



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 JOSÉ MARÍA 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 la siguiente **pregunta, para la que solicitan respuesta por escrito.**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

PRIMERO.- La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (en adelante, "Correos"), se creó en 1716 para prestar un servicio público de comunicaciones a los españoles. Su misión ha ido ampliándose con el paso del tiempo y con el desarrollo de las tecnologías, hasta llegar a abarcar no solo el servicio de las comunicaciones físicas sino también de las digitales y de paquetería. Tal y como se reconoce en la Disposición adicional primera de la *Ley 43/2010, de 30 de*



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal, la labor de Correos, operador a quien se ha encomendado la prestación de dicho servicio esencial, es de importancia estratégica para España.

En cuanto a su forma jurídica, Correos es una sociedad anónima mercantil participada al 100% por el Estado, en virtud del artículo 58 de la *Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social* y del Anexo I de la *Orden HAP/583/2012, de 20 de marzo, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de marzo de 2012, por el que se aprueba el plan de reestructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal*. Esta participación se articula a través de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), entidad pública empresarial incardinada orgánicamente en el Ministerio de Hacienda.

Por cuanto respecta a la normativa sobre emisión de sellos, la *Exposición de Motivos del Real Decreto 1637/2011, de 14 de noviembre, por el que se establece la composición, competencias y régimen de funcionamiento de la Comisión Filatélica del Estado y se regulan las emisiones de sellos de correo y otros signos de franqueo* dispone que *“la emisión de sellos, en cuanto actividad administrativa que es, debe estar regulada y sujeta a la tutela de la Administración pública competente”*.

Esta norma remite a su vez a la *Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal*, que establece lo siguiente en su disposición adicional cuarta:

“1. Las emisiones de sellos de correo y demás signos de franqueo, así como su programación, serán autorizadas mediante resolución conjunta de los



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

Subsecretarios de Economía y Hacienda y de Fomento en los términos que se desarrolle reglamentariamente.

2. Se crea, adscrita al Ministerio de Fomento, la Comisión Filatélica del Estado, como órgano consultivo de los Ministerios de Economía y Hacienda y de Fomento, con funciones de consulta, asesoramiento y propuesta en materia de emisión de sellos y demás signos de franqueo”.

SEGUNDO.- El 25 de mayo de 2021 la Sociedad Estatal lanzó una campaña¹ con el siguiente mensaje:

“En Correos creemos que el valor de una persona no debería tener color, por eso lanzamos #EqualityStamps: una colección de sellos en la que cuanto más oscuro sea el color del sello, menor valor tendrá. Reflejando así una injusta y dolorosa realidad que no debería existir”.

La mercantil justifica esta acción alegando que:

“En Correos no nos mantenemos al margen frente a la discriminación racial, por eso, en el mes Europeo de la Diversidad y coincidiendo con el primer aniversario del asesinato de George Floyd, lanzamos una colección de sellos que refleja una injusta y dolorosa realidad a la que se enfrentan millones de personas cada día. Cuanto más oscuro es el color del sello, menor valor tendrá.

Convertimos así cada carta y cada envío en un reflejo de la desigualdad que crea el racismo, y en un paso más hacia su desaparición definitiva”.

¹

https://tienda.correos.es/collection/equality-stamps?utm_source=twitter&utm_medium=link&utm_campaign=NTC_equalitystamps

