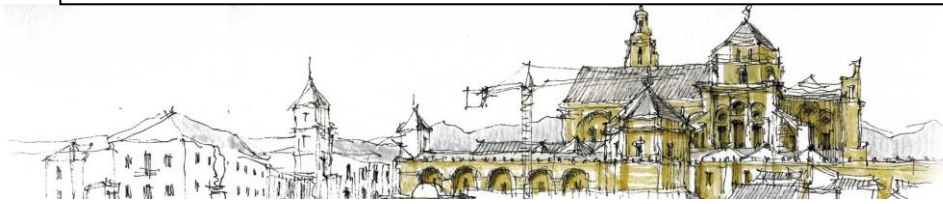


# NOTA DE PRENSA



Federación de Asociaciones Vecinales de Córdoba Al-Zahara, Casa Ciudadana 14007, 957-764495 Medalla de Oro de la Ciudad

**Córdoba, 8 de febrero de 2022**

**EL CONSEJO DEL MOVIMIENTO CIUDADANO RESPALDA LA MEDIDA**

## **Al-Zahara reclama al Ayuntamiento que ataje en sus contratos de publicidad campañas “manipuladoras”**

**- Pide al Consistorio y sus empresas que impida “acosar a las personas en el ejercicio legítimo de sus derechos”.**

**- También solicita que no se incite a las drogas, el alcohol o el juego lucrativo ni se discrimine por razón de sexo, ideología o religión.**

La Junta Directiva de la Federación de Asociaciones Vecinales de Córdoba Al-Zahara, ha obtenido el respaldo del Consejo del Movimiento Ciudadano en su última sesión, para elevar a los órganos municipales oportunos, que “todos los contratos que se realicen con agencias publicitarias desde el Ayuntamiento de Córdoba y sus empresas o entidades municipales introduzcan una cláusula obligatoria en la que se contemple la prohibición de mensajes escritos, orales o imágenes que puedan impedir, obstaculizar y acosar a las personas en el ejercicio legítimo de sus derechos o induzcan al consumo pernicioso de drogas, alcohol, alimentación insana, inciten al juego telemático o en casas de apuestas”, además de “anuncios de índole discriminatorio ya sea sexista, xenófoba, racista homófoba, religiosa, etcétera, o fomenten cualquier actitud contraria a la dignidad personal y moral de las personas”.

La iniciativa de Al-Zahara busca que el Ayuntamiento “fije medidas para que los espacios Municipales dedicados a publicidad no se usen en campañas manipuladoras de la opinión pública ni permita propaganda que promueva acciones contrarias al ejercicio de derechos legítimos de las personas”.

Al respecto, para los responsables de la federación vecinal “el derecho democrático a la libertad de expresión viene utilizándose con frivolidad, sin el sentido jurídico que le corresponde y aplicándolo a justificar los intereses que convienen a los responsables del mensaje propagandístico”. Ante esta situación, la directiva aboga “prevenir y evitar mensajes engañosos”, instando al Ayuntamiento a que “se tomen las medidas adecuadas para que las agencias de publicidad no utilicen espacios públicos municipales cuando promuevan actuaciones contrarias a los derechos democráticos de la ciudadanía o mensajes de consumismo perniciosos para la población en general”.