

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 41 (2014)
Heft: 2

Artikel: Los estragos del tiempo hacen mella en las pequeñas obras de arte dentadas
Autor: Lettau, Marc
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908338>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Los estragos del tiempo hacen mella en las pequeñas obras de arte dentadas

Cada vez se escriben menos cartas; la mayoría de la correspondencia es electrónica, lo que significa que cada vez se necesitan menos estampillas. No obstante, los orgullosos coleccionistas de estampillas esperan que esto no acabe con la filatelia. Correos de Suiza les da esperanzas.
Por Marc Lettau

Cuando Christian Fiechter franquea una carta no compra las estampillas que necesita en la ventanilla de Correos sino que las saca de una de sus colecciones. Este jubilado con aires de deportista que vive en Zollikerberg pega en sus sobres piezas filatélicas sin franquear de 30, 40 o incluso 50 años de antigüedad. Y dice que saquea su colección porque un experto le aconsejó una vez que lo hiciera así. Se considera que su colección, en la que seguramente durante más de seis decenios

Lo que posibilita la salida de Fiechter y el negocio de Harlacher es la larga validez de las estampillas suizas. La estampilla más antigua aún válida data de 1938. Desde 1964, todas las estampillas tienen incluso una validez ilimitada — siempre que no estén franqueadas. Esta duradera validez contrasta con el bajón del correo. Año tras año disminuye su volumen en un 2%. Y según Susanne Ruoff, Directora del Consorcio de Correos de Suiza, en el futuro se repartirán las cartas quizá sólo

correspondían a un poder adquisitivo actual de 13,6 millones de francos. En 2011 Pro Juventute percibió de esos recargos sólo 2,2 millones de francos. Según la Directora de Comunicación de Pro Juventute, Marianne Affolter, las cifras reflejan el drástico cambio de la importancia de las cartas en Suiza debido a los SMS y los e-mails. Y explica que para poder seguir financiando los proyectos para niños, se apuesta ya desde hace tiempo por nuevas fuentes de ingresos: «Hoy en día



La primera marca de Suiza: el doble ginebrino (Double de Genève) de 1843



Caro ejemplar de coleccionista: «Basler Tauben» (paloma de Basilea), de 1845



Desde 1960 se han emitido casi 1500 millones de esta estampilla de 10 rappers



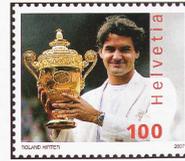
La estampilla de 6 rappers (10 ginebrinos), de 2013, con oro de 18 quilates



El «Choco Suisse» de 2001 huele a chocolate



La estampilla de Pro Juventute de 2013 con recargo benéfico



También las estrellas vivientes como Roger Federer están muy solicitadas para aparecer en las estampillas

ha invertido mucho más de 50.000 francos es «en gran medida invendible y carece de valor». El consejo del experto fue que sencillamente utilizara las estampillas de su colección aún sin franquear, y eso es lo que hace ahora Fiechter.

Hay muchos filatelistas que desde la infancia han ido alineando y pegando una estampilla tras otra en álbumes y ahora contemplan su obra un tanto desconcertados. Gracias a ellos funciona incluso un hueco de mercado postal: por ejemplo, el agente Hans Harlacher, de Tribofingen, compra piezas de coleccionista no franqueadas y las vende a una clientela exclusiva de nostálgicos y ahorrativos que franquean con ellas sus cartas. El negocio funciona porque Harlacher vende las estampillas a un precio mínimamente por debajo del valor del franco: quien usa rarezas muy antiguas logra un precio más asequible que comprando estampillas nuevas.

durante cinco días a la semana. El sábado podría convertirse en un «día sin cartas».

El ejemplo de Pro Juventute

Naturalmente, menos cartas es sinónimo de menos estampillas. Y esto agobia a una especialidad caritativa de Suiza: la estampilla de beneficencia, como la de Pro Juventute, que se emitió por primera vez en 1913. Sobre estas estampillas se impone siempre un «recargo de beneficencia», destinado a proyectos de la organización. Para Pro Juventute, los ingresos procedentes de la venta de sus estampillas con recargo se convirtieron en un importante apoyo económico. Y los escolares vendiendo las estampillas de Pro Juventute bajo el lema «de niños para niños» se convirtieron en una experiencia cotidiana típicamente suiza. En años punta se vendieron 45 millones de estampillas. Pero desde hace años, tanto la tirada como los beneficios disminuyen progresivamente. Los beneficios de 1982

las donaciones, las cooperaciones entre empresas y los legados son decisivos». Sin embargo, puede que los coleccionistas sigan fieles a las estampillas de Pro Juventute porque a menudo tienen un elevado valor artístico y son por ende objetos de colección muy apreciados por los filatélicos.