3



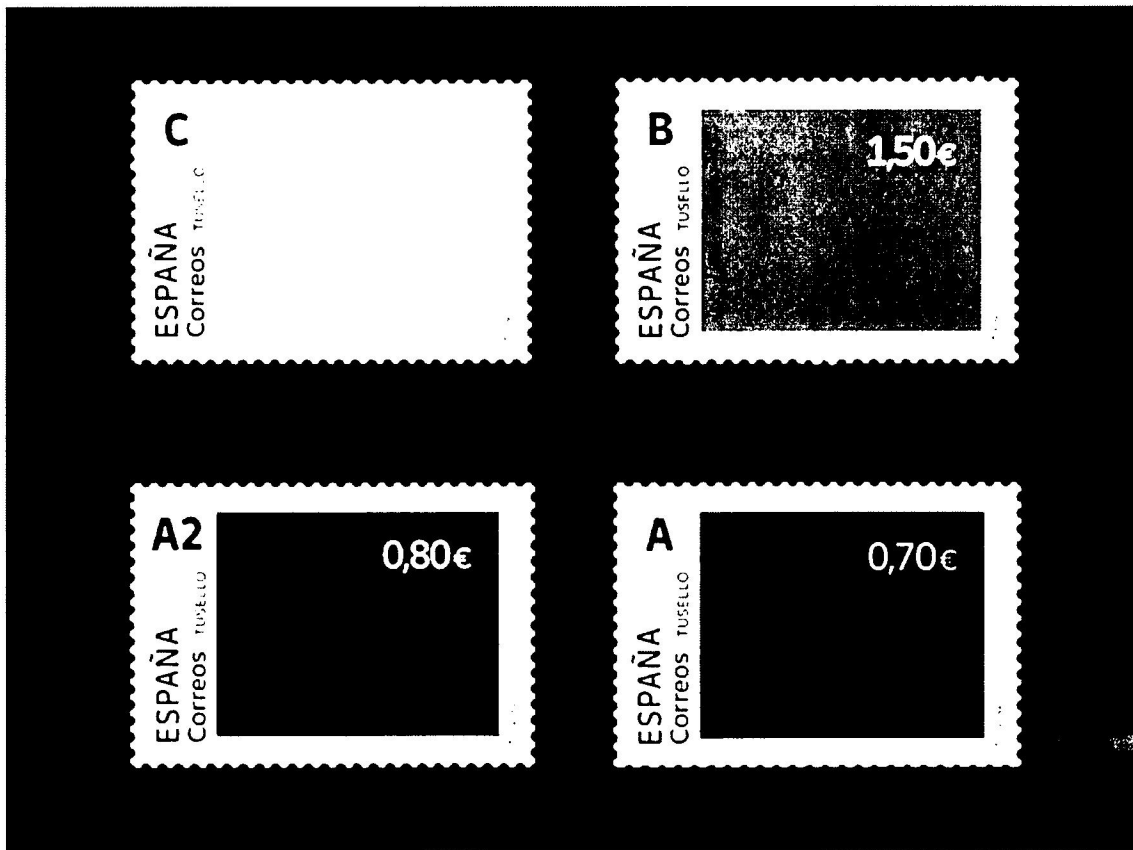
CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

La campaña sirve para presentar la emisión de cuatro sellos con diferentes colores y precios (siendo más barato el más oscuro y más caro el más claro). Estos sellos han sido denominados “Equality Stamps” y son los siguientes:



Sin embargo, diversos medios de comunicación, como, por ejemplo, *ABC*, ha publicado un artículo² dedicado a la acogida por la ciudadanía de esta campaña, señalando que:

² https://www.abc.es/sociedad/abci-ultima-campana-correos-promueve-mas-sellos-negros-blancos-personas-no-tienen-color-202105261925_noticia.html



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

“La última campaña de Correos enciende las redes al asignar un valor menor al sello negro frente al blanco.

(...) los anuncios de Correos, que han recopilado una retahíla de impresiones desfavorables en el 'timeline' de sus redes sociales”.

También, la emisora de radio *Onda Cero* ha dedicado un apartado a esta polémica campaña³, y ha publicado lo siguiente:

“La polémica campaña de Correos contra el racismo que ha generado multitud de críticas y memes”.

