

Con motivo del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

La Comunidad inicia los '100 días solidarios' del centenario de Metro posicionándose contra la violencia de género

- En la exposición 'Metreros sin Piedad' empleados del suburbano apoyan con su imagen al Movimiento sin Piedad

15 de noviembre de 2018.- Empleados de Metro de Madrid muestran su apoyo al Movimiento sin Piedad, contra la violencia de género, prestando su imagen para una exposición fotográfica que abre hoy sus puertas en la Nave de Motores de Metro y que marca el inicio de la campaña '100 días solidarios', una de las actividades organizadas por la Comunidad de Madrid para celebrar el primer centenario de Metro.

El consejero delegado de Metro de Madrid, Borja Carabante, ha inaugurado hoy la exposición 'Metreros sin Piedad', que está formada por 24 retratos en blanco y negro de mujeres y hombres, todos empleados de Metro, en una réplica de la exposición que en marzo fue el pistoletazo de salida de Movimiento sin Piedad, con el que mujeres del mundo de la política, deportistas, cantantes y figuras ligadas al mundo de la cultura decían "no" a la violencia de género y "sí" a la igualdad.

Ambas exposiciones han sido impulsadas por Katalina Mikhailova, creadora de Movimiento sin Piedad, un alegato fotográfico y musical contra la violencia de género, junto a Juan Carlos Vega, artista y fotógrafo asturiano que ha sido capaz de captar la postura más firme de los famosos y, ahora, de empleados de Metro, contra este tipo de violencia. 'Metreros sin Piedad' permanecerá abierta hasta el próximo 25 de noviembre: los jueves, de 9:00 a 13:00 h; los viernes de 9:00 a 14:00 h, y los sábados y domingos de 11:00 a 14:00 h.

Esta iniciativa, que coincide con la celebración el 25 de noviembre del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, es la primera acción organizada por Metro dentro de la campaña '100 días solidarios', con la que la compañía pretende movilizar a clientes y empleados y unirse a ellos para apoyar activamente distintas causas sociales, desde noviembre de 2018 hasta octubre de 2019, coincidiendo con las celebraciones del centenario de la red de Metro.

La compañía pone en marcha así una iniciativa solidaria que reúne a más de 30 ONG que realizarán acciones de sensibilización, concienciación, voluntariado,

recaudación de fondos y captación de socios en la red. De este modo, la línea social de Metro de Madrid también es protagonista de las celebraciones del centenario, como ejemplo de la evolución de la compañía que, en sus casi 100 años de vida, ha demostrado su capacidad y disposición para dar respuesta a las necesidades sociales.

Los '100 días solidarios' de Metro de Madrid permitirán impulsar los proyectos puestos en marcha por un amplio abanico de entidades que representan distintas causas sociales vinculadas a la línea social, como son: la inclusión social y el respeto a la diversidad; la salud y el apoyo a colectivos vulnerables o en riesgo de exclusión social, como menores de edad, personas con discapacidad, mayores, mujeres y jóvenes.

Todo ello con el fin último de dar respuesta a los objetivos del programa de acción social de la compañía, que trabaja para favorecer la inclusión a través del transporte e impulsar el desarrollo económico y social de quienes más lo necesitan.

Se trata de una campaña con la que Metro de Madrid quiere superar la cifra de '100 días solidarios'. Para ello, como ya viene haciendo de forma habitual en el marco de su programa social, Metro pondrá a disposición de entidades y causas sociales recursos clave de la compañía, como bienes y materiales que ya han sido amortizados (a través de donaciones), servicios propios del suburbano, la experiencia, capacidades, talento y tiempo de sus empleados (mediante acciones de voluntariado), así como los espacios de la red de Metro, para la difusión de las distintas causas, aprovechando su gran potencial como canal de comunicación.

Las instalaciones de Metro son un escenario idóneo para el desarrollo de acciones sociales, al contar con grandes espacios -estratégicos y de gran visibilidad- repartidos por toda la ciudad de Madrid y otros 11 municipios; así como con varios canales de comunicación y de difusión (como Canal Metro), las redes sociales o la propia web, capaces de llegar a millones de personas.

ENTIDADES BENEFICIARIAS

Las entidades seleccionadas para formar parte de este encuentro solidario trabajan a favor de diversas causas sociales. La campaña arranca con la exposición contra la violencia de género, junto a Movimiento sin Piedad, y continuará en diciembre con la iniciativa 'El árbol de los deseos', llevando regalos a niños y jóvenes residentes en centros tutelados de la Comunidad de Madrid y de diversas asociaciones que trabajan con familias con escasos recursos y con personas mayores.

A partir de enero, se sucederán acciones a favor de la investigación y la lucha contra el cáncer infantil, en colaboración con El sueño de Vicky, Unoentrecienmil

y la asociación Asión, que se unen a Juegaterapia en su apuesta por llevar diversión a los más pequeños durante su estancia en hospitales.

Completarán la colaboración en el ámbito de la salud: la asociación ADELA, la Asociación de Trastornos del Espectro Alcohólico Fetal, la Asociación Hemiweb, X-Frágil, Andrés Marcio y Unidos por la Médula.

Durante el mes de diciembre, especialmente, y durante toda la campaña, se impulsará el voluntariado en colaboración con la Fevocat y se dará visibilidad a causas relacionadas con la inclusión, a través de las acciones que se llevarán a cabo en colaboración con la Asociación Realidades, la Fundación Esfera, Fundación A la Par, Fundación Balía, Fundación Alas Madrid, Fundación Adecco, Integra y Amigos de los Mayores, Plena Inclusión, Down España; y se dará cabida también a la cooperación al desarrollo con Entreculturas y Inakuwa.

La línea social de Metro ha llevado a cabo, desde su creación, más de 450 colaboraciones, con una media de 75 al año, con más de 400 entidades sociales. En el marco de este programa, Metro ha desarrollado más de 80 acciones de voluntariado con los trabajadores de la compañía, lo que ha supuesto la cesión de casi 3.500 horas de trabajo desinteresado de los voluntarios de Metro, que cuenta ya con cerca de 250 personas.