



GRUPO PARLAMENTARIO

PREGUNTAS CON RESPUESTA POR ESCRITO

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

DOÑA LOURDES MÉNDEZ MONASTERIO, DON EDUARDO LUIS RUIZ NAVARRO, DON PABLO JUAN CALVO LISTE, DOÑA MARÍA DE LA CABEZA RUIZ SOLÁS, DON JUAN JOSÉ AIZCORBE TORRA, DON CARLOS JOSÉ ZAMBRANO GARCÍA-RÁEZ, DON MANUEL MARISCAL ZABALA, DON VÍCTOR SÁNCHEZ DEL REAL y DON JOSÉ MARIA FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, 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.- PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

El artículo 12 de la *Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional* establece la obligatoriedad de que el Gobierno -a través de la Comisión de publicidad y comunicación institucional creada al efecto y



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

constituida formalmente el día 28 de noviembre de 2006- elabore anualmente un Plan de publicidad y comunicación institucional (en adelante, el “Plan”).

En cada Plan -continúa el mismo precepto- “se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a esta”. Además, “se especificarán (...) las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas”.

Asimismo, de acuerdo con lo preceptuado en el artículo 11.1.g) del *Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado*, en todo Plan deberán incluirse las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

Pese a que el artículo 11.1 del citado *Real Decreto* dispone que el Consejo de Ministros debe aprobar, cada mes de enero, el Plan correspondiente a ese año natural, el del ejercicio 2020 no fue aprobado hasta el pasado 26 de mayo, con más de cuatro meses de retraso.

## SEGUNDO.- ANÁLISIS SUCINTO DEL PLAN DE 2020

El vigente Plan prevé para este año 2020 una inversión de 66,06 millones de euros (3,2 millones de euros más que en 2019), destinada a sufragar un total de



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

107 campañas institucionales. Estas se difundirán mayoritariamente en internet, radio, prensa escrita, televisión, soportes exteriores y revistas, por ese orden.

En cuanto al reparto del volumen de campañas por Ministerios, *“destacan (por encima del 10% del presupuesto total) los ministerios de Sanidad con el 20,93 % (13.826.700 euros), Agricultura, Pesca y Alimentación con el 15,28 % (10.094.581 euros), Asuntos Económicos y Transformación Digital con el 12,81 % (8.465.289 euros) e Interior con el 11,40% (7.532.000 euros). Estos cuatro ministerios relacionados suman el 60,43 % del total de la inversión prevista”*.

Los Ministerios que llevarán a cabo un mayor número de campañas institucionales en este año 2020 son el de Transición Ecológica, con 33; Agricultura, Pesca y Alimentación, con 14; y Cultura y Deporte, con 10 campañas.

En cuanto a las campañas más caras, por encima de los cuatro millones de euros cada una, se describen en el plan las siguientes seis:

*“Campaña Divulgativa de la Seguridad Vial 2020 y Semana Santa 2021 (Dirección General de Tráfico), 2 campañas de la Dirección General de Salud Pública, Calidad e Innovación del Ministerio de Sanidad relacionadas con la emergencia sanitaria COVID-19, Segundo Dividendo Digital (Red.es), la campaña para Incentivar el Turismo Nacional con motivo del COVID-19 (Secretaría de Estado de Turismo) y Un País que siempre se levanta. En el Día Después más Agenda 2030 (Secretaría de Estado para la Agenda 2030)”*.

En el Anexo IV del Plan vigente se recoge una relación de “Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005”, que en el presente ejercicio serán contratadas por nueve Ministerios:



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Hacienda; Transportes, Movilidad y Agenda Urbana; Industria, Comercio y Turismo; Agricultura, Pesca y Alimentación; Cultura y Deporte; Asuntos Económicos y Transformación Digital; Ciencia e Innovación y Universidades.

En total, se llevarán a cabo 51 campañas comerciales durante el año 2020, con una inversión de 135.464.135 euros. La inversión en campañas comerciales es más del doble que la efectuada en las campañas institucionales reguladas por la *Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional*.

### **TERCERO.- LAS DOS CAMPAÑAS QUE DESARROLLARÁ EL MINISTERIO DE IGUALDAD EN 2020**

Al amparo del vigente Plan, la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género, perteneciente al Ministerio de Igualdad, llevará a cabo dos grandes campañas en el año 2020:

- (i) *“Campaña de concienciación social contra las distintas formas de violencia contra las mujeres”.*
  - a. Promovida por la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la Violencia de Género (Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género).
  - b. Plazo de ejecución: del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020.
  - c. Coste: 3.250.000 euros.



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

- (ii) *“Campaña de concienciación social contra la violencia de género ante la emergencia de salud pública en relación con el Covid-19 en España”*.
- a. Promovida por la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la Violencia de Género (Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género).
  - b. Plazo de ejecución: Del 21 de mayo al 6 de junio de 2020.
  - c. Coste: 2.000.000 euros.

Aunque al Ministerio liderado por la señora Montero Gil solo se hayan adjudicado este año dos campañas de un total de 107, lo cierto es que ambas se cuentan entre las 17 más costosas, -ocupando las posiciones 8ª y 12ª, concretamente-, según consta en el Cuadro 5.1 del Plan.

