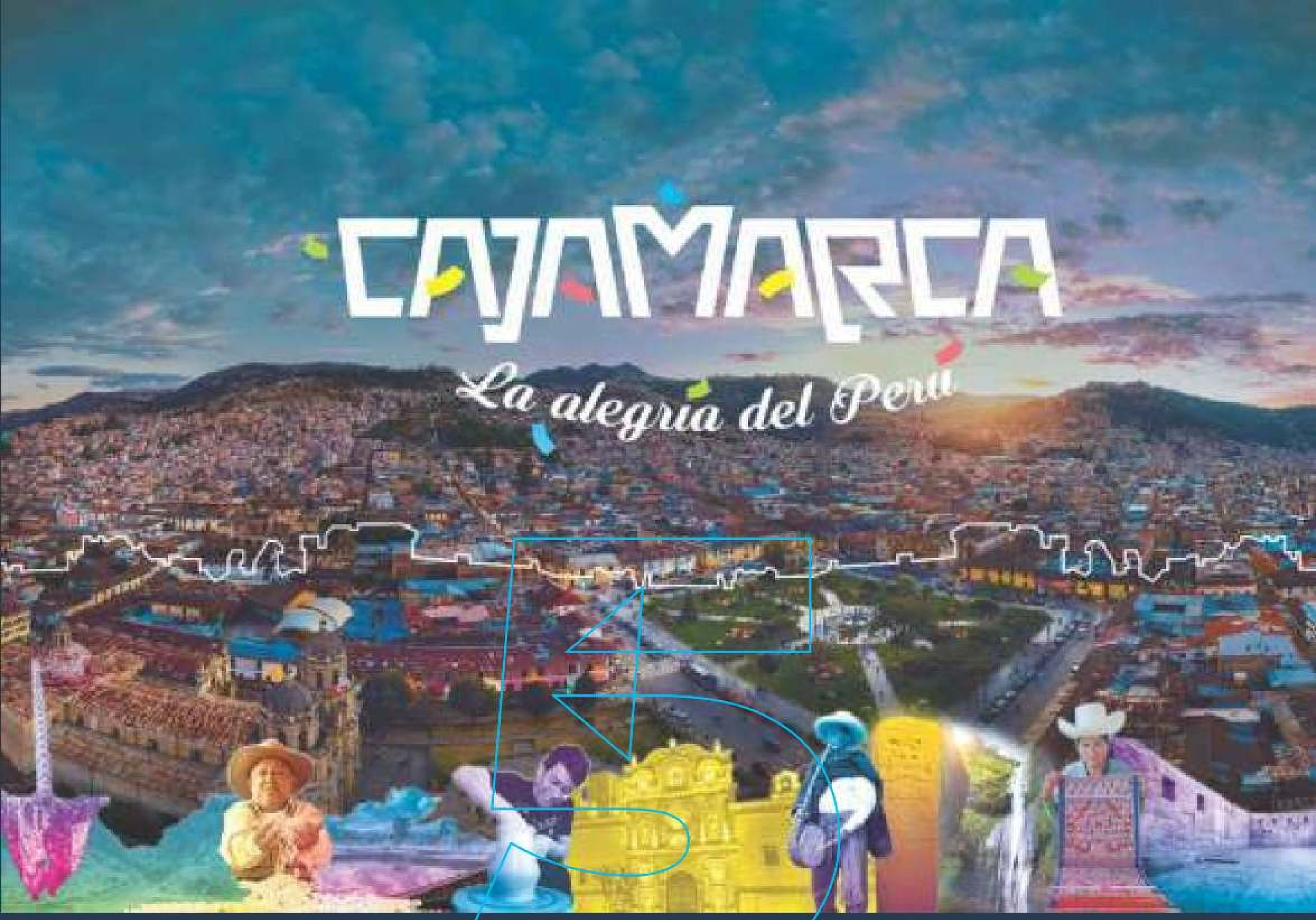
BICENTENARIO

2022

– CA MARCA –

NO REGIONAL

RCA



ECO BICENTENARIO

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Lic. Alex Fernando Martos Ramírez

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y CON ESTUDIOS DE MAESTRÍA CULMINADOS EN GESTIÓN AMBIENTAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE.

Docente de la UPN en las escuelas profesionales de Comunicaciones, Administración y Marketing. Especialista en publicidad, comunicación corporativa y diseño gráf co. Se ha formado en agencias de marketing y comunicación social en Trujillo como Director Creativo desarrollando estrategias de comunicación y campañas publicitarias para el fortalecimiento de la imagen y reputación de empresas privadas y organizaciones gubernamentales.

Responsable en comunicaciones en el PNAE Qaliwarma - Cajamarca, en el programa Expresarte del Ministerio de Educación y en la Dirección de Comunicaciones y RRPP del Gobierno Regional de Cajamarca.

5.1

BRANDING DE EVENTOS

UNA ESTRATEGIA PARA LA RECORDACIÓN DE ACCIONES





Eventualmente necesitamos comunicar acciones frente a un público, lanzar un concurso que genere expectativas, conmemorar una fecha trascendente o innovar con un acto público el cual genere una experiencia que se recordará en el tiempo y que tenga un alto nivel de interacción y participación; tales eventos requieren de un compromiso, una intensidad de trabajo, minuciosidad en la gestión y sobre todo planificación en un espacio de tiempo limitado.

Los eventos y actividades protocolares entonces, son una potente estrategia de comunicación omnicanal para visibilizar las acciones de gobierno de una institución como el GRC, así como una oportunidad irrepetible y única para quedar en el recuerdo de las personas que interactúan en ellas. Son y serán la cereza del pastel, la cual nos queda la grata alegría de que todas -sin excepción- se realizaron con un alto nivel de calidad y compromiso por parte de todos los que participamos en ellas. Particularmente, siempre había observado que las personas al referirse de un evento o de una actividad protocolar esperan mucho de ella, pero se participa muy poco en la planificación de la misma; es por ello que desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas, propuse una metodología llamada el **branding de eventos,** la cual logra redefinir al evento no como una actividad simplemente, sino como una marca en sí, dotada de una identidad visual propia, de objetivos, valores, emociones y experiencias, y de un concepto creativo propio que se desarrolle al inicio como parte de una planificación que asegure el éxito de la misma.

Durante todos estos años fueron varios los eventos, los cuales bajo ésta metodología generaron un alto nivel de recordación e interacción a nivel regional y nacional; eventos como el Ficafé 2019, Señorita Integración 2020 (sede Celendín), promoción del Carnaval de Cajamarca en Lima, la llegada de la Antorcha Panamericana a Cajamarca, Juegos Binacionales Perú - Ecuador, Fongal 2019, Fongal 2021 y Fongal 2022, Expocafé 2021 y Expocafé 2022, Celebraciones del Bicentenario de la República, Cajamarquinos del Bicentenario, Copa Bicentenario de Fútbol, Media Maratón 21K, Tour Regional de Atletismo, Audiencias Públicas GRC y los lanzamientos oficiales de la Marca Cajamarca en la ciudad y en Lima. Todos ellos tienen una historia en particular, las cuales contaremos algunas en las siguientes páginas.

5.2

FICAFÉ JAÉN 2019

IV FERIA INTERNACIONAL DE CAFÉS ESPECIALES DEL PERÚ



La Ficafé, principal feria de café en el Perú donde los caf cultores peruanos tienen la oportunidad de dar a conocer las principales cualidades de sus productos, se desarrolla anualmente intercambiando de sede a nivel nacional para generar movimiento comercial y promoción del café en distintas regiones. Además, de interactuar tanto con compradores nacionales como con internacionales, donde el objetivo es desarrollar estrategias en el mercado y poder dar buenas condiciones y vías de distribución para su comercialización.
(www.f cafe.com.pe)



Con un rédito de más de 24 millones de soles en ganancias, una cobertura de medios y portales de información especializados locales y nacionales, con presencia de ministros y el propio Presidente del Perú en la premiación y sobretodo con una gran aceptación de los asistentes que llegaron durante una semana aproximadamente, la Feria Internacional de Cafés presentó una variedad de eventos como el Concurso de Cafés Especiales, Tasa de excelencia, Congreso Internacional de Café, Concurso de Barismo, Subasta y Rueda de Negocios y Feria de café y derivados. Sin embargo, la etapa previa de organización, no fue tan sencilla y cabe destacar algunas acciones que dieron pie al éxito de tan magno evento.

Lo más importante para el éxito de un evento es no sentirse autosuficiente, por el contrario, contar con el apoyo de socios estratégicos es sumamente valioso para agilizar las acciones. Por ello en la etapa previa a la realización se efectuó diversas reuniones con los actores y representantes del sector público y privado como las asociaciones cafetaleras, municipalidades, representantes de la Taza de Excelencia y los equipos de gestión del evento conformados por la Gerencia de Desarrollo Económico y la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas; el objetivo fue garantizar la planificación, el diseño de estrategias de comunicación, establecer compromisos y la diversificación de acciones. De esta manera, una de las acciones en la etapa de planificación era definir el concepto, el cual se trabajó sin mucho inconveniente, pues para ese evento debería tener como estrella o key driver principal al café nacional, que día a día gana terreno a nivel mundial y es reconocido en diversos países por su calidad y aroma; es por esto que todas las artes (impresas o en digital), elementos decorativos, audiovisuales e información escrita y de prensa, deberían girar en torno a este concepto con el cual sugería una fuerte motivación en los consumidores. Muchas veces no hay que rebuscar mucho para tener un concepto fuerte, claro y consistente que ayude a lo que queremos vender o comunicar.

Iba a ser un evento de primer nivel y los proveedores debían estar a la altura, por ello contratamos a una de las empresas de mayor reputación en ejecución de



eventos en el Perú como lo es Staff Negocios, donde su director gerente presidía la Asociación de Ferias del Perú (AFEP), con ellos se garantizaba que tanto la infraestructura para el recinto, como la decoración con el concepto visual sea óptima, y así lo fue.

Por otro lado, hacer el seguimiento de todas las acciones que se realizan previamente era importantísimo, fue por ello que estuve varias semanas en la ciudad de Jaén realizando la labor de gestor de eventos, acción motivadora con mucha presión y sentido de la planificación, y en efecto, no podíamos dejar pasar nada y por el contrario estar pendiente continuamente de qué faltaba por realizar. Muchas veces las buenas ideas surgen en el camino y hay que saber identificarlas y ponerlas en marcha, he allí el sentido de escuchar a las personas que están comprometidas; una continua coordinación con el equipo de Comunicaciones del GRC garantizaba que aquellas ideas nunca faltaran.

En función a ello, la estrategia comunicacional se implementó con acciones de promoción al inicio y de difusión durante los días centrales. La etapa de información acerca de los eventos que la Feria Internacional de Cafés 2019 comprendía el desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales tanto para medios digitales (flyers, spots de audio y vídeo, post y notas de prensa), como para exteriores (volantes, dípticos, invitaciones, counters para atención, viniles, pasacalles, afiches, rolls, spots radiales y televisivos, vídeos para pantallas led outdoor). Posterior a ello, la etapa de difusión de las actividades que en ese momento se realizaban fue en portales web especializados de café como CafeLab, Ascaso, Agencia Agraria de Noticias y medios a nivel nacional como Agencia Andina, El Comercio, La República, La Razón, Perú 21, TV Perú, previo trabajo de coordinación con ellos.

Finalmente, los días con mayor presión son el primero y el último, en eventos que tienen varias fechas y en donde se pone a prueba tu enfoque y concentración. Era necesario entonces que todo el equipo trabajara en función a un cronograma de acciones y actividades definidas previamente, pero también establecer cuáles requerían de mayor atención por su impacto y alcance (reach). Muchas veces lo planificado guarda en esencia la experiencia previa y lo pensado y repensado, es por esto que jamás dejes de lado un sustento del porqué de las cosas, conserva la calma y comunica con asertividad cuando pretendan desviar lo planificado, solo así harás entender a las personas que ya todo tiene un orden y un sentido para conseguir el éxito de un evento; finalmente lo fue.





5.3

ANTORCHA PANAMERICANA EN CAJAMARCA

EL MEJOR RELEVO A NIVEL NACIONAL



Los Juegos Panamericanos Lima 2019, tuvo a bien realizar un recorrido previo a nivel nacional llevando el fuego olímpico por varias regiones del Perú, con el f n de motivar y generar expectativa antes del inicio de los juegos; en cada ciudad, deportistas calif cados de todas las edades portarían la antorcha en un recorrido que incluía lugares estratégicos y donde los ciudadanos aprecien el evento. Cajamarca fue una de las ciudades designadas para participar en la llegada de la antorcha panamericana, solo había una condición, toda la planif cación corría por cuenta de los cajamarquinos.



