

El objetivo de este acuerdo es proteger a los menores que acuden a ver películas infantiles

La Comunidad acuerda con las empresas cinematográficas vigilar la publicidad en las salas de cine

- El Gobierno regional y la Federación de Entidades de Empresarios de Cine de España asumirán una especial vigilancia en el contenido de la publicidad que se proyecte antes de cada película
- Esta medida está contenida dentro de la Estrategia de Apoyo a la Familia 2016-2021, que cuenta con un presupuesto de 2.696 millones de euros

2 de noviembre de 2017.- La Comunidad de Madrid ha firmado un acuerdo con la Federación de Entidades de Empresarios de Cine de España por el que ambas instituciones van a asumir una especial vigilancia sobre el contenido de la publicidad que se proyecte antes de cada película, de forma que sea acorde a la calificación oficial por edades de la película que va a ser proyectada.

El consejero de Políticas Sociales y Familia, Carlos Izquierdo, ha explicado este acuerdo en el Pleno de la Asamblea, donde ha afirmado que “lo que pretendemos es que en dicha publicidad, es decir en los tráiler y en los anuncios que se proyectan, no aparezcan escenas o mensajes de cualquier tipo que pudieran perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores”.

Gracias a esta declaración, la Federación de Cines de España se compromete a facilitar a los medios de comunicación, con antelación suficiente a su publicación, información adecuada sobre la calificación oficial de las películas, una vez establecida ésta por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

Igualmente, expresan su firme voluntad de promover entre sus miembros la necesidad de asumir una especial vigilancia sobre el contenido de la publicidad que se proyecte de manera previa a cada película, de forma que dicha publicidad sea acorde a la calificación oficial por edades de la película que va a ser proyectada, de forma que en dicha publicidad no aparezcan escenas o mensajes de cualquier tipo que pudieran perjudicar a los menores.

ESTRATEGIA DE APOYO A LA FAMILIA

Este acuerdo es una de las medidas incluidas en la Estrategia de Apoyo a la Familia 2016-2021, que cuenta con 288 medidas que tienen como objetivo principal incentivar la natalidad en la Comunidad de Madrid y prestar apoyo a todo tipo de familias madrileñas, con especial atención a aquellas que cuentan con pocos recursos o con situaciones más vulnerables. La estrategia cuenta con un presupuesto de 2.696 millones de euros para desarrollar todas las medidas.

Del total de los costes de la estrategia, 2.351 millones van destinados a educación, el 87 %; 64 millones se destinan a vivienda y transporte, el 2,3 %; y 89 millones va a servicios sociales, lo que supone el 3,3 %. Además, las familias se van a ahorrar 1.444 millones hasta el año 2021 gracias a distintas deducciones.