



GRUPO PARLAMENTARIO

PREGUNTA CON RESPUESTA POR ESCRITO

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

DON EDUARDO LUIS RUIZ NAVARRO, DOÑA MARÍA DE LA CABEZA RUIZ SOLÁS, DON JUAN JOSÉ AIZCORBE TORRA, DON PABLO JUAN CALVO LISTE, DON CARLOS JOSÉ ZAMBRANO GARCÍA-RÁEZ y DON ANDRÉS ALBERTO RODRÍGUEZ ALMEIDA, en su condición de Diputados del Grupo Parlamentario VOX (GPVOX), al amparo de lo establecido en los artículos 185 y siguientes del vigente Reglamento del Congreso de los Diputados, presentan las siguientes preguntas, para las que solicitan respuesta por escrito.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

PRIMERO. - El día 27 de julio de 2022, el Instituto de las Mujeres ("IDM"), organismo autónomo adscrito al Ministerio de Igualdad, presentó una campaña publicitaria para el verano titulada "El verano también es nuestro", cuya imagen era la siguiente:



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO



La campaña se consideraba necesaria, tal y como expresaba el comunicado publicado en la página web oficial del IDM, ahora eliminado, por los siguientes motivos:

“[Surge como respuesta a] la gordofobia, al odio y cuestionamiento de los cuerpos no normativos, particularmente los de las mujeres, que en los periodos estivales, se produce de manera más acusada. En verano, la discriminación corporal y la violencia estética se incrementan, como ponen de manifiesto los centenares de mensajes recibidos tras el lanzamiento de la campaña o las decenas de quejas ciudadanas que recibe el Observatorio de la Imagen de las Mujeres, dando cuenta



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

de cómo muchas marcas siguen empleando en sus campañas de publicidad de verano modelos que atienden a cánones de belleza basados en estereotipos de género (...)”¹.

Además, para justificar la necesidad de esta campaña, la directora del IDM, doña Antonia Morillas González, señalaba en el mismo comunicado lo siguiente: “[c]uando a las mujeres se nos dice que si no eres delgada, joven, si tienes estrías, celulitis o cicatrices, tu cuerpo no es válido, se nos destruye la autoestima y tiene un impacto directo en nuestra salud, en nuestra calidad de vida y en la posibilidad de ser y ejercer todos nuestros derechos. Hablar de discriminación corporal es hablar de la vulneración de derechos que sufrimos las mujeres cuando no tenemos cuerpos normativos”.

SEGUNDO. - La autoría de la ilustración elegida para protagonizar la campaña del IDM corresponde a doña Gisela Escat Fernández, responsable del proyecto artístico “Arte Mapache”², que, según expresa la autora en la página web, “*nace (...) bajo una mirada feminista, de activismo y como terapia propia de una sociedad que ha hecho durante años que me avergonzara de mi cuerpo ya que no entraba dentro de los cánones de belleza establecidos*”. En la página web no consta razón social alguna.

TERCERO. - La ilustración de la campaña ha generado, sin embargo, una grave polémica de alcance internacional en torno al Ministerio de Igualdad del

¹<https://web.archive.org/web/20220728222525/https://www.inmujeres.gob.es/actualidad/noticias/2022/Julio/elveranotambienesnuestro.htm>

²<https://web.archive.org/web/20210729132313/https://www.artemapacheartist.com/ermimos-y-condiciones>



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Gobierno de España, por haber incurrido su elaboración en numerosas irregularidades.

1. El día 28 de julio, doña Nyome Nicholas-Williams, modelo de profesión, denunció en sus redes sociales la utilización de su imagen por parte de Gobierno de España en la campaña “*El verano es nuestro*” sin haber obtenido su consentimiento. Señaló, al respecto, lo siguiente:

“Me acaban de mandar esto... mi imagen usada por el Gobierno de España en una campaña pero no me han preguntado si podían usar mi imagen ni nada semejante. Buena idea pero muy mala ejecución. PREGUNTA si puedes usar mi imagen”³.