Un evento de carácter deportivo regional muchas veces no genera demasiada atención previa, es por ello que habría que explicar de manera convincente la importancia de dicho evento y los beneficios en materia de promoción que iba a traer consigo. Luego de una reunión inicial con el equipo de producción del evento a nivel nacional, se identificó ciertos aspectos importantes de los cuales habría que sacar provecho; Cajamarca es una ciudad rica en historia y por sobretodo cuenta con muchos parajes turísticos cerca de la misma ciudad, parajes que servirían como backings y escenarios naturales para la puesta en escena de los puntos de recorrido. Inicialmente a la llegada de la antorcha a la ciudad el primer escenario estaría ubicado en Los Baños del Inca, lugar arqueológico e histórico y con un espacio adecuado para incluir en la puesta en escena a personajes, danzas y música que ambientaron de manera mística, pero sobretodo festiva, el relevo de la antorcha.

42 personalidades y deportistas cajamarquinos fueron los que trasladaron la antorcha desde los pozos del inca,



por la carretera de Los Baños del Inca hacia la ciudad de Cajamarca; durante el recorrido se logró gestionar el apoyo de la Dirección Regional de Educación para que profesores y alumnado vistan trajes típicos, de carnaval, alegorías y banderas que formaron un vistoso cordón que llamó la atención de los periodistas que acompañaban en vehículos las incidencias del evento con transmisiones a nivel nacional.

Luego de recorrer lugares como el Complejo Qhapac Ñan, Plazuela Bolognesi y la iglesia La Recoleta, la antorcha llegó hasta la colina Santa Apolonia, mirador turístico donde las fotografías oficiales tuvieron gran relevancia visual y las tomas de drone fueron esenciales para ese momento. Llegada las 5:00 de la tarde, el escenario de casi 15 metros iluminó a la plaza de armas y dio inicio al evento principal; una puesta en escena de la llegada del inca a la ciudad realizada por actores de la escuela de artes Mario Urteaga, danzas y música conmovieron a los asistentes quienes -efusiva y continuamente- aplaudían a los números artísticos.

Las gráficas impresas y visuales del evento formaron parte importante de la puesta en escena, todo el concepto de los Juegos Panamericanos Lima 2019 se adaptaron a la ciudad siempre teniendo en cuenta y respetando la línea gráfica alcanzada, esto ayuda al orden visual y a la recordación e identificación visual del evento. La nota colorida la puso "Milco", la mascota del evento, basado en las estatuillas de los Cuchimilcos de la cultura Chancay, quien fue presentado en el escenario y bajó para saludar y tomarse fotos con los asistentes, esto como parte de la estrategia experiencial.





5.4

SEÑORITA INTEGRACIÓN 2020

(SEDE CELENDÍN)
TEJIENDO LA INTEGRIDAD REGIONAL



La elección de la Señorita Integración es parte de las celebraciones del Carnaval de Cajamarca, en ella 13 damas representantes de cada una de las provincias de la región concursan en un certamen de belleza para obtener la corona de Señorita Integración Cajamarca.



Todos los años, dicho certamen se realizaba junto a la presentación de las candidatas a Reina del Carnaval de Cajamarca, lo cual restaba protagonismo al evento; es por ello que desde la Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del GRC se propuso descentralizar el certamen y realizarlo en una provincia, con la premisa de que la provincia ganadora obtenía la sede el siguiente año; dicha propuesta fue aceptada por el gobernador y puesta en marcha.

Con varios meses de anticipación se procedió a conceptualizar el certamen, incluyendo un branding del evento con línea gráfica, naming, slogan, jingle y estrategia comunicacional que incluía un plan de medios y una propuesta de patrocinio (auspicios); en relación a esto último se establecieron reuniones en la ciudad de Celendín, tanto con la Municipalidad Provincial como con empresas que se sumaron a la producción del evento. Quedando establecidos los acuerdos y compromisos se procedió a emprender las acciones que comprendían desde el mejoramiento del coliseo principal hasta la grabación del vídeo oficial con una canción compuesta por celendinos y grabada con las voces de artistas del lugar.

De la misma manera; el renombrado artista Don Guillermo también aportaría con su valioso arte, una composición producida para este evento ponía la









cuota musical y festiva; el carnaval que lleva por título Las flores de Cajamarca, escrito por Guillermo Salazar e interpretada por su conjunto musical sería el tema oficial del evento que a la actualidad aún lo podemos escuchar en épocas carnestolendas.

Ya en la ciudad de Cajamarca, el equipo de comunicaciones afinaba la estrategia de promoción del carnaval 2020 que integraba diversas acciones tanto para la región como para la capital del país y de esta manera motivar al turista a conocer todo lo que Cajamarca ofrece y representa. Conociendo entonces la eficacia que el marketing experiencial aporta cuando de promoción se trata, se dispuso implementar una acción BTL que contaría con artistas plásticos, danzantes con trajes de carnaval y músicos de la banda de la PNP Cajamarca, quienes viajarían a la ciudad de Lima para mostrar parte de lo que el carnaval cajamarquino les tenía preparado ese año.

El aeropuerto Jorge Chávez fue el escenario inicial que al llamado inicial de una melodía con trompeta característica del carnaval, despertó en júbilo y algarabía la atención de todos los que en ese momento se encontraban en el recinto; aparecieron así las comparsas, clones, danzantes de carnaval y la banda de la policía nacional, quienes iniciaron la fiesta previa y recordaron al Perú y al mundo lo que el Carnaval de Cajamarca ofrece. El trabajo en una acción BTL requiere de mucha coordinación, precisión y sobretodo enfoque en los tiempos y momentos que son los que evocarán por siempre en las personas que participan de dicha acción; es indudable entonces la formación de equipos que tengan a su responsabilidad el manejo del timming de las activaciones y puedan estar en permanente



coordinación con el planner para llevar un orden de cada acto incluido en la puesta en escena.

El segundo escenario fue Palacio de Gobierno donde el entonces presidente del Perú, Martín Vizcarra y el alcalde de Lima Jorge Muñoz Wells esperaron a la comitiva cajamarquina encabezada por el gobernador Mesías Guevara Amasifuén, quien estuvo acompañado por el alcalde de Cajamarca, asociaciones y gremios que impulsan el turismo y la promoción de la cultura en la región. Las delegaciones de artistas y músicos, embajadores del carnaval cajamarquino hicieron gala nuevamente de su arte y desfilaron en el patio principal de palacio para luego dirigirse todos al paseo de las aguas donde el color, la algarabía de las coplas y la alegría de los asistentes, quienes llenaron por completo el recinto, hicieron de Lima una fiesta del carnaval que se recordará a través de los años.

Luego de que cada provincia eligió sus representantes, fue la agencia de modelos Diamaris, quien se encargó de preparar a cada una de las bellas representantes de las provincias que concursarían por la corona; y quienes tendrían como jurado principal a integrantes del comité de elección del Miss Perú.

Fue el primer evento de coronación de reinas descentralizado a nivel regional, realizado en la provincia del cielo azul del edén, Celendín, y rompió esquemas a partir de la expectativa que se generó en torno a éste; es por ello que la propuesta de patrocinio que se expuso tanto a instituciones como al sector privado se hizo efectiva, logrando minorar todos los gastos contemplados para el evento.

Celendín nos recibió con los brazos abiertos y la gente ansiosa por el inicio de la ceremonia abarrotó el coliseo que hasta el día central no develó el imponente escenario que se diseñó con motivos culturales y sobretodo muy celendinos. El autor de las obras dispuestas en la tarima del escenario fue Víctor Amado Portal, artista plástico cajamarquino que elaboró motivos que mostraban las imágenes del Indio Mayta (uno de los más grandes artistas y cantantes de Celendín), el sombrero shilico y la catarata de La Novia.

La estrategia de promoción y comunicación que se implementó no solo en la capital sino a nivel región logró su objetivo, alcanzando un importante crecimiento del turismo en la región, superando el número de turistas que llegaron años anteriores; experiencia que nos enseña a que el trabajo interinstitucional en equipo y de manera conjunta y coordinada es gratamente valorada por las personas que de cierta manera se sienten atraídos por el encanto y la alegría del Carnaval de Cajamarca.

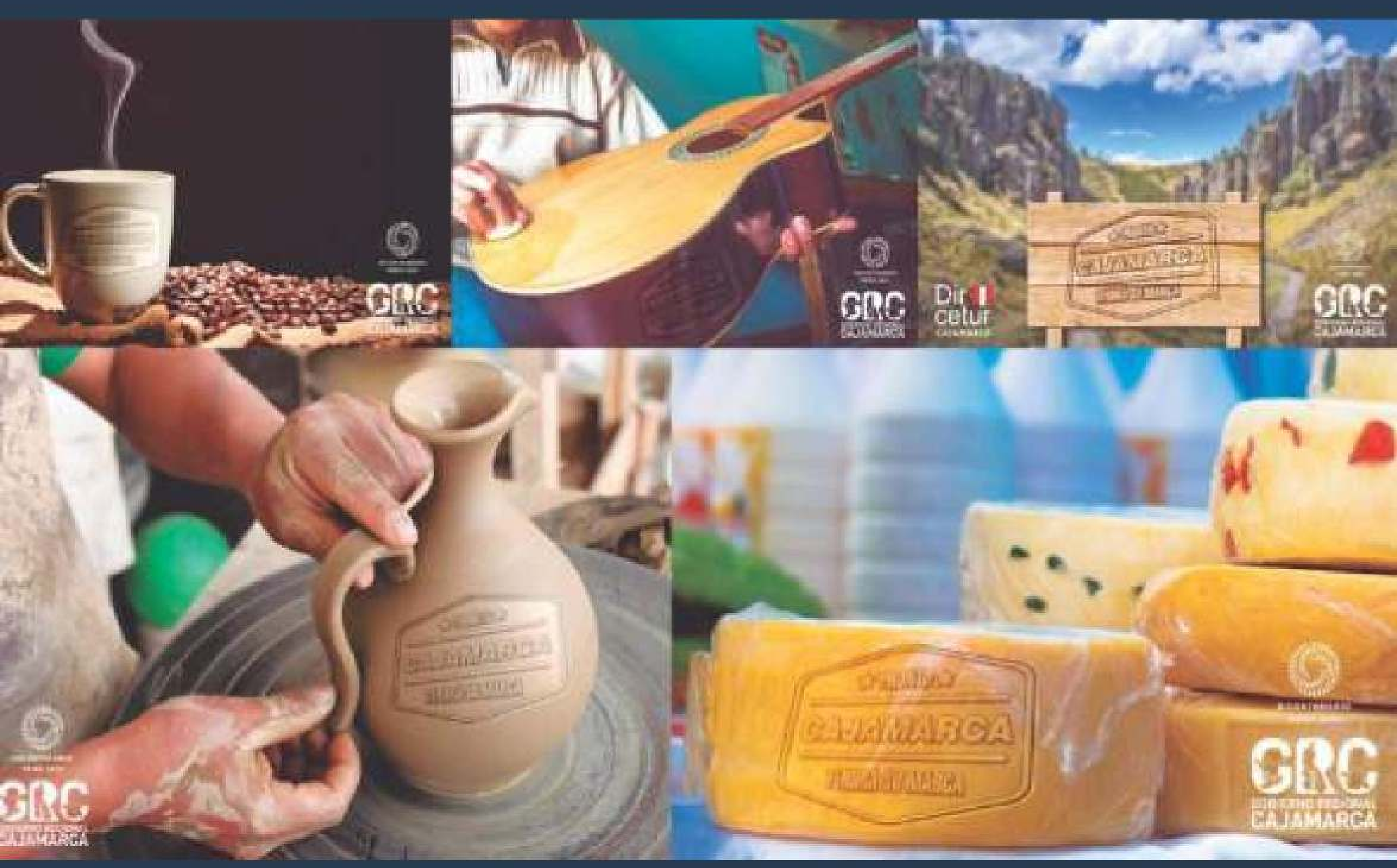
SEÑOR
INTEGRAC
2020

RITA
CIÓN

5.5

MARCA CAJAMARCA

CITY BRANDING BASADO EN LA ALEGRÍA



Las ciudades hoy en día tienen el reto de trabajar por su desarrollo económico, logrando a su vez un territorio más habitable y con mayor calidad de vida para sus ciudadanos, satisfaciendo de igual manera los intereses de las empresas que conviven en su entorno; las necesidades de las personas que a diario son parte de ella y el de los potenciales nuevos residentes e inversores. Este reto, sumado a la demanda turística de los visitantes y foráneos, conllevan de alguna forma a poner en marcha una estrategia con la cual estas ciudades potencien sus costumbres, historia y adn cultural.