TERCERO.- No es la primera vez que Correos lanza una campaña que genera tanta polémica. El 18 de junio de 2020, la Sociedad Estatal estrenó la campaña que llevaba por título *“no solo amarillo”* y tenía por objeto publicitar la emisión del sello conmemorativo del día internacional del *“orgullo LGTBI”*. El mensaje del vídeo que acompañaba la campaña rezaba así:

“En Correos somos amarillos. Pero nos encanta que tú puedas ser verde, o naranja. O que seas azul y te guste el violeta. O que seas azul y te guste el azul. Sí, o que seas azul y te guste el verde con el amarillo con el rojo. O que seas verde y no te guste ningún color. ¡Pues claro que sí! O que antes fueras naranja pero ahora seas rojo. Nos parece perfectísimo. Eso. Que nos flipa que, igual que nosotros somos amarillos, tú puedas ser del color que quieras. Y, para celebrarlo, hemos hecho una cosa nunca antes hecha: hemos lanzado este sello, que no es solo amarillo y que lo puedes conseguir en correos.es y en las principales oficinas. Ah,

³ https://www.ondacero.es/noticias/virales/polemica-campana-correos-racismo-que-generado-multitud-criticas-memes_2021052660ae9e5fb9c98f0001a06a43.html



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

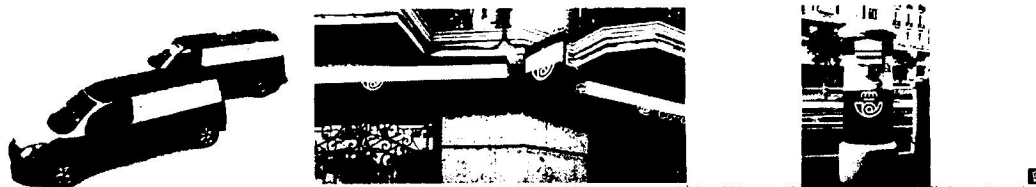
XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

y hemos pintado un montón de cosas de #nosoloamarillo: alguna oficina, furgonetas, buzones y buzones por dentro (...). Qué bueno que cada uno sea como quiera y celebrarlo todos juntos. Pues claro que sí”.

Esta campaña vino acompañada de banderas LGTBI en furgonetas, buzones, marquesinas de oficina de correos, y por supuesto en los sellos que se emitieron.



Esta campaña tuvo un coste, según el Gobierno, de 46.896 euros, como así lo indican en una respuesta de agosto de 2020¹ (nº de registro de la respuesta: 50184) a varias preguntas realizadas por este grupo parlamentario. La respuesta indica lo siguiente:

“Las acciones de comunicación y marketing desarrolladas por CORREOS con motivo del lanzamiento del sello «Día Internacional del Orgullo LGTBI-2020. Pasaje Begoña (Torremolinos). Cuna de los derechos LGTBI», que incluyen la rotulación de buzones y furgonetas, se iniciaron con la puesta en circulación del sello (15 de junio 2020) y finalizaron el pasado 5 de julio. Su coste total ha ascendido a 46.896 €”.

También señalan en la misma respuesta el importe obtenido por la venta de estos sellos, que ascendía a la cantidad de 132.625 euros. Sin embargo, debemos tener en cuenta que el contrato que se adjudicó a la empresa Arena Media Communications España, S.A., encargada de prestar los servicios de las

¹ https://intranet.congreso.es/entradap/l14p/e5/e_0050184_n_000.pdf



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

campañas publicitarias de la Sociedad Estatal, fue por un valor de 9.559.000 euros (IVA incluido)⁵ anuales.

Así las cosas, se plantea la siguiente

PREGUNTA

1. ¿Cuál ha sido el coste total de la campaña “*Equality Stamps*” promovida por Correos para difundir los sellos emitidos para conmemorar el primer aniversario de la muerte de George Floyd?

Palacio del Congreso de los Diputados, a 01 de junio de 2021.

⁵Formalización del contrato en 2019, ahora prorrogado, y publicado en la Plataforma de Contratación del Sector Público:
https://contrataciondelestado.es/wps/wcm/connect/bde2c8e4-ea62-4236-b99b-8be2f35f9988/DOC_FORM2019-723120.html?MOD=AJPERES



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

XIV LEGISLATURA

VOX

GRUPO PARLAMENTARIO

VºBº Doña Macarena Olona Choclán.

Portavoz Adjunta 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 José María Figaredo Alvarez-Sala.

Diputado GPVOX.

Don Carlos José Zambrano García-Ráez.

Diputado GPVOX.

Don Pablo Juan Calvo Liste.

Diputado GPVOX.

C.DIP 129666 01/06/2021 10:15