#### **CUARTO.- CAMPAÑA “LA VIOLENCIA DE GÉNERO LA PARAMOS UNIDAS”**

La Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género puso en marcha el pasado mes de mayo la segunda de las campañas descritas en el Expositivo anterior. Aunque en el Plan se hablaba de forma genérica de una *“campaña de concienciación social contra la violencia de género ante la emergencia de salud pública en relación con el Covid-19 en España”*, el título concreto que se ha escogido para desarrollarla es el de *“la violencia de género la paramos unidas”*, o bien *“la violencia machista la paramos unidas”* (ambos eslóganes han tenido difusión en los medios).



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

# VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Como parte del trabajo de la Delegación en la línea descrita, se ha publicado además un resumen ejecutivo titulado *“Plan de Contingencia contra las violencias de género ante la crisis del Covid-19”*<sup>1</sup>. En él se hace mención de la campaña *“la violencia de género la paramos unidas”* y se consigna su objetivo:

*“La campaña tiene como objetivo concienciar a la ciudadanía y alertar de la necesidad de no bajar la guardia contra la violencia de género ante esta situación excepcional que las mujeres están viviendo en sus hogares, así como la concienciación por el buen trato durante el periodo de confinamiento”.*



1

<https://violenciagenero.igualdad.gob.es/sensibilizacionConcienciacion/campannas/violenciaGobierno/todoSaldráBien/ResumenEjecutivoPlanContingenciaAMPLIACIONAbril2020.pdf>

6

Grupo Parlamentario VOX, Carrera de San Jerónimo s/n 28071 Madrid

Telf. 91 390 57 63 /91 390 76 42

[gpvox@congreso.es](mailto:gpvox@congreso.es)

C.DIP 45675 15/07/2020 14:27



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

El mismo documento afirma, por cuanto respecta a la forma y al alcance de la difusión de la campaña, lo siguiente:

*“La campaña se ha difundido en todos los medios de comunicación, redes sociales y entornos digitales, a partir de la adaptación de la misma a distintos formatos (carteles, banner, etc.)”<sup>2</sup>.*

Sin embargo, y por cuanto respecta a los medios escritos (prensa o páginas web), se tiene constancia por diversas fuentes periodísticas de que la difusión de la campaña se ha hecho o hará solamente en medios de determinado perfil ideológico. Otros, prescindiendo del dato de su audiencia<sup>3</sup>, han sido omitidos en el reparto efectuado por la Delegación.

Así las cosas, se plantean las siguientes:

2

<https://violenciagenero.igualdad.gob.es/sensibilizacionConcienciacion/campannas/violenciaGobierno/todoSaldraBien/ResumenEjecutivoPlanContigenciaAMPLIACIONAbril2020.pdf>

<sup>3</sup> Entre los excluidos se encuentran, por ejemplo, El Economista, La Razón, EsDiario, Libertad Digital, Voz Pópuli, La Voz de Galicia, OK Diario, etc. Se trata, sin embargo, de medios que se sitúan en una buena posición en cuanto a su audiencia, incluidos en los rankings elaborado en mayo de 2020 por Comscore (<https://okdiario.com/sociedad/okdiario-registra-15-millones-usuarios-unicos-81-millones-visitas-mayo-5769659>) o en marzo de 2019 por Statista (<https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>).

7

Grupo Parlamentario VOX, Carrera de San Jerónimo s/n 28071 Madrid

Telf. 91 390 57 63 /91 390 76 42

[gpvox@congreso.es](mailto:gpvox@congreso.es)

C.DIP 45675 15/07/2020 14:27



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

### PREGUNTAS

1. ¿Cuáles han sido los medios escogidos para publicitar la campaña del Ministerio de Igualdad *"la violencia de género/machista la paramos unidas"*? (Desglosar el tipo de medio, el nombre y el número de veces que la campaña se difundirá en cada uno de ellos)
2. ¿Qué coste concreto ha tenido la inserción de la campaña *"la violencia de género/machista la paramos unidas"* en cada uno de los medios en que se ha publicitado o se va a publicitar?

Palacio del Congreso de los Diputados, a 15 de julio de 2020.

VºBº Doña Macarena Olona Choclán.

Portavoz Adjunta GPVOX.

Don Eduardo Luis Ruiz Navarro.

Diputado GPVOX.

Doña María de la Cabeza Ruiz Solás

Diputada GPVOX.





CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Don Juan José Aizcorbe Torra.

Diputado GPVOX.

Don José María Figaredo Álvarez-Sala.

Diputado GPVOX.

Don Carlos José Zambrano García Ráez.

Diputado GPVOX.

Don Pablo Juan Calvo Liste

Diputado GPVOX.

Don Manuel Mariscal Zabala

Diputado GPVOX.

Don Víctor Sánchez del Real

Diputado GPVOX.

Doña Lourdes Méndez Monasterio.

Diputada GPVOX.

C.DIP 45675 15/07/2020 14:27