(Parte del Jurado : Cristopher Alegría Alegría- Daniel Cotrina Rowe – Alex Fernando Martos Ramírez – Edgard Abanto Zegarra – Juan Carlos Mondragón Arroyo – Miguel Ángel Cueva)

Las ciudades hoy en día tienen el reto de trabajar por su desarrollo económico, logrando a su vez un territorio más habitable y con mayor calidad de vida para sus ciudadanos, satisfaciendo de igual manera los intereses de las empresas que conviven en su entorno; las necesidades de las personas que a diario son parte de ella y el de los potenciales nuevos residentes e inversores. Este reto, sumado a la demanda turística de los visitantes y foráneos, conllevan de alguna forma a poner en marcha una estrategia con la cual estas ciudades potencien sus costumbres, historia y adn cultural.

Desde el Gobierno Regional una de las acciones con mayor recordación a nivel regional y nacional fue la construcción de la Marca Región de Cajamarca, gestionada de manera conjunta por la Dirección de Comunicaciones y la Dirección de Turismo del GRC, quienes por encargo del Gobernador Regional iniciamos acciones para poder construir una marca ciudad que represente, identifique e integre toda la región.

En función a ello se creó un teaser o campaña expectativa para el lanzamiento del "Concurso Marca Cajamarca", con el objetivo de que cajamarquinos o descendientes de cajamarquinos pudieran ser partícipes en diseñar el identificatorio regional, la cual fue ganando cobertura



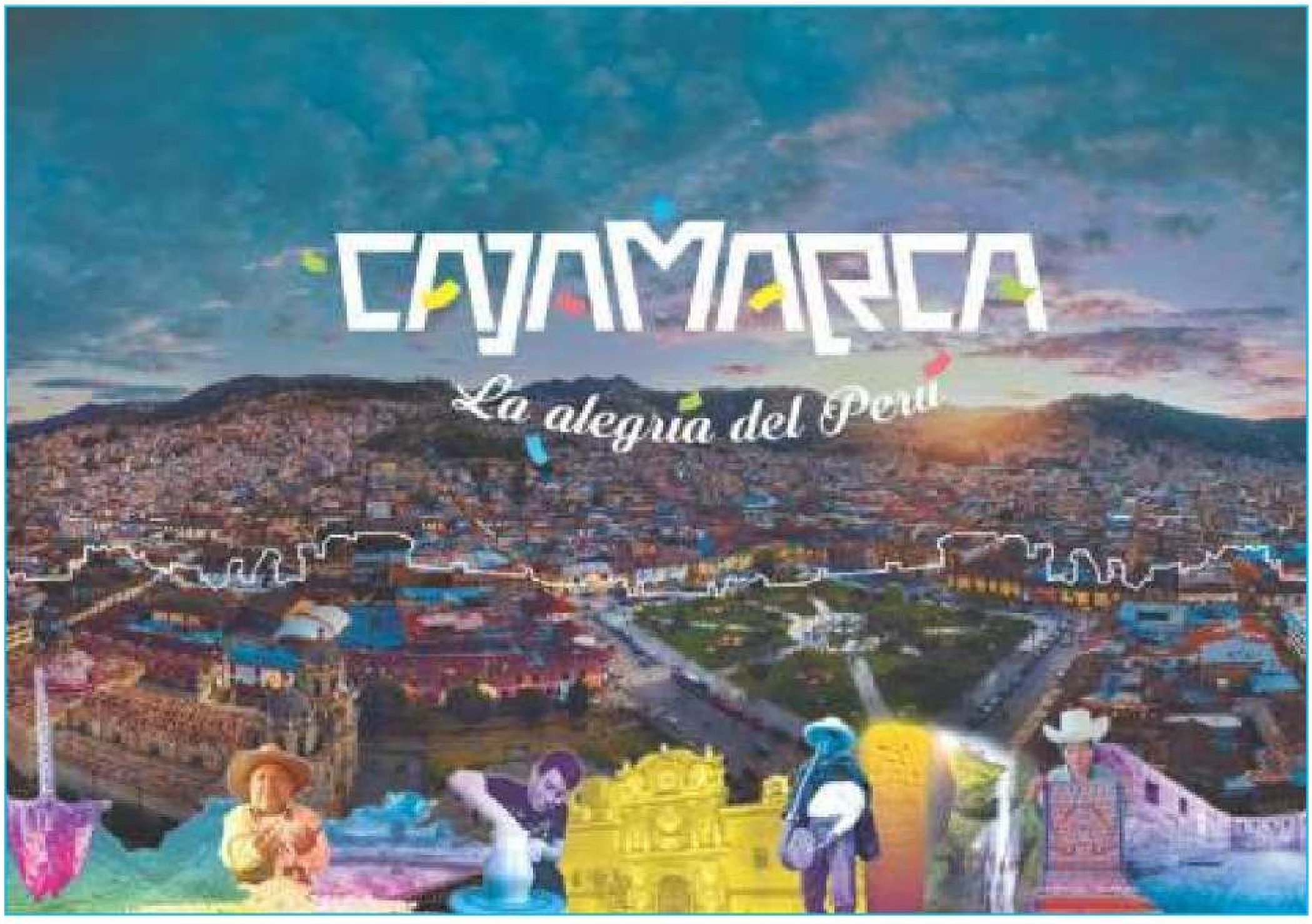
(Mg. Cristopher Alegría – Especialista en MKT y Marcas - Jurado del Concurso Marca Cajamarca)

e interés por medios digitales y redes sociales, por ello cada semana que pasaba se generaba mayor expectativa en las personas dispuestas a concursar y en aquellos que esperaban tener una marca representativa de nuestra región; los visuales de la campaña teaser estuvieron conceptualizados en imágenes propias de lo que la región ofrece, apelando una vez más al turismo, producción y cultura cajamarquina, acompañados del copy "Pronto, Cajamarca tendrá su marca", el proceso de construcción marcaria daba luces de algo realmente relevante.

Llegado el proceso de selección y luego de que alrededor de 150 participantes hayan enviado sus propuestas, tuve la designación de ser veedor y coordinador del proceso de selección del concurso, teniendo como función la de velar que el concurso se lleve con total normalidad, de manera transparente y en los plazos establecidos. El jurado calificador, compuesto por distintos especialistas expertos en el tema de marcas, publicidad, arte, sociología, turismo y cultura, tuvieron como sede de calificación las oficinas de la Dirección de Turismo en el Complejo Belén, fue allí donde en un primer día de calificación se filtró una cantidad de 40 muestras y posterior a ello, 10 finalistas que pasarían a una etapa de calificación final donde incluía una exposición por parte de sus creadores; en lo personal cualquiera de esos 10 trabajos finales pudo haber ganado, puesto que a ese nivel el branding y el diseño fue muy bien elaborado, consecuentemente la dificultad de tomar una decisión y deliberar el ganador.

Luego de una difícil decisión por parte del jurado se obtuvo al ganador del "Concurso Marca Cajamarca", Eynar Becerra Barboza hijo de padres sanmiguelinos y quien se desempeñaba laboralmente como director creativo en agencias en la ciudad de Lima. De esta manera el sustento tanto conceptual como gráfico de su propuesta estuvieron alineados con lo requerido por las bases y añadía algunos valores y patrones culturales que enriquecían aún más el trabajo, de entre ellos, el más notorio y sólido fue el driver de "la alegría"; la alegría de su gente, de sus fiestas y celebraciones, de su música, de su folklore, de sus espacios y lugares turísticos; por ello acertadamente el slogan de la marca propuesto fue "La Alegría del Perú". El trabajo de Becerra fue calificado por el docente de la Escuela Superior de Arte Mario Urteaga, Daniel Cotrina, el representante de la Escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, Miguel Ángel Cueva, el experto en branding de marcas Cristopher Alegría, y la especialista comercial del Área Marca Perú -PromPeru Giselle Vega.

La conceptualización y diseño del imagotipo fueron muy bien planteados, elementos como la tipografía (original e inédita) que daba sustento iconográfico a la época del incanato y a su vez a la colonial, la mezcla de la gama cromática que sostenía la idea creativa de la alegría con los papelillos multicolor inspirados en



la geometría de las hornacinas de las Ventanillas de Otuzco y a su vez representa la alegría tradicional de su gente en el carnaval, completaban de manera inteligente al logotipo y por supuesto el eslogan, expresando la sonrisa y carisma del poblador cajamarquino y a su vez potenciador de recordación que logró calar muchísimo y esperamos pueda seguir haciéndolo no solo a nivel regional o nacional sino también internacionalmente.

Todo proceso que conlleva a la construcción de una marca ciudad como tal, se le llama city branding; de esta manera una marca de ciudad contribuye a crear valor y a generar diferenciación gracias a los atributos y valores positivos que se transmiten en todas las acciones de promoción, turismo y de comunicación, mediante plataformas que sean las más adecuadas y estratégicas. Por ello, para definir mejor la percepción de la marca ciudad por parte de sus públicos, debemos tener en cuenta que en realidad no se trata de la creación de estereotipos, tampoco de una imagen asociada que se haya creado en la mente de los públicos; sino de una suma de percepciones individuales sobre la ciudad o región (en este caso) según sus creencias, costumbres, opiniones, conocimientos, cultura y experiencias; dicho esto, hay que tener en claro entonces, que no se trata de una construcción común para todos los públicos, sino de percepciones individuales que no pueden sumarse ni valorarse a nivel global, pero que si engloba un concepto basado en un intangible común y de cierta manera repetitivo en el inconsciente de los ciudadanos de toda la región.

Teniendo en cuenta esto, el proceso de sensibilización y comunicación de la Marca Cajamarca tendría que ser paulatino y por etapas; primero de manera regional, luego nacional y por último internacional, esto obedeció a una estrategia de promoción de marca que se enfocaría primero en lograr interiorizar la marca en los Cajamarquinos, luego darla a conocer en todo el Perú asociándola a sus recursos turísticos, productivos y festivos; y por último lograr la tan ansiada internacionalización de la marca con la ayuda de acciones potentes de relevancia internacional, dentro de ellas tenemos: lanzamiento a nivel internacional, los cajamarquinos embajadores de la Marca, la licencia de uso de marca en productos de exportación, el posicionamiento de actividades artísticas culturales a nivel mundial, acciones como el brandeado de aviones con escalas internacionales, merchandising para viajes y material audiovisual con el soporte de PromPerú, entre otras. Todas estas acciones, algunas ya ejecutadas corresponden al gran esfuerzo en conjunto de la Dirección de Comunicaciones y RRPP, Gobernación y la Gerencia de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Cajamarca.









CANAL DIGITAL

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Lic. Omar Andrés Cerquín Abanto

COMUNICADOR EGRESADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNIVERSIDAD PRIVADA "ANTENOR ORREGO" DE TRUJILLO.

Comunicador Corporativo en el Consejo Transitorio de Administración Regional – CTAR y Gobierno Regional de Cajamarca.

Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad Privada del Norte y Universidad Alas Peruanas, y Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Cajamarca.

Asimismo, trabajó como periodista en Radio Estación UPAO, en el Grupo Panorama y en Panamericana Televisión. Director del programa periodístico Frente a Frente, 24 Horas /Edición Cajamarca y Buenos Días Perú – edición Cajamarca.

En el ámbito público asumió la Dirección de Comunicaciones de la Dirección Regional de Salud y Dirección Regional de Transportes.

Presentador del canal Digital GRC en el Gobierno Regional de Cajamarca.

6.1

MARCAMOS HISTORIA CON LA CREACIÓN DEL PRIMER CANAL DIGITAL DE GOBIERNO DEL PERÚ



“La televisión por Internet, también llamada televisión IP u online, es la televisión distribuida vía Internet. Se trata de la perspectiva inmediata de internet, ya que es una nueva forma de entender y reproducir material de comunicación audiovisual en línea”.

Diccionario Sensagent



Implementación. Con la instalación de modernos equipos comenzó a gestarse GRC Digital.

