Comunidad de Madrid

Medios de Comunicación

A través de esta iniciativa, el suburbano pretende concienciar cada mes a los viajeros sobre distintas causas sociales

La Comunidad de Madrid arranca la campaña sensibilización de Metro *#muévete* centrada en la lucha contra el racismo

- Las causas sociales se podrán ver en los soportes publicitarios de andenes y en las redes sociales
- La compañía ha colaborado en el corto *'Ojalá pudiera'*, que narra el sentimiento de víctimas de un incidente xenófobo

8 de febrero de 2021.- La Comunidad de Madrid ha arrancado hoy la campaña anual de sensibilización de Metro *#muévete*, con la que dará visibilidad a diversas causas sociales, y que este mes estará dedicada a concienciar y sensibilizar contra el racismo. El consejero de Transportes, Movilidad e Infraestructuras de la Comunidad de Madrid, Ángel Garrido, ha presentado la iniciativa con la Metro quiere visibilizar diversos temas de calado social como la igualdad de la mujer, los derechos de la infancia, el respeto a la diversidad, la cultura o el cuidado de nuestros mayores.

"*#Muévete* es una campaña con la que pretendemos agitar las conciencias y promover entre los viajeros la solidaridad, la integración y la igualdad. Aprovechamos para ello el enorme potencial de Metro como canal de comunicación para apoyar distintas causas sociales y promover la acción individual y colectiva", ha destacado Garrido.

De este modo, la primera causa social que se va a promover en el suburbano madrileño es el respeto a la diversidad y la lucha contra el racismo. Para ello, durante este mes se realizarán diversas acciones dirigidas a favorecer el respeto a los demás con el lema *Todos los colores tienen su punto. Ponle punto final al racismo*.

Además de esta campaña, que podrá verse en los soportes publicitarios colocados en los andenes de las estaciones y tendrá su reflejo en redes sociales, Metro realizará otras acciones en colaboración con distintas entidades sociales de referencia en la lucha contra el racismo. Estas actuaciones tendrán lugar hasta el día 21 de marzo, cuando se celebra el Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial.

En esta línea, la compañía ha presentado hoy el cartel del corto 'Ojalá pudiera', grabado íntegramente en la estación de Paco de Lucía durante el pasado verano

y que narra un incidente xenófobo ocurrido en Metro centrándose en el sentimiento de las víctimas. El corto, dirigido y producido por Alan Frederiksen, cuenta con el respaldo del Instituto del Cine de Madrid y se presentará en varios festivales nacionales e internacionales.

Durante el mes de marzo, además, se dará visibilidad a otras causas como la igualdad de la mujer o la necesidad de hacer un uso responsable del agua, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y con el Día Mundial del Agua (22 de marzo).

UNA CAUSA POR MES

Con #muévete, Metro tratará cada mes distintos temas, como la igualdad y la no discriminación, la inclusión social de colectivos vulnerables como las personas con discapacidad, la prevención y el cuidado de la salud, el fomento de los hábitos y el consumo sostenible, el cuidado del medio ambiente o los derechos de la infancia y la solidaridad.

Así, en el mes de abril se dedicará a la salud; mayo a la cultura; y junio a la lucha contra la LGTBfobia y a favor del respeto a la diversidad. En julio, Metro se moverá por los mayores y en agosto por los jóvenes y contra las desigualdades.

En el mes de septiembre, se realizarán acciones contra el acoso escolar y a favor de la inclusión, mientras que octubre se reservará para la lucha contra el cáncer y contra el maltrato animal. En noviembre y diciembre, Metro animará a sus clientes y empleados a moverse a favor de los derechos de la infancia y de la solidaridad, respectivamente.

La iniciativa *#muévete* es una pieza clave de la política de Responsabilidad Corporativa de Metro de Madrid y forma parte de su línea social, que permite colaborar de forma activa con entidades sociales y colectivos poniendo a su disposición recursos de la empresa pública de la Comunidad de Madrid, como las propias instalaciones, los espacios museísticos, la experiencia de sus empleados y el gran potencial del suburbano como escaparate y canal de difusión.