2. Otras mujeres manifestaron públicamente quejas similares a la anterior en los días posteriores. Doña Sian Green-Lord, modelo, doña Raissa Galvão, bloguera, y doña Ami Barwell, fotógrafo, denunciaron también, en los días posteriores, el uso y manipulación de fotografías suyas para la elaboración de la imagen de campaña del Ministerio de Igualdad, sin haber obtenido su consentimiento.

La señora Green-Lord, por ejemplo, expresó lo siguiente:

“No sé ni cómo explicar la rabia que siento ahora mismo. Un amigo me ha enviado una campaña del Gobierno de España en la que se usa mi imagen, pero en la que han borrado mi pierna ortopédica. Estoy muy

³ https://www.instagram.com/p/Cgh_j8aqdMH/?utm_source=ig_embed&ig_rid=88dbc135-8b61-409c-81c8-9cee2042613a



enfadada. No sé ni por dónde empezar a explicar cómo me hace sentir. La han cogido sin mi permiso. Esto está mucho peor que mal hecho”⁴.

3. El 28 de julio, un día después de la publicación de la campaña, desde la cuenta oficial de *twitter* de “Arte Mapache”, la autora publicó un mensaje pidiendo perdón por “haberse inspirado” en las imágenes de estas mujeres, así como por haber utilizado la tipografía del cartel sin la correspondiente licencia⁵. Sorprende, sin embargo, que no se disculpe por haberlas utilizado indebidamente, sin obtener el debido consentimiento de las modelos.

El mensaje en cuestión era el siguiente:



Abro hilo

Primero de todo me gustaría pedir públicamente disculpas a las modelos por haberme inspirado en sus fotografías para la campaña “El verano también es nuestro” y por haber utilizado una tipografía sin licencia (pensando que era libre.)

7:01 p. m. · 28 Jul. 2022 · Twitter Web App

4. Ese mismo día, el IDM se hacía eco de la repercusión de su campaña en diversos medios de comunicación internacionales⁶. El diario *Público*⁷ también se hacía eco de esta repercusión, y, de forma sorprendente, el IDM respondía también al mensaje de disculpa publicado por “Arte Mapache”

⁴ Declaración de la modelo en su red social de *Instagram* transcrita por el medio de comunicación *El Confidencial* en el siguiente artículo:
https://www.elconfidencial.com/espana/2022-07-29/segunda-modelo-denuncia-igualdad-uso-su-foto-han-borrado-pierna-ortopedica_3469061/

⁵ <https://twitter.com/ArteMapacheArt/status/1552700880138420224>

⁶ <https://twitter.com/InstMujeres/status/1552637793205116928>

⁷ <https://www.publico.es/mujer/medios-internacionales-eco-campana-verano-igualdad-reivindica-diversidad-corporal.html>



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

felicitando a la autora por su labor y por reconocer su error⁸. El mensaje en cuestión expresaba lo siguiente:



instituto de las mujeres ✓
@InstMujeres

...

Gracias por tu activismo antigordofobia, por reconocer el error respecto a la ilustración y estar abierta a escuchar a las mujeres implicadas en la lucha frente a la gordofobia y frente al racismo.

Seguimos construyendo alianzas para que se reconozcan las violencias estéticas.

5:21 p. m. · 28 de julio de 2022 · Aplicación web de Twitter

5. Sin embargo, sólo 2 días después, el 30 de julio, el IDM reaccionó y publicó un mensaje pidiendo disculpas por el daño ocasionado y se comprometía a resolver la situación tanto con la autora del cartel como con las modelos cuya imagen se había utilizado⁹. En concreto, el IDM publicaba lo siguiente:



Instituto de las Mujeres ✓
@InstMujeres

...

En relación al cartel'El verano también es nuestro'queremos aclarar que en ningún momento tuvimos conocimiento de que eran modelos reales.Estamos resolviendo con la autora y vamos a contactar con las modelos para resolver esta cuestión.Pedimos disculpas por el daño ocasionado.