Luego de varias reuniones, entre escritorios, computadoras e impresoras, más una taza de café cajamarquino – con aroma y sabor único en el mundo – en poder de cada uno de los integrantes del equipo de Comunicación y Relaciones Públicas, se concertó y definió acciones para transformar la televisión – regional y nacional – con un canal online a través del cual se informe sobre gestión de gobierno, entretenga y eduque interactivamente, innovando y brindando a los internautas nuevas herramientas tecnológicas que les sea útil para su crecimiento personal, profesional y – en algunos casos – empresarial. Para alcanzar ese objetivo, creamos, entonces, **GRC Digital, el canal del Gobierno Regional de Cajamarca.**

Implementar **GRC Digital** no fue una tarea fácil. Se necesitaba presupuesto para adquirir equipos de última generación y contratar recurso humano calificado a fin de brindarle al ***internauta*** una señal y contenido de calidad. No obstante, ahí estuvieron, al pie del cañón, **Martín Alvarado Correa, director regional de Comunicación y Relaciones Públicas (‘el timón del barco’, ‘el hombre orquesta’), y Willy Medina Idrogo, asesor FAG (‘el motivador’, ‘el incisivo’)**, para, en coordinación con el gobernador Mesías Guevara, gestionar el presupuesto y darle viabilidad al proyecto que al final se concretó. ***“¡Lo logramos, tenemos canal!”***, exclamó eufórico en ese momento Martín

(Teníamos claro que) durante la última década la tecnología (en la televisión) avanzó con una celeridad similar a la velocidad de la luz. Esto, entre otros aspectos,



En acción. Equipo de producción coordinando al milímetro la realización de programas de GRC Digital.



Actualidad. El equipo de 'GRC Al Día' mantenía informada a la población de todas las acciones de gobierno.



Complemento. Recurso humano más tecnología permitían producir buenos programas.

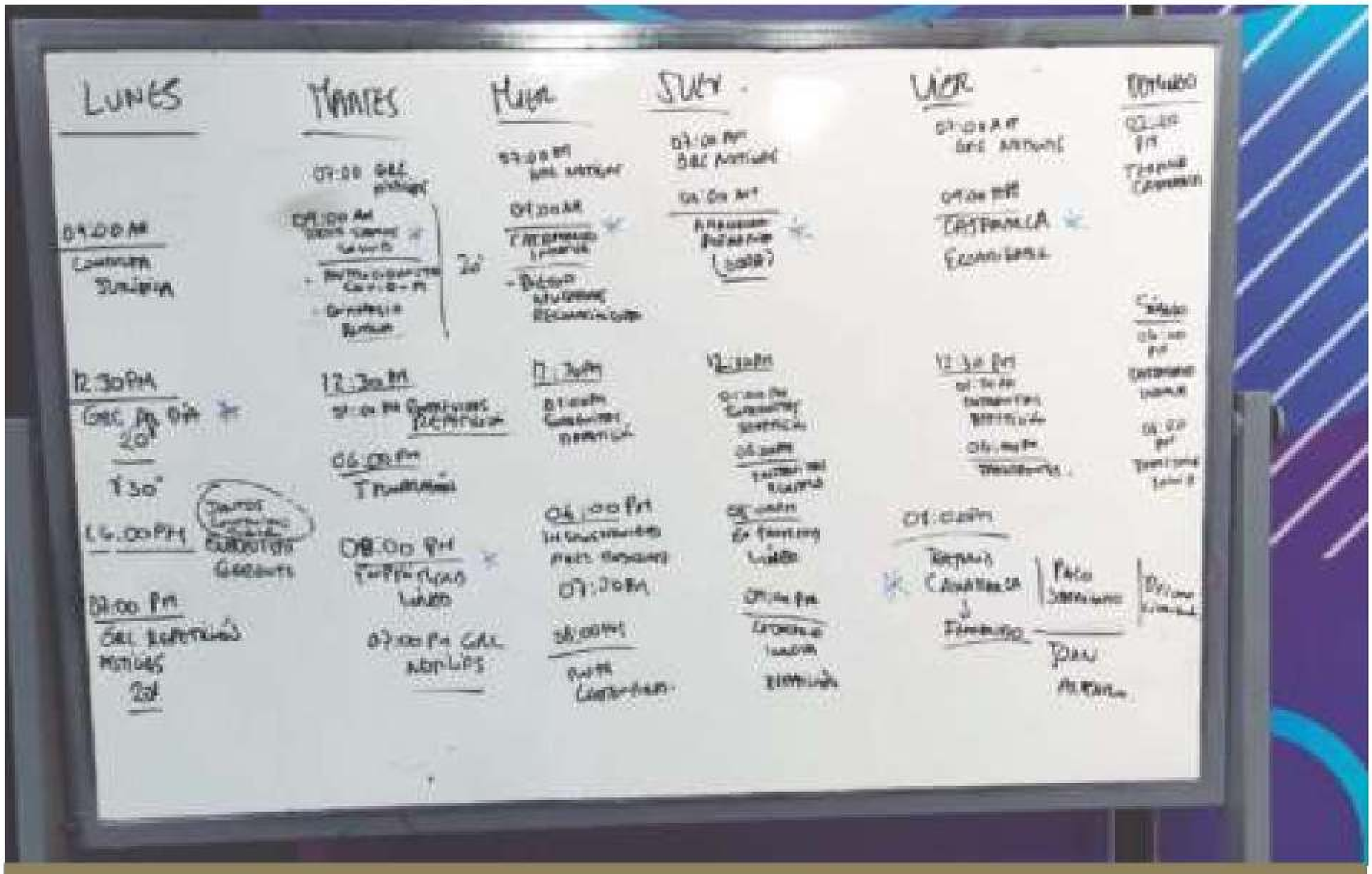
ha permitido que la distribución de la programación sea más fácil y menos cara; sin embargo, este adelanto también ha obligado (a los canales) producir programas de calidad porque la competencia y – por consiguiente – opciones de los consumidores es mayor.

Tomando en cuenta estos preceptos, el **13 de abril de 2021, GRC Digital**, el canal del Gobierno Regional de Cajamarca, estaba listo para emitir su señal online a todo el mundo: equipos, páginas (Facebook e Instagram) y recurso humano, sólidos eslabones de una cadena audiovisual seleccionada para atrapar la audiencia global. Millones de internautas conocerían que se puede hacer televisión digital, con creatividad y profesionalismo, en esta región del Perú, desconocida, seguramente, para millones de ellos.

El 19 de abril de 2021 se emitió el primer programa en vivo: '**GRC AL DÍA' con Karen Vargas,** el noticiero oficial del Gobierno Regional de Cajamarca, empezó a mantener informado a la población sobre gestión de gobierno de lunes a viernes de 12.30 m. a 1 p.m. La producción de noticias (para el entorno digital) respecto a Educación, Salud, Agricultu ra, Turismo, Trabajo, Producción, Transportes, entre otros, sumado a la juventud, elocuencia y determinación de **Vargas**, fueron factores claves para comenzar a obtener sintonía y superar gradualmente en audiencia a los medios de comunicación tradicionales y alternativos, principalmente de la región.

> Internauta: Persona que navega constantemente por Internet para obtener información e interactuar con otras personas a través de las diferentes plataformas digitales. (RAE)

"GRC Digital (fue trascendente en mi vida) me permitió crecer como persona y profesional. Adquirí nuevas habilidades y amplios conocimientos en diversos temas. Aprendí – y sigo aprendiendo – de grandes profesionales que hicieron despertar aún más mi interés por las Comunicaciones", describe Karen Vargas sobre su posición como conductora del espacio



En pizarra. Comisiones que se def nían en equipo para efectuarlas durante la semana.

bandera del canal.

Somos comunicadores y sabemos que producir un informativo como '**GRC Al Día'** no es una tarea fácil: se tiene que cumplir un proceso minucioso y exhaustivo que incluye la recolección, organización, valoración, redacción y difusión de la información (noticia). Pero este esfuerzo, tiene su recompensa cuando el producto final sale al aire y es recepcionado y digerido totalmente con satisfacción por nuestros internautas

"Vivir esta experiencia, que permanecerá marcada en mi corazón, me llevó a trazarme una nueva meta: ser comunicadora ambiental, para poder informar, crear conciencia y generar acciones de cambio en la sociedad", comentaba con entusiasmo Vargas, entre la producción, luego de culminar una edición de **'GRC Al Día'**.

Punto aparte merecen nuestros reporteros y corresponsales desplegados a lo largo y ancho de la región. Estos sabuesos de la información, con sus despachos diarios en vivo, actualizaban y ampliaban la noticia para compartirla con nuestra audiencia que exigía cada vez más contenidos a fin de estar al tanto de lo que acontecía en esta parte del país. La realización de programas especiales para informar sobre la llegada de las vacunas y el inicio del proceso de inmunización contra la Covid-19 fueron un claro ejemplo de lo citado líneas arriba. Cumplir el objetivo, significaba – insisto – una recompensa gratificante –y hasta gloriosa – para todo el equipo que producía y realizaba '**GRC Al Día'**.

Noticia: Hecho que necesariamente debe ser de interés general y comunicado a un público que pueda considerarse masivo, luego de darse determinadas instancias: la recolección, la interpretación y la valoración. (Martínez Albertos)

"Tenemos que luchar por la audiencia con las historias que contamos, la forma en que abordábamos los temas de mayor interés – como el Covid-19, por ejemplo –, el carisma y la credibilidad de nuestras figuras que salen en pantalla", le sugería al equipo de producción y realización durante la reunión que sosteníamos todos los lunes de cada semana. Entre risas y miradas cruzadas, la respuesta de mis colegas y compañeros era positiva y, además, enriquecían la propuesta con nuevas ideas y eso, sin duda, era alentador.

Tras nacer y gatear, **'GRC Al Día'** comenzó a caminar y correr con el impulso, fuerza, destreza y determinación similar al que le imprime un atleta que compite para ganar el oro en los 100 metros planos de una olimpiada. Llegamos a la primera meta, y si no pasa nada extraño, nada que altere el proyecto, estamos seguros que, luego de discutir, definir y aplicar nuevas estrategias, llegaremos a la siguiente. ¡Sí se puede!, exclamó el equipo al unísono al dialogar sobre este último punto.

En primera línea. GRC Digital transmitió el lanzamiento de la Marca Cajamarca desde el Parque de las Aguas de Lima.

6.2

PRODUCCIÓN DE MÁS PROGRAMAS **‘CAJAMARCA INNOVA’**



“Ser la imagen de este programa no fue una tarea fácil. No bastaba solo con sonreír o solicitarle al camarógrafo un buen encuadre, también era fundamental investigar sobre el tema y utilizar un léxico apropiado para interactuar correctamente con el invitado”.

Noelia Portal



Emprendedores. Presentaban en vivo sus productos que comercializan en diferentes mercados.

“Ganar no lo es todo, es lo único”, versaba Vincent Lombardi, entrenador de fútbol americano de ascendencia italiana. Trasladando esta frase a nuestro contexto, nosotros, como equipo, no solo queríamos triunfar sino ser referentes en televisión digital. Por eso, comenzamos a trabajar en la producción de más programas, más alternativas para llegar y complacer a una audiencia que cada segundo, cada minuto, cada hora, cada día ‘subía como la espuma’ y era más exigente. Y así, luego de poner en práctica un brainstorming nace **‘Cajamarca Innova’,** que se trasmitía los lunes y jueves a las 9 a.m. **‘Cajamarca Innova’** se crea para presentar y difundir – en el set o en locaciones – los emprendimientos de la región. **Noelia Portal**, conductora del programa, recibía e interactuaba con los cajamarquinos emprendedores que compartían sus historias inspiradoras (de éxito) con nuestra audiencia que, ya para ese momento, se extendía por todo el orbe. Obviamente, todo el equipo celebraba que **GRC Digital** varie e incremente su programación.

> “Brainstorming es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado”.
>
> **Alex Osborne**



Oportunidad. GRC Digital era una ventana para que los emprendedores promociones sus productos.

"Ser la imagen de este programa no fue una tarea fácil. No bastaba solo con sonreír o solicitarle al camarógrafo un buen encuadre, también era fundamental investigar sobre el tema y utilizar un léxico apropiado para interactuar correctamente con el invitado a fin de que nuestros internautas comprendan el mensaje. Si lográbamos eso, el número de seguidores aumentaba, y eso, significaba un triunfo más para nosotros", narraba Noelia su experiencia.

¿Cómo iniciaron?, ¿Qué dificultades se les presentaron en el camino? ¿Qué esperan lograr en un futuro próximo? Estas eran preguntas claves que Noelia les hacía con energía, soltura y precisión a cada uno de los emprendedores que se presentaban en **'Cajamarca Innova'**. Al responder, todos coincidían en que los inicios no fueron fáciles, que la falta de capital, recurso humano o tecnología se presentaban como factores suficientes para renunciar al proyecto. No obstante, el trabajo continuo, las ideas creativas e innovadoras, la visión clara del ecosistema y, sobre todo, la disposición de asumir riesgos de estos emprendedores ligados al sector artesanal, textil, manufacturero, maderero, industrial, gastronómico, entre otros, impidieron que su idea de negocio no se cristalice y, ahora, muchos de ellos, gracias al apoyo del **GRC Digital**, ya comercializan sus productos en mercados nacionales e internacionales.