La asociación está anticuada

Por otra parte, la cifra de los apasionados por las obras de arte dentadas está en declive. En muchos clubs filatélicos suele haber hombres mayores que se mueven en su propio círculo, lo que podría ser motivo de mucha preocupación para expertos como Christoph Hertsch. Pero no es así. Hertsch pertenece a la cuarta generación de herederos que en 1905 fundaron la tienda de compraventa de estampillas Zumbstein & Cie en Berna, de la que es gerente, y publica la «Biblia de los filatélicos» — el catálogo Zumbstein. Pese a todas las previsiones agoreras es optimista. Es considerado como

la autoridad indiscutible en el mundo de la filatelia y no cree en una rápida hecatombe. Su optimismo lo basa entre otras cosas en el hecho de que «las estampillas transportan la imagen del país al mundo entero» y que Suiza no renunciará tan rápidamente a dichos «emisarios». Además opina que la estampilla es un «acervo cultural»: «Una y otra vez llaman la atención ciertas estampillas de un gran valor artístico». Hertsch se refiere por ejemplo a las del artista Franz Gertsch, este maestro de los cuadros de gran tamaño que creó obras «arrebataadoras» en el minúsculo formato de una estampilla: «No es nada fácil, porque para que una estampilla salga bien no basta con reducir simplemente el tamaño de sus motivos».

Bestseller con una tirada de miles de millones

De la estampilla permanente de 10 rappers lanzada en 1960 se emitieron 1.488 mil millo-

carta certificada a máquina sólo 5 francos. Hertsch: «Así que finalmente es la automatización la que amenaza a la estampilla como acervo cultural y su multiplicidad». Para él mismo, usar sólo estampillas es una «cuestión de honor». Por eso, en sus numerosas cartas certificadas pega de vez en cuando una de estas estampillas: «No es nada fácil, porque para que le guste especialmente: esta estampilla de 6 francos circular y laminada de oro de 18 quilates que representa la llamada «Goldvreneli», una moneda de oro. Esa «estampilla de oro emitida en 2013 complementa a una serie de especialidades filatélicas de origen suizo que comprende incluso estampillas bordadas (2000), estampillas de madera de picca (2004) y estampillas con olor a chocolate (2001).

Mientras haya coleccionistas habrá estampillas

La respuesta oficial de Correos de Suiza a la pregunta sobre el futuro de la estampilla es

estampilla sobreviva: decenas de miles se han suscrito para comprar las más recientes; Correos gana así una cantidad considerable, «sin tener que realizar ningún transporte», constata Hertsch. Pero Correos no quiere resaltar el aspecto financiero. En su opinión, la estampilla ennoblece la carta. Dérobert Fellay: «En ocasiones se considera que la estampilla refuerza el mensaje».

Hertsch asiente: la estampilla es entretanto lo que a veces diferencia un simple envío postal de un mensaje personal. Y piensa que a menudo las estampillas son cuidadosamente elegidas. En eso cifra también sus esperanzas Pro Juventute. Marianne Affolter: «Cada vez es menos necesario enviar cartas para comunicarse con el prójimo. Pero en el futuro mandar una carta podría ser un bonito y tradicional gesto». El cambio de significado de la estampilla puede que sea un consuelo para coleccionistas como Christian Fiechter, pues

«es de unidades, de la de Navidad de 2013 unos escasos cuatro millones. ¿No les amarga un poco la vida a los coleccionistas este descenso de las tiradas? Hertsch dice que no: «Es incluso más interesante». Además, los coleccionistas descubrieron nuevas pasiones. Así, crece el interés por los documentos epistolares, «que relatan una historia reconocible». Hertsch se remite a un sobre franqueado, sellado en Friedrichshafen. Lo que tiene de especial es que la carta presenta signos de haber sido rescatada de un incendio y procede de los restos del Zepelin LZ 129 «Hindenburg», que se incendió el 6 de mayo de 1937 en Lakehurst (EE.UU.): «Tiene usted en sus manos un auténtico pedazo de historia». Así, la estampilla se convierte en un «fragmento puro de la historia universal».

El enemigo de los filatélicos es la máquina. Y es que, quien manda una carta certificada, necesita estampillas por valor de 6 francos. Pero Correos factura por el franqueo de una

clara: «La estampilla no está desfasada». Cada año se producen 45 nuevas estampillas. «Y eso no cambiará en el futuro», dice la portavoz Nathalie Dérobert Fellay. Al fin y al cabo en Suiza sigue habiendo unos 150.000 coleccionistas, y estos contribuyen a que la

invertir en él no es rentable en el sentido tradicional de la palabra. El nuevo dividendo es el vivo alborozo de los que descubren en su buzón dentados mensajeros del pasado.

MARC LETTAU es redactor de «Panorama Suizo»

PIONEROS ZURIQUESES DEL PREPAGO

En 1840 se emitió en Inglaterra la primera estampilla. La idea de base era ya no cobrar los gastos de envío de una carta al destinatario, sino al remitente. El 1º de marzo de 1843 el cantón de Zúrich también introdujo este «sistema de prepago postal» como primer «Estado» después de Inglaterra. El 30 de septiembre de 1843 le siguió Ginebra con una estampilla propia, el *Double de Genève*. El 1º de julio de 1845 los basilienses pudieron comprar por 2 1/2 rappers las primeras «Basler Tauben» (palomas basilienses). Correos de Suiza se fundó en 1849, y desde 1850 empezó a emitir estampillas para toda Suiza. De aquella época data asimismo la pieza filatélica de coleccionista más valiosa: el precio de catálogo de la estampilla federal «Rayon I» de 1851, azul claro con bordes cruzados, oscila en torno a los 250.000 francos. (MUL)