11:46 a. m. · 30 jul. 2022 · Twitter for Android

6. Por otra parte, en las mismas fechas, diversos usuarios de *Twitter* se hicieron eco de la licitación de un contrato publicado por el IDM en la Plataforma de Contratación del Sector Público (“PCSP”) en el mes de diciembre de 2021,

⁸ Fuente: <https://twitter.com/InstMujeres/status/1552705842675388416>

⁹<https://twitter.com/InstMujeres/status/1553316083557437442?s=20&t=OLQTHuLpvHKEtE3-ZAr4Iw>



con número de expediente 21CO0005¹⁰, para la elaboración de una campaña institucional por importe de 100.000 euros. El objeto de esa campaña era el *“servicio para el diseño de la creatividad y la producción de una campaña de sensibilización contra los estereotipos de género basados en los cánones de belleza femeninos, dirigida a la población general”*.

La licitación fue tramitada por el procedimiento abierto simplificado y el contrato fue adjudicado, en marzo de 2022, a la mercantil *“The Tab Gang S.L.”* por un importe de 84.500 euros.

Este hecho, junto con la ausencia de información acerca de la razón social bajo la que opera el proyecto de la señora Escat Fernández, *“Arte Mapache”*, favoreció las especulaciones de los usuarios en torno al importe que habría pagado el IDM por la polémica campaña *“El verano es nuestro”*.

7. Salvo que la mercantil *“The Tab Gang S.L.”* subcontratara personalmente a la señora Escat Fernández o a la mercantil bajo la que opere *“Arte Mapache”* para elaborar la ilustración, hecho negado tanto por el IDM, como por la mercantil y por la autora de la ilustración, la cuantía que habría recibido *“Arte Mapache”* por el encargo fue de 4.490 euros, según afirmó la autora, y fue confirmado por la directora del IDM, doña Antonia Morillas González, en su cuenta de *Twitter*¹¹.

¹⁰https://contrataciondelestado.es/wps/portal/!ut/p/b0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfijU1JTC3ly87KtUIJLEnNyUuNzMpMzSxKTgQr0w_Wj9KMyU1zLcvQjPSvLvSw9jF3Dc1OLqozdA1NMi8yCA21t9Qtycx0BkxcsfQ!!/

¹¹ <https://twitter.com/ArteMapacheArt/status/1552701168165523457>
<https://twitter.com/antoniamorillas/status/1552674197926715395>



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO



Toni Morillas
@antoniamorillas

Mientes. La ilustración realizada por Arte Mapache ha costado 4.990 euros.
Es absolutamente FALSO que haya costado 84.000€.

Para acusarnos de un delito, lo mínimo es estar bien informada. Debes rectificar ya.
twitter.com/Paulafraga_/s...

Este Tweet fue eliminado por su autor. Más información

5:15 p. m. · 28 jul. 2022 · Twitter for Android

8. Por último, la ausencia de publicación de la licitación del contrato que se adjudicó a “Arte Mapache” en la PCSP y el importe referido, menor de 5.000 euros, hacen pensar que la elaboración de la ilustración de la campaña pudo haber sido adjudicada bajo la figura del contrato menor, tal y como éste se regula en la *Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014* (la “LCSP”).

En consideración a lo anterior, se formulan las siguientes

PREGUNTAS

1. ¿Bajo qué procedimiento de licitación fue adjudicada la elaboración de la ilustración de la campaña “El verano también es nuestro”?
2. ¿Por qué razones?



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Palacio del Congreso de los Diputados, a 08 de septiembre de 2022.

Don José María Figaredo Álvarez-Sala.

Portavoz Sustituto GPVOX.

Don Eduardo Luis Ruiz Navarro.

Diputado GPVOX.

Doña María de la Cabeza Ruiz Solás.

Diputado GPVOX.

Don Juan José Aizcorbe Torra.

Diputado GPVOX.

Don Andrés Alberto Rodríguez Almeida.

Diputado GPVOX.

Don Carlos José Zambrano García-Ráez.

Diputado GPVOX.

Don Pablo Juan Calvo Liste.

Diputado GPVOX.