"El emprendedor peruano se caracteriza por identificar oportunidades, ser ingenioso y salir adelante pese a las peores crisis como la reciente generada por la Covid-19", enunciaba en una de las ediciones de **'Cajamarca Innova'** Anabel Marín, propietaria de Numai, empresa asentada en la provincia de Celendín que elabora sombreros, bolsos y accesorios con paja toquilla. Y razón no le falta, porque, como dicen los expertos en economía y finanzas, **"el Perú es considerado como uno de los países con mayor espíritu emprendedor e innovador".**



Ampliando fronteras. Gracias a 'Cajamarca Innova' emprendedores cajamarquinos comercializan sus productos en mercados nacionales e internacionales.

6.3

‘TODOS SOMOS SALUD’



Consultorio en línea. Especialistas brindaban consejos para prevenir y tratar enfermedades.

“El camino a la buena salud está en nuestras manos. Nosotros, como especialistas, solo orientamos, absolvemos dudas y explicamos a los pobladores como prevenir o tratarse de las enfermedades”

Dr. José Yachachín Chávez



Compromiso. Personal de salud atendía a pacientes desde cualquier punto de la ciudad.

‘Todos Somos Salud’ es otro programa que se sumó a la parrilla de ***GRC Digital***. Durante la etapa más compleja de la pandemia por la Covid-19, salió al aire – los martes a las 9 a.m. – este formato tipo consultorio. En este espacio, conducido primero por **Noelia Portal** y luego por el **Dr. Gilmar Azañedo**, médico del Hospital Simón Bolívar, los profesionales de la salud, por el contexto del momento, trataban temas referidos a cómo prevenir y tratar el coronavirus; pero también sobre la diabetes y la obesidad, las enfermedades del corazón, los derrames cerebrales, las enfermedades cardiovasculares, la salud mental (depresión, demencia, Alzheimer, trastornos del sueño), el asma y la salud pulmonar, los efectos de los medicamentos, las enfermedades del riñón, el cáncer, la salud en la tercera edad, el tabaquismo y su influencia en las enfermedades cardiovasculares, entre otros.

El equipo (de producción y realización), que articulaba ideas y acciones dentro del set, recepcionaba, con altas dosis de satisfacción y orgullo, las consultas que hacían en vivo los internautas a los expertos mediante nuestros canales oficiales: Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram. Es que absolver sus dudas y ayudar a la población de la región, el país y el mundo a cuidar su salud era nuestra mayor recompensa.

“El camino a la buena salud está en nuestras manos. Nosotros, como especialistas, solo orientamos, absolvemos dudas y explicamos a los pobladores como prevenir o tratarse de las enfermedades; y este espacio, es propicio para hacerlo. Por eso, felicito al equipo del GRC Digital por producir este tipo de programas”, destacaba luego de una edición de **‘Todos Somos Salud’** José Yachachín Chávez, neumólogo del Hospital Regional de Cajamarca, quien ***off the record*** nos revelaba una experiencia muy cruda: ***“Ayudé a muchos pacientes a derrotar a la Covid-19, pero también vi in situ a muchos otros morir. Y no por falta de atención médica, sino porque lamentablemente estos pacientes llegaban al hospital con la enfermedad muy avanzada que ni el oxígeno o una cama UCI podían resolver”.***

Tal y como se planteó en la etapa de preproducción, **‘Todos Somos Salud’** llegó para cuidar tu salud; y, sin temor a equivocarnos, consideramos que logramos el objetivo.

6.4

‘PERÚ AL GUSTO’



Variedad. Reconocidos chefs preparaban en vivo recetas regionales o nacionales

“La gastronomía peruana se ha revalorizado, sobre todo, porque en la actualidad hay más orgullo por lo regional que hace 30 0 40 años”

Gastón Acurio



Oportunidad. *Emprendedores presentaban su emprendimiento a potenciales consumidores.*

Aunque Machu Picchu continúa siendo el principal atractivo turístico del Perú, cada vez más los turistas visitan nuestro país atraídos por su gastronomía. Y es que la gastronomía peruana es una de las mejores y más diversas del mundo. Según Gastón Acurio, escritor, chef y principal promotor de la gastronomía peruana, cuenta con influencia pre-incaica, incaica, española, africana, francesa, chino-cantonesa, japonesa e italiana. Por eso, un programa de ese corte, tenía que estar en nuestra parrilla de programación. Las ideas, entonces, comenzaron a fluir: _ ***“¿solo promocionaremos la gastronomía regional?”***, preguntaba Alberto Rabanal Valdez, sonidista y camarógrafo de **GRC Digital**. _ ***“¡Considero que no, tiene que ser nacional!”,*** respondía inmediatamente Karen Vargas, conductora de **‘GRC Al Día’**. _ ***“¿A quién invitaremos? ¿Solo a chefs regionales o también nacionales?”,*** consultaba Juan Alvites Yeckle, productor general. ***“¡Tenemos que ampliar fronteras e invitar a chefs de todo el país!”***, exclamaba al responder George Contreras, editor de contenidos. Pero en lo que todo el equipo coincidió fue en que, por su naturaleza, el programa tenía que realizarse en el set y en el establecimiento del chef y/o emprendedor. Y así, luego de proponer y concertar propuestas, estábamos listos para emitir el primer programa de **‘Perú Al Gusto’**. Noelia Portal fue la elegida para que todos los martes a las 10: 30 a.m. conduzca el espacio donde lo aromas y sabores serían los principales protagonistas.

“La gastronomía peruana se ha revalorizado, sobre todo, porque en la actualidad hay más orgullo por lo regional que hace 30 0 40 años”, comentaba Gastón Acurio sobre el *boom* de nuestra comida en el mundo en una entrevista que cita RPP.

En **‘Perú Al Gusto’**, al ser un programa de recetas, los chefs, enseñaban a preparar a los internautas diversos platillos de la exquisita y reconocida gastronomía regional y nacional: ***El frito cajamarquino, el caldo verde, el chicharrón con mote, la cecina shilpida, el cebiche, el arroz con pollo, la papa a la huancaína, el lomito saltado, la ocopa, el rocoto relleno, los anticuchos, la cecina con tacacho…*** fueron solo algunos de los platillos que los expertos del arte culinario prepararon y presentaron en el programa. De esta manera, le rendíamos tributo a la cocina peruana, fenómeno mundial cuya popularidad no tiene techo. Y así, en equipo, lográbamos un objetivo más.

6.5

‘TERTULIA CAJAMARCA’



En vivo. Grupos musicales presentaban lo mejor de su repertorio en ‘Tertulia Cajamarca’.

“Nunca había conducido un programa de este tipo. Pero cuando se me presentó el reto no lo dudé y dije: ¡vamos, puedo hacerlo”

Fernando Saldaña



Alcance. En ‘Tertulia Cajamarca’ los artistas tenían la oportunidad de promocionarse a nivel mundial.

Los grandes exponentes del arte, la música y la cultura... de la región (y el país) también tenían que tener un espacio dentro de la programación de **‘GRC Digital’**. Por eso, ya con el canal consolidado y con altos índices de sintonía, nace ‘**Tertulia Cajamarca’,** espacio cuyo formato consistía en registrar la conversación amena y espontanea del conductor con el cantante, grupo musical, pintor, poeta o novelista que contaba su historia y presentaba en vivo parte de su repertorio.

El designado para conducir y producir el programa fue **Fernando Saldaña Chanducas**, creativo, locuaz, interactivo y desinhibido comunicador que le impregnaba esa dosis de juventud y frescura a este espacio que poco a poco iba incrementando su número de seguidores hasta posicionarse como uno de los preferidos por los internautas.

“Nunca había conducido un programa de este tipo. Pero cuando se me presentó el reto no lo dudé y dije: ¡vamos, puedo hacerlo! No puedo negar que al inicio los nervios y la ansiedad me invadieron; pero con el pasar de los programas, adquirí más seguridad y confianza que me permitieron salir airoso de este desafío”, narraba Fernando.

Como productor del programa, Fernando tenía que adentrarse en la biblioteca física o virtual para investigar y conocer la historia del invitado de turno. Esto le permitía incrementar al 100% su confianza y seguridad para desarrollar una entrevista precisa y, sobre todo, fluida que capturaba y mantenía la atención del espectador.

Tertulia Cajamarca se emitía todos los viernes a las 7 p.m. Iniciaba con una cápsula sobre el contenido del programa y luego venía el desarrollo del mismo. Cantantes de la talla de Frank ‘El primito’ Alzamora, Kim Custodio, Milene Álvarez, Valentina Vásquez, Alberto Briones, Saúl Coba, Samuelito Mires... y grupos consagrados como ‘Los Canyalues’, ‘Cuarto Alterno’, ‘Stop Ham’, ‘AyawasKa Blues’, ‘Los Romanceros del Cumbe’, ‘Serranova’, ‘Matiz’, ‘Perú Criollo’ y ‘Don Guillermo y Orquesta’ pasaron por este set y extasiaron con sus voces y melodías a la platea digital.

Tras su presentación en uno de los programas, Don Guillermo Salazar nos confiaba que **GRC Digital** es el primer canal online que apostaba por el artista cajamarquino, que le daba la oportunidad de mostrarse al mundo para que conozcan y valoren su talento. ***“Esta iniciativa tenemos que aplaudirla, tenemos que reconocerla y tenemos que replicarla”,*** nos asentía. Estos conceptos, viniendo de uno de los artistas más destacados del país, sí que nos hacía ‘inflar el pecho’ de orgullo y decir: **¡GRC Digital sigue cumpliendo objetivos por Cajamarca!**

Tertulia: Reunión de personas que se juntan habitualmente para conversar o discutir sobre una determinada materia o sobre temas de actualidad, normalmente en un café o, públicamente, en un programa de televisión o radio.

6.6

‘CREATIVIDAD DIGITAL’



“GRACIAS AL GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA POR PERMITIRME PRESENTAR MI APLICATIVO: VIAJO SEGURO, PROPUESTA DIGITAL DE CAJAMARCA PARA EL MUNDO”

-DIEGO TERÁN, CREADOR DE APLICACIÓN VIAJO SEGURO



En acción. Fernando Saldaña, conductor de 'Creatividad Digital', compartía con los internautas "tips" sobre tecnología e innovación.

Actualmente, es fundamental la difusión de la ciencia, la tecnología y la innovación para crear una cultura científica, tecnológica e innovadora en todos los países del mundo y lograr mayores niveles de bienestar social. Por eso, lanzamos **'Creatividad Digital'** a fin de desarrollar, fortalecer y consolidar la cultura científica en la región y el país, mediante la transmisión de noticias y emprendimientos vinculados con lo científico, tecnológico e innovador.

"Sin ciencia y tecnología no hay futuro", nos decía Fernando Saldaña Chanducas, el conductor del programa, durante la etapa de preproducción del mismo. Y razón no le faltaba, porque, como cita la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) en un artículo, **"tanto la ciencia como la tecnología justifican su existencia en la búsqueda y el desarrollo de productos, servicios, medios y herramientas, capaces de satisfacer las necesidades humanas".**

'Robótica educativa', 'apps de taxis: ventaja frente a servicios tradicionales', '¿cómo incrementar las ventas online?', 'profesiones que van a dominar el mundo digital', '¿cómo evitar la sextorsión en redes sociales?', 'apps para emprendedores', 'plataforma digital de visitas virtuales de Cajamarca', 'programación básica con phyton', '¿cómo crear mi avatar en WhatsApp para iOS?', 'digitalización del carnaval y atractivos turísticos de Cajamarca', son solo algunos de los temas que se abordaron en **'Creatividad Digital'** con la participación de especialistas en la materia.

"Podemos crear e innovar productos y/o servicios utilizando los últimos adelantos tecnológicos para atender la demanda", comentaba en uno de los programas Deivhy Torres Vargas, director regional de Transformación Digital, mientras Fernando Saldaña coincidía con él haciendo un movimiento de la cabeza de arriba hacia abajo.

"Es cierto, 'grande'** (así me identifican en la oficina); **la tecnología ha venido para quedarse. Si se utiliza correctamente, puede ayudarnos a crecer personal y profesionalmente y solucionar múltiples problemas que se presentan continuamente en una sociedad", me justificaba Fernando su posición, luego de apagar cámaras, cerrar micrófonos y finalizar esa edición.

> **Tecnología:** Es la capacidad socialmente organizada para controlar y alterar activamente objetos del ambiente físico en interés de algún deseo o necesidad humana. (Falcott)

> *"Hoy en día, mucha gente utiliza el ordenador o el portátil como televisión utilizando internet de alta velocidad".*

Uno de los programas más emotivos y destacados de 'Creatividad Digital' fue cuando el cajamarquino Diego Terán, en la etapa más compleja de la pandemia por la Covid-19, presentó su aplicativo **'Viajo Seguro, propuesta digital de Cajamarca para el mundo'**. Este emprendimiento cambió la forma de viajar en transporte público al brindar al usuario un servicio seguro, cómodo y rápido.

"Con el uso de la tecnología, hemos creado una nueva oportunidad de trabajo, una nueva oportunidad para generar ingresos (económicos), una nueva oportunidad de progreso. Gracias al Gobierno Regional de Cajamarca por permitirnos presentar nuestro aplicativo 'Viajo Seguro'", le decía durante el programa Diego a Fernando, para luego explicar, paso a paso, como funciona esta app.

Tras escuchar ese concepto, la satisfacción invadió, una vez más, a todo el equipo de **GRC Digital**. Y si preguntan ¿por qué?, la respuesta es simple: ¡cumplimos otro objetivo al satisfacer todos los miércoles a las 9 a.m. la demanda de otro segmento de la población que consume televisión digital!

6.7

‘CAJAMARCA ECOAMIGABLE’



En un artículo publicado por el *Portal Web 'Ecología Verde'* se advierte que si seguimos a este ritmo de consumo de recursos naturales y de contaminación ambiental no dejaremos un mundo saludable a las futuras generaciones. ***"No hay un planeta B en el que podamos vivir como en la Tierra, por lo que es nuestro único hogar y el de las futuras generaciones"***, advierte en un apartado.

> *"No hay un planeta B en el que podamos vivir como en la Tierra, por lo que es nuestro único hogar y el de las futuras generaciones".*
>
> *(Ecología Verde)*

Si bien los problemas ambientales han empeorado en las últimas décadas, también han mejorado las acciones para subsanar los daños generados al ambiente. Por ejemplo, sensibilizar y concienciar a la población para cuidar el planeta mediante (mensajes emitidos en) programas televisivos de corte ambiental es una herramienta que está ayudando a cumplir ese objetivo. ***"Entonces, ¿por qué no producimos un programa de esas características?"***, se peguntó el equipo en pleno durante una reunión de lunes por la mañana. ***"¡Sí, hagámoslo! Es una gran oportunidad para, desde nuestra 'trinchera televisiva', ayudar a vigilar, proteger y conservar el ambiente"***, exclamó Karen Vargas, conductora de **'GRC Al Día'**, quien también es ingeniero ambiental. ***"Karen, tú eres experta en temas ambientales; entonces, puedes producir y conducir el programa"***, opinó David Ramírez, operador de Control Maestro. Nos miramos todos, concertamos y exclamamos: ***"¡Va! Sigamos dándole variedad a nuestra parrilla de programación"***. Así nace, entonces, **'Cajamarca Ecoamigable'**, que días después, saldría al aire. GRC Digital seguía creciendo y este nuevo logro lo celebraba todo el equipo.

¿Sabías qué cada tonelada de papel reciclado salva alrededor de 17 árboles? Se parte del cambio, reutiliza el papel', fue uno de los temas que se abordó en uno de los programas de **'Cajamarca Ecoamigable'**. Yo no sabía que eso era posible y seguramente miles de ciudadanos tampoco; pero al escuchar y observar a los expertos dialogando e interactuando con Karen, esas dudas fueron despejadas y, a partir de ahí, tendríamos que comenzar a reciclar papel para ayudar a proteger el ambiente a fin de garantizar la subsistencia de quienes vendrán luego de nosotros.

Punto aparte también merece el programa en el cual Marco Sánchez Peña, Biólogo egresado de la Universidad Estatal de Bielorrusia, nos contó sobre las especies vegetales andinas usadas para remediar suelos contaminados con metales pesados en la región Cajamarca. ***"Por eso, Omar, es importante proteger y conservar la flora porque tiene la capacidad de transformar el dióxido de carbono (CO2) en el oxígeno (O2) que todos los seres vivos respiramos"***, me decía Karen – saliendo del canal luego de terminar un programa – con esa energía que la caracteriza y que se refleja en su juventud que contagiaba a todos en el set de **GRC Digital** y fuera de el.

> *La flora puede def nirse como el conjunto de especies de índole vegetal que pueden ser encontradas en una región geográf ca determinada, y que es propia de las características de dicho ecosistema.*

'Áreas de conservación en la región Cajamarca', 'Especies vegetales andinas para remediar suelos contaminados', 'Avistamiento de aves: una opción para impulsar el ecoturismo', 'Reciclaje en pandemia', '¿Cómo ayudar al ambiente desde casa?', 'Usos del bambú para combatir el cambio climático'... fueron otros de los temas que se trataron en el programa que se transmitía los jueves a las 9:30 a.m. ¿El objetivo? El mismo: sensibilizar o concienciar a la población sobre la importancia de poner en práctica acciones que preserven el ambiente. **GRC Digital**, entonces, también se posicionaba como un canal promotor de la protección y conservación del ambiente que es esencial para el futuro del planeta, principalmente porque dependemos de muchos bienes y servicios ecosistémicos (frutas, verduras, plantas medicinales, materias primas como la madera y el algodón) que la naturaleza nos proporciona. ***"Sin embargo, parte de la población mundial aún no lo entiende y sigue actuando de una forma contaminante y poco sostenible"***, comentaba Karen con notorios 'síntomas' de preocupación tras reflectores; pero inmediatamente reaccionaba y, mostrando 'alta dosis' confianza, decía: ***"Pese a ello, desde este espacio, no nos cansaremos de explicar lo importante que es conservar la biodiversidad del medio natural y las consecuencias que contrae no gestionarlo correctamente. Tenemos que internalizar eso en la mente de la población. No desmayaremos hasta conseguirlo"***.

Ambiente: Entorno que afecta a los seres vivos y que condiciona sus circunstancias vitales.

6.8

‘JUNTOS CONSTRUIMOS REGIÓN’



Logro. Gobernador Mesías Guevara destacó en el programa el avance de la digitalización en la región Cajamarca.

“Hemos apostado por la digitalización como factor fundamental para nuestro crecimiento y desarrollo. Hasta el momento, los resultados son positivos. GRC Digital es una muestra de ello”

Mesías Guevara



3,2,1, Acción. A punto de presentar una edición más de ‘Juntos Construimos Región’

Era un viernes de abril de 2021. Había concluido mi labor como director de Imagen Institucional y Relaciones Públicas de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones cuando, el que escribe esta historia, recibe una llamada de Martín Alvarado Correa, director de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca, para proponerme producir y conducir **‘Juntos Construimos Región’**, el programa político por excelencia del **GRC Digital.** No lo dudé y, al instante, mi respuesta fue positiva: ***“Claro, Martín; acepto el desafío. Gracias por la confianza depositada en mi persona”***. Inmediatamente me indicó: ***“Te espero el lunes entonces para presentarte al equipo y comenzar a trabajar en el proyecto que te adelanto, tiene como principal objetivo difundir todas las acciones de gobierno que se desarrollan a lo largo y ancho de la región”***. Tenemos que aclarar que el programa – que se transmitía los lunes, miércoles y viernes a las 8 p.m. – ya había iniciado una semana antes bajo la conducción del colega Hernán Chiquez Céspedes, quien por factor tiempo no podía seguir en el espacio televisivo online. Conforme a lo concertado con Martín, llegué al **GRC Digital** – ubicado en el cuarto piso de la sede del Gobierno Regional de Cajamarca – ese lunes a las 8 a.m. y, luego



de coordinar y afinar detalles sobre la producción del programa, comenzamos a trabajar. Quedó claro que el género periodístico a utilizar para comunicar e informar sobre algún hecho o acontecimiento tenía que ser la entrevista, complementado, según sea el caso, por una noticia y/o un informe especial. Entonces, como dictan los cánones periodísticos, tenía que documentarme sobre el tema, rastrear cuestionarios respondidos por el entrevistado en otros medios y conocer su perfil profesional para, como dice David Vidal, ser competentes en el diálogo y cooperar en su desarrollo de manera adecuada.



Personaje. Indira Oropeza narró en 'Juntos Construimos Región' como derrotó a la leucemia.

"Los géneros periodísticos son aquellas modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos".

(José Luis Martínez Albertos)

La entrevista "es el diálogo que se establece entre una persona o varias (entrevistadores) y otra persona o varias (entrevistados) con el objetivo, por parte de los primeros y con conocimiento y disposición de los segundos, de difundir públicamente en un medio de difusión masiva, el contenido de la conversación, por su interés, actualidad y relevancia".

(Rodríguez Betancourt)

Recuerdo, con la claridad que genera un tacho de luz para un set de televisión, que mi primer entrevistado fue el director de la Oficina de Defensa Nacional del Gobierno Regional de Cajamarca, Cnel. (r) Jorge Torres Monteza. El tema: *'Ayuda a comunidades afectadas por fuertes lluvias registradas en la región'*. El 'maestro' Willy Medina y Fernando Soriano en cámaras, David Ramírez en control maestro, Alberto Rabanal en sonorización, George Contreras en tráfico y Juan Alvites en producción nos ayudaron a salir airosos de este primer 'round televisivo'. Dependiendo de la disponibilidad del entrevistado, grabábamos el programa (y luego lo transmitíamos en el horario establecido) o salíamos en vivo y en directo (desde el set, el lugar del proyecto u otra locación que tenía relación directa con el contenido materia de la entrevista).

Avance y ejecución de proyectos en sectores como Salud, Educación, Agricultura, Producción, Trabajo, Turismo Transportes y Comunicaciones también fueron parte de los temas que tratamos con los directores sectoriales o gerentes regionales en **'Juntos Construimos Región'**. En ese ínterin, la entrevista que sostuvimos con Katherine Vásquez Carranza, coordinadora de la Estrategia de Inmunizaciones de la Dirección Regional de Salud, sobre el inicio del proceso de vacunación contra la Covid-19 fue una de las que más satisfacción nos generó porque significaba el anunció de la solución a la pandemia que había causado la muerte de cientos de personas en nuestra región. Esto, también fue destacado y celebrado por la población que se conectaba al programa.

Frente a cámaras. En plena entrevista con otro personaje que paso por el set de 'Juntos Construimos Región'



Logros. Funcionarios del Gobierno Regional de Cajamarca presentaban en el programa todos sus avances de gestión.

Tampoco faltaron las entrevistas a personajes que destacaron por algún logro profesional, tema o hecho específico del cual fueron protagonistas directos. En este acápite, la conversación que sostuvimos con Indira Oropeza, escritora, blogger y fundadora de la ONG 'Con L de Leucemia', tenemos que destacarla: de modo natural, realista y crudo; pero también irónico, divertido y aleccionador nos contó que, en 2013, cuando solo tenía 20 años, le diagnosticaron Leucemia, tipo de cáncer al que derrotó luego de casi tres años al recibir quimioterapia vía oral y un trasplante de médula que tuvo como principal protagonista a su hermano Luighi, quien le donó sus células madres.

La entrevista que, en plena pandemia, le hicimos al gobernador Mesías Guevara sobre la prioridad que su gestión le dio a la digitalización hasta convertir a Cajamarca en el mayor referente a escala nacional en este proceso y un ejemplo a seguir por los demás gobiernos regionales, también fue una de las más destacadas. La expectativa era alta porque era la primera vez que el titular regional se presentaba en **'Juntos Construimos Región'**. Entre preguntas y respuestas, el diálogo concluyó con una frase que el titular regional expresó con satisfacción y orgullo: **"Hemos apostado por la digitalización como factor fundamental para nuestro crecimiento y desarrollo. Hasta el momento, los resultados son positivos. GRC Digital es una muestra de ello"**

Este canal online ya está consolidado y posicionado. Seguramente aún falta producir más programas para incrementar la oferta y satisfacer la demanda de otros segmentos de la población regional, nacional y mundial que consumen televisión digital. Esperemos que esto se pueda concretar en el trascurso de los próximos años; pero lo cierto, es que ¡hemos marcado historia al crear el **PRIMER CANAL DIGITAL DE GOBIERNO DEL PERÚ!** Y eso, nadie lo puede negar.



AGUA

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA
A tu servicio con transparencia



Lic. Mary Karenina Silva Martos

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EGRESADA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD ANTONIO GUILLERMO URRELO.

Diplomado en Sistema Integrado de Gestión Pública, Sistema Integrado de Finanzas y Gestión Pública por el Instituto Superior de Finanzas y Gestión Pública de Huancavelica.

Cursos de protocolo y etiqueta social. Organizadora y responsable de eventos institucionales.

Laboró en el área de Tesorería de la Universidad Privada del Norte.

Cumplió funciones administrativas dentro de entidades bancarias y mineras.

7.1

"Hay tres cosas que cada persona debería hacer durante su vida: plantar un árbol, escribir un libro y tener un hijo»

José Martí [1]

AGUA



1 La Habana, 28 de enero de 1853 - Dos Ríos, 19 de mayo de 1895 fue un poeta y político cubano.

Las investigaciones han demostrado que la conservación adecuada de bosques nativos, así como la restauración de ecosistemas forestales dañados y degradados, pueden desempeñar un papel protector y amortiguador frente a los efectos del cambio climático.

El agua es motivo de alegría. Sin agua no hay semilla que germine ni modo de aplacar la sed. El agua hace la diferencia entre la vida y la muerte. Por años, en la región Cajamarca el tema agua se convirtió en bastión de pelea política y enfrentamiento.

Durante la gestión regional 2019 – 2022 fue fundamental la conservación del recurso agua trabajado con planes de forestación[1]. Es aquí donde surge la figura de Pablo Sánchez Zevallos[2] que sustentó la tesis de Poncho Verde que reunió su investigación forestal y conservación de suelos de los Andes para para que cumpla su función de almacén de agua.

La captura es el punto de partida en la generación del agua. Entonces, para que haya esa captura, primero tiene que haber vegetación. Las plantas actúan como esponjas que atrapan las lluvias y la humedad atmosférica, para —aparte de aprovechar una parte— infiltrarlas en el suelo y así alimentar a los puquiales, riachuelos y otras fuentes hídricas de las partes bajas.

Esto se puede comprobar particularmente en los Andes: donde hay una masa densa de árboles, hay agua no sólo en el lugar sino también más abajo. Además, la vegetación protege a los suelos erosionables, sostiene a la biodiversidad y captura a los gases de efecto invernadero.

Gracias a estos aportes la gestión empezó con la producción de plantones en los viveros de las agencias agrarias y establecer fechas para las plantaciones en diferentes puntos de la región, llegando a instalar más de 8 millones de plantones.

La parte complementaria a la forestación lo constituyen los microreservorios y las qochas para almacenamiento de agua. Esta infraestructura hídrica almacena agua en tiempos de lluvia para utilizarla durante el estiaje garantizando riego para romper la rutina de los monocultivos y monocampañas agrícolas.

Poncho Verde es el programa de forestación y reforestación que tiene como objetivo mejorar los servicios ecosistémicos y la siembra de agua para regenerar el ciclo hidrológico en las trece provincias de la Región Cajamarca.

Más de 8 millones de plantones forestales instalados, han permitido que 6 mil hectáreas sean forestadas y



Suro Porcón, Cajamarca 02 de febrero de 2019, gobernador Mesías Guevara instala la primera plantación de pinos para reforestación de las cabeceras de cuenca en la región Cajamarca. "El programa Poncho Verde generará un gran impacto en el sector rural de nuestra región con la mejora de los servicios ecosistémicos, creará mano de obra, mejorará los ingresos de los campesinos y ayudará a cuidar el ambiente en toda la región".

1 Forestación: establecimiento de cobertura forestal en forma de plantaciones o mediante la regeneración natural en zonas que en el pasado tuvieron o no bosques.

2 Pablo Sánchez Zevallos. Cajamarca, 1935, f. Lima, 14 de Diciembre 2010.



En los viveros que administran las 13 agencias agrarias de la Dirección Regional de Agricultura se han sembrado 13' 378, 483 plantas en almácigos (cajón o recipiente de tamaño manejable). Cuando las plantas tengan un tamaño adecuado, serán trasplantadas en parcelas acondicionadas para seguir con el proceso de forestación y reforestación.

reforestadas. Se han sembrado especies exóticas, nativas y frutales (eucalipto, pino, ciprés, tara, aliso, café, shaina, palta, granadilla, capulí, chirimoya, higo, entre otras). Igualmente, en viveros que administran las 13 agencias agrarias de la Dirección Regional de Agricultura Cajamarca se han sembrado 13' 378, 483 plantas en almácigos (cajón o recipiente de tamaño manejable). Cuando las plantas tengan un tamaño adecuado son trasplantadas en parcelas acondicionadas para seguir con el proceso de forestación y reforestación.

El Gobierno Regional de Cajamarca inició la era digital en forestación incluyendo códigos QR en los plantones, lo que permitirá seguir el proceso de evolución de las especies maderables en cada una de sus etapas.

El objetivo de Revolución Azul es garantizar la seguridad hídrica y alimentaria para contribuir al desarrollo sostenible de la región; permitiendo, de esta manera, reducir la pobreza con la dinamización de la economía.

En ese contexto, en el año 2021 se construyeron – en las 13 provincias – 259 reservorios que almacenaron 280 mil 176 metros cúbicos de agua para irrigar 1 mil 511 hectáreas de terreno para cultivo. 2 mil 197 familias fueron las beneficiarias.

En lo que va del 2022, se han cimentado 504 reservorios para almacenar 385 mil 500 metros cúbicos de agua que permitirán irrigar 4 mil 750.33 hectáreas agrícolas, beneficiando a 2 mil 617 familias de la región.

Además, hasta finales del presente año, se terminarán de construir otros 262 reservorios para recolectar 194 mil 849 metros cúbicos de agua. En total, la inversión en reservorios supera los 20 millones de soles.

Asimismo, se construyeron 64 qochas y 21 están en ejecución, lo que permitirá almacenar más de 3 millones de m3 de agua, garantizando el desarrollo de campañas agrícolas en la región Cajamarca. Estas acciones, que beneficiarán a 2 mil 919 familias, se han desarrollado aplicando la estrategia 'Minga en Acción', trabajo articulado que involucra a la población y autoridades como factor decisivo para la revolución agrícola. En esta infraestructura de riego, el GRC invierte más de 10 millones de soles.

¿Cómo la reforestación incide en la recarga de agua hacia el subsuelo?

- Plantar árboles en zonas clave para la recarga de acuíferos.
- Estas zonas son principalmente cuencas hidrológicas y áreas naturales protegidas.
- Darles mantenimiento para incrementar su supervivencia.
- La humedad que generan los árboles atrae la lluvia gracias a que favorece la formación de nubes.
- La f ltración de agua propicia la recarga de mantos acuíferos y aguas superf ciales.
- Mejoramiento de las propiedades del suelo gracias a la hojarasca de los árboles, que incrementa su porosidad para facilitar la f ltración del agua.
- Las hojas de los árboles retienen la lluvia y permiten que las gotas escurran más lentamente hacia el suelo, propiciando mayor f ltración.
- La reforestación y mantenimiento generan las condiciones que permiten una ef ciente recarga de agua subterránea para devolver a la naturaleza el agua que se utiliza de ella.



La captura es el punto de partida en la generación del agua. Entonces, para que haya esa captura, primero tiene que haber vegetación. Las plantas actúan como esponjas que atrapan las lluvias y la humedad atmosférica, para —aparte de aprovechar una parte— inf ltrarlas en el suelo y así alimentar a los puquiales, riachuelos y otras fuentes hídricas de las partesbajas.



La presencia de bosques ha sido considerada una medida de protección ef ciente contra las inundaciones y la erosión. Los sistemas de raíces de los árboles tienden a estabilizar el suelo, contribuyendo a prevenir los deslizamientos y la pérdida de suelo.

Cobertura nacional









Turismo y agua: los soportes de la **nueva matriz económica** en la región **Cajamarca**



El represamiento de agua permite garantizar cantidad y calidad de líquido elemento para campañas agrícolas y consumo humano.

Los planes regionales de reactivación económica para afrontar la pandemia Covid-19 reportan indicadores positivos según reportes del **Instituto Nacional de Estadística e Informática**, ejemplo de ello, es el 6,5% de impacto inflacionario el más bajo en un estudio de 26 ciudades a nivel nacional. ***Las 73 mil 455 empresas de Cajamarca son un sólido cimiento para agilizar los flujos económicos de las cuales 71 mil 409 son micro y 1 mil 201 pequeñas empresas***[1].

La región Cajamarca es referente a nivel nacional por su historia al ser cuna del mestizaje, aporte f nanciero con una ***población económicamente activa de 819 mil 139 integrantes***. A la riqueza nacional se aporta con ***4,5 en el sector agropecuario, 4% en construcción y 3,6% en administración pública y defensa***.[2]

A la canasta familiar, anualmente Cajamarca aporta con ***3 77 mil 900 toneladas de leche fresca, 34 mil 300 toneladas de maíz amiláceo, 26 mil 400 toneladas de alverja en grano verde, y si hablamos de fruta se superan cosechas de 5 mil***



El agua es el soporte para la matriz productiva, no existe desarrollo sin el adecuado manejo de este recurso.

1 INEI. Censo Nacional Económico 2022 – Cajamarca: indicadores Demográf cos, Sociales y Económicos 2021.

2 https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/cajamarca-caracterizacion.pdf



En el 2019 se registraron más de 100 mil visitantes nacionales y 21 mil extranjeros, en el 2020 (año de pandemia) hubo 50 mil arribos nacionales y 6 800 internacionales, y el 2021 se reactivó el sector con 710 mil turistas nacionales y 3 mil 600 extranjeros .

167 mil toneladas de pacae (huaba) y 4 mil 520 toneladas de chirimoya.

Asimismo, el crecimiento en el sector turismo, año a año se hace más evidente el arribo de turistas nacionales y extranjeros.[3] En el ***2019 se registraron más de 100 mil visitantes nacionales y 21 mil extranjeros, en el 2020 (año de pandemia) hubo 50 mil arribos nacionales y 6 800 internacionales,*** y el ***2021 se reactivó el sector con 710 mil turistas nacionales y 3 mil 600 extranjeros***[4].

En el último periodo de *12 meses*, ***la región registra 2 282 despegues y 2 266 aterrizajes (en promedio 6 vuelos por día), haciendo un total de 4 548 vuelos (12 por día)***. La región cuenta dos aeropuertos Armando Revoredo Iglesias y Shumba en las provincias de Cajamarca y Jaén.

Atractivos histórico - arqueológicos permiten la dinamización económica al generar más de ***21 mil empleos directos, cabe recordar que antes de la pandemia por Covid-19 se registraron 31 mil puestos laborales turísticos***[5] para atender más de ***11 mil habitaciones ofertadas en 800 hospedajes categorizados y no categorizados, así como las 7 mil 879 de las 13 provincias del departamento***[6].

Un dato destacable son los ***7 mil visitantes a Kuntur Wasi, Conjunto Monumental de Belén, Complejo Cumbe Mayo y ventanillas de Otuzco registrados en feriados de la última Semana Santa.*** La seguridad de los visitantes está garantizada pues ***Cajamarca obtuvo el Sello Mundial de Seguridad e Higiene en Turismo Safe Travels otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo***[7].

Según estadística del **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo** en el año **2019** *Las ventanillas de Otuzco recibió 115 mil visitantes, y el Conjunto Monumental Belén 120 mil, el Complejo Cumbe Mayo 70 mil y Kuntur Wasi más de 6 mil.* En el **2021**, gracias a la reactivación se superaron *los 33*

3 https://tipsparatuviaje.com/lugares-turisticos-del-peru-mas-visitados-por-los-extranjeros/

4 INEI. Censo Nacional Económico 2022 – Cajamarca: indicadores Demográf cos, Sociales y Económicos 2021.
5 https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/empleoTuristico.html
6 https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/Cajamarca.pdf
7 https://www.gob.pe/institucion/regioncajamarca/noticias/498743-destino-cajamarca-recibe-sello-internacional-safe-travels-del-turismo



Jaén 06 de noviembre de 2021. Primera parcela demostrativa de plantación de café con código QR. Cajamarca cuenta con 45 000 productores de café, siembra 72 000 hectáreas, superando los 76 800 toneladas, es la segunda región productora del país y representa el 40% de las exportaciones peruanas. La feria se hace posible gracias al trabajo conjunto de la Plataforma Multiactor del Café.

mil visitantes en Otuzco, 54 mil en Belén, 29 mil en cumbe Mayo y más de 2 mil en Kuntur Wasi.

"El turismo es una actividad amplia y compromete a muchas cadenas comerciales y de servicios, Cajamarca tiene un gran abanico de oferta en este sector y se demuestra la preferencia por este destino", señaló la *economista Milagros Castañeda.*

El turismo es muy sensible a conflictos sociales, la mínima señal de alerta y genera un vacío y cancelación de reservas y visitas. Recordemos que ***desde el caso Conga, en Cajamarca, no se registran fallecidos o heridos por conflictos en Cajamarca***[8].

Según el ***Consejo Mundial del Viaje y el Turismo***, WTTC – por sus siglas en inglés - , el ***Safe Travels*** (Sello de Viaje Seguro) **es el primer sello mundial de seguridad e higiene del mundo** ante el COVID-19, que certif ca que se cumplen con los estándares internacionales de higiene y bioseguridad, indicó *Edgar Abanto, director regional de Comercio Exterior y Turismo.*

Un techo publicitario establecido por el Gobierno Regional para la reactivación económica es ***La Marca Cajamarca*** logotipo que resalta el patrimonio histórico, cultural y natural que unif ca los atributos de los productos y servicios de nuestra región. ***"Esta marca es un distintivo para nuestros productos, un respaldo para los miles de emprendedores que han conquistado el mundo"***, *expresó el gobernador Mesías Guevara.*

Los videos promocionales elaborados por la **Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas** del Gobierno Regional denominados **La ruta Cajamarca** encendió motores económicos al difundir las bondades de San Ignacio y Jaén con los juegos de extremos, turismo ecológico de convivencia en ***La Florida y su experiencia con el bambú, las rutas gastronómicas del café, chicharrones y caldo verde, además de Magdalena y la producción de licor***. Asimismo, se han diseñado ***visitas virtuales a veinticuatro centros turísticos***, esto último a cargo de la **Dirección Regional de Transformación Digital.**

Las ciudades consolidan su desarrollo a través de las redes de intercambio de mercancías, conocimientos y personal generando fortalezas sectoriales y en el caso del turismo tiende a ligarse al mejoramiento de la competitividad. Cajamarca es referente en la industria sin chimeneas en turismo de juegos extremos en Jaén y San Ignacio, donde se oferta la

8 https://ojo-publico.com/3436/contradicciones-en-el-recuento-de-victimas-de-las-ultimas-protestas



experiencia sentir adrenalina y disfrutar del mejor café del mundo. ***Recordemos que la Feria Internacional del Café[9] se realizó en Jaén tierra de los mejores cafés de altura a nivel nacional e internacional***[10] merecedores de Tazas de Excelencia.

Cajamarca cuenta con 45 000 productores de café, siembra 72 000 hectáreas, superando los 76 800 toneladas, es la segunda región productora del país y representa el 40% de las exportaciones peruanas.[11] La feria se hace posible gracias al trabajo conjunto de la ***Plataforma Multiactor del Café*** —integrada por empresarios, productores e instituciones—, que permite a los emprendedores mostrar lo mejor de sus productos, además de permitir el acercamiento a la población.

San Ignacio forma parte de la Ruta del Café, un circuito que es promovido y promocionado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca. Un indicador de la magnitud del movimiento cafetero en un amplio espectro de acción es la instalación de quince cafeterías en San Ignacio para el disfrute de este grano en diferentes presentaciones, desde los clásicos cafés express o americano hasta los más sof sticados manjares y licores.

"***San Ignacio, el pulmón de Cajamarca*** muestra f ncas modelo que son aprobadas por la dirección de turismo como turismo vivencial, donde al visitante le enseñan todo el proceso del café", destacó Bonely Neyra, director de la empresa San Ignacio Extremo. Las visitas a la laguna Azul o la catarata La bella encantadora se complementan con los atractivos de Cerro Campana como columpio extremo, puente tibetano, tirolesa, escalera al cielo están normados y certif cados en seguridad para dar un buen trato al cliente. ***"Un turista bien atendido es garantía de cinco visitas más, y en el caso de inconformidad o mal trato se pierden hasta diez opciones de ingreso, por ello la atención personalizada es vital"***, subrayó.

El eje de la matriz productiva: el agua

La economía de Cajamarca, con una extensión superficial de ***33 mil 304 kilómetros cuadrados***[12], que abarcan piso ecológicos como yunga, quechua, suni y selva alta está ligada directamente al recurso agua. Del uso y manejo equilibrado del agua dependen la generación de riqueza en los sectores agrícola, ganadero, comercial, minero y turístico, asimismo es el

9 https://dcajamarca.com/feria-internacional-del-cafe-en-jaen-cajamarca/
10 https://andina.pe/agencia/noticia-taza-excelencia-peru-2021-cusco-y-cajamarca-lideran-carrera-para-ser-mejor-cafe-861422.aspx
11 https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/3290
12 https://www.inei.gob.pe/


Si basura tiras en
basura te convertirás



factor determinante para la paz y resolución de conflictos sociales.

La construcción de 51 qochas y 300 micro-reservorios por parte del Gobierno Regional de Cajamarca permite el almacenamiento de más de 1,5 millones de metros cúbicos de agua para las campañas agrícolas. Este proyecto de ***siembra y cosecha de agua, basado en los conceptos del ingeniero Pablo Sánchez Zevallos***[13], propicia una larga cadena de valor y trabajo articulado población-autoridades, denominado minga en acción.

Además, la política regional de protección hídrica genera puestos de trabajo en la construcción y producción de viveros con especies nativas y exóticas a f n de reforestar y forestar en colchones acuíferos garantizando cantidad y calidad de agua, complementado con las defensas ribereñas de bambú evitando desbordes por crecida de cauces.

El Gobierno Regional ha instalado más de 7 millones de plantones entre frutales y maderables en las 13 provincias de Cajamarca. Marcan la pauta ***las jornadas del 12 de febrero de 2021 donde se instalaron en un solo día 500 mil plantones, y el 14 de enero de 2022, se marcó récord con 1 millón de plantones instalados en una jornada similar***[14], en coordinación con rondas campesinas, universidades, municipios, organizaciones no gubernamentales y comunidades.

Recordemos que la gestión integral del agua es un proceso complejo sea para consumo humano o producción por lo costoso de infraestructura requerida para su traslado, tratamiento y distribución.

A f n de f nanciar estos proyectos se tiene el fondo Cuenca Verde[15] ***por S/ 36 millones para f nanciar proyectos ambientales en la zona Chancay-Lambayeque***, recordemos que las aguas de Cajamarca son el soporte para el Proyecto Especial Olmos Tinajones que irriga los valles costeños.

La articulación interinstitucional gestionada por el ***Consejo de Recursos Hídricos de Cuenca Chancay - Lambayeque*** (CRHC) permite reforestar para conservar de los recursos hídricos y de desarrollo económico en las cuencas de los ríos Tabaconas, Manchara, Huancabamba y Chancay-Lambayeque, protegiendo las fuentes de agua y mitigar los efectos del cambio climático, señaló Walter Rabanal, gerente regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente.

Complementa esta acción la recuperación de suelos degradados y defensa ribereña en el río Condebambino del distrito Condebamba, Cajabamba, donde se instalarán 24 mil plantones de bambú benef ciando de manera directa e indirecta a más de 10 mil familias de la zona.

El Gobierno Regional de Cajamarca, a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, ejecuta este proyecto con el municipio de Condebamba y la empresa Pan American Silver. ***"A largo plazo el objetivo es la masif cación del bambú, potenciar su transformación e industrialización"***, señaló Juan Carlos Mondragón, gerente regional de Desarrollo Económico.

---

13 https://www.losandes.org.pe/nuevaweb/wp-content/uploads/2017/06/Libro-El-PonchoVerde.pdf

14 https://andina.pe/agencia/noticia-cajamarca-gobierno-regional-sembrara-1-millon-arboles-las-13-provincias-876942.aspx

15 https://larepublica.pe/sociedad/2022/04/14/cajamarca-crean-fondo-de-agua-cuenca-verde-en-la-cuenca-chancay-lambayeque-lrnd/



Jeny Chuquilín Marquina

SECRETARIA EJECUTIVA EGRESADA DEL CENTRO EDUCATIVO OCUPACIONAL "AMAUTA – RAMÓN CASTILLA"

Diplomado en Comunicación y Relaciones Públicas por la Universidad Nacional de Trujillo.

Diplomado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional de Trujillo.

Cursos de Protocolo y Etiqueta Social por el Instituto Frida Holler.

Responsable de ceremonias y actividades protocolares de celebraciones locales y nacionales. Recepción de autoridades y dignatarios.

Desempeña labores administrativas desde el 2001 en la División de Imagen Institucional del Consejo Transitorio de Administración Regional.

Asume la secretaría de la hoy Dirección de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca.



Ing. Elmer Cabanillas Urrunaga

EGRESADO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA.

Ejerció la edición y producción audio visual en diferentes empresas.

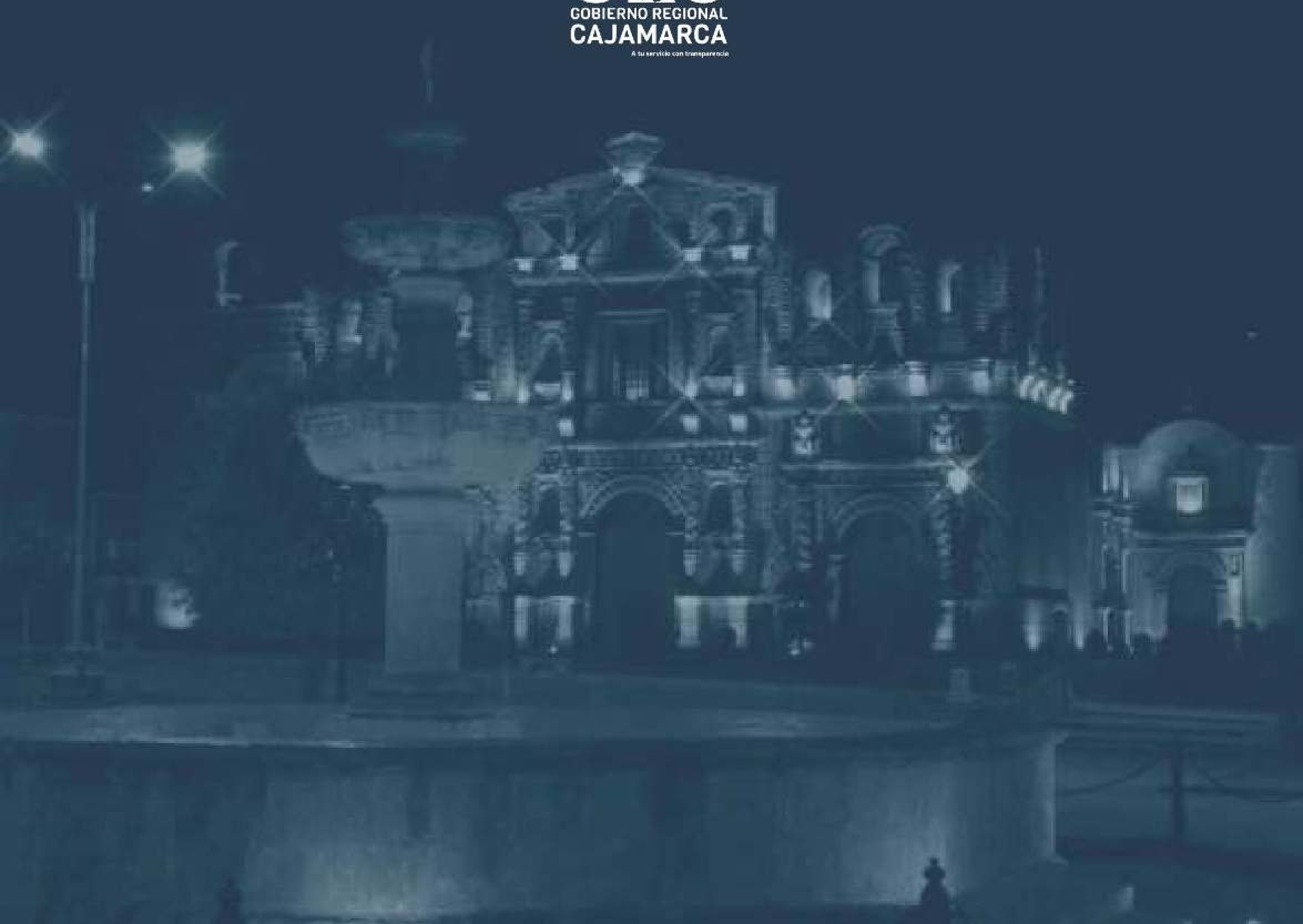
Se desempeñó en medios televisivos, radiales y digitales, responsable de la producción, grabación y edición audio visual para comerciales y programas culturales.

Se desempeña como Especialista en Redes, Editor de Video y Diseñador Gráf co en la Dirección Regional de Comunicación y Relaciones Públicas del Gobierno Regional de Cajamarca.

GRC

GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA

A tu servicio con transparencia



GOBIERNO REGIONAL
CAJAMARCA

A tu servicio con transparencia