



## La desinformación al servicio del mercado "El sello NO ha muerto"....

La nueva empresa de correo privado "viaPostal" viene desarrollando sistemáticamente una campaña destinada a promover los nuevos sobres prepagados por medio de los cuales se distribuirá la correspondencia manipulada a través de ese correo privado, y para ello se les ha ocurrido la innoble tarea de hacer partícipe a la población de un anunciado funeral postal, el del sello de correos.

La campaña publicitaria, como toda novedad, léase "no-verdad", puede resultar curiosa, pero sin duda alguna, no logrará su fin como no lo ha podido tampoco, desde hace mucho tiempo, la creación de sobres prefranqueados, enteros postales, tarjetas postales, aerogramas, etiquetas y un sinfín de artículos filatélicos o seudofilatélicos que se han "inventado" con la finalidad de agilizar la manipulación de la correspondencia.

Al parecer la campaña dispone de algún incapacitado conocedor de filatelia, y desconocedor además de lo que representan los personajes aparecidos en los sellos de correos, que bien sabido es, han contribuido notablemente al desarrollo cultural de muchas generaciones de personas, no sólo ya en el ambiente filatélico, sino también como valioso auxiliar de estudio, en jardines infantiles y escuelas.

Nos referimos al personaje que aparece franqueando el sobre-esquela que ocupa más de la mitad de la página aparecida en la prensa, y que es nada menos que Walter Ulbricht, que fuera presidente de la desaparecida República Democrática Alemana, al que se le muestra como personaje de sello básico español, con valor facial desconocido de 80 pesetas. No teníamos conocimiento -con todo respeto al desaparecido Sr. W. Ulbricht-, que también había sido Rey de España.

La novedad del sobre prefranqueado es ya un viejo sistema postal, creado con la finalidad de hacer posible el franqueo ante las continuadas variaciones de tarifas postales, ya que estos se ajustan en precio de acuerdo con la tarifa vigente en el momento de su adquisición, además de "facilitar el ahorro de tiempo" casi inexistente, de pegar un sello en el sobre.

Lo que sí estará cada vez más ayudando a la desaparición de toda correspondencia escrita, es la utilización del correo electrónico, por su rapidez y bajo costo. El futuro del correo será, como estamos viendo día a día, para la distribución de publicidad, y todo tipo de servicio que requieren un resguardo físico, documentos, etc. y que de momento Internet no puede facilitar.

Pero a pesar de todas estas rivalidades que atentan contra el sello de correos, éste prevalecerá, porque paralelamente son muchas las administraciones de Correos de casi todos los países las que elaboran campañas publicitarias con vistas a la utilización del sello de correos, y por si fuera poco, el sello de correos tiene un reconocido prestigio, bien ganado en los más de 160 años de creado, y alrededor del mismo se agrupan millones de personas, coleccionistas, comerciantes, editoriales filatélicas, museos y estudiosos de la Historia postal, que le añaden el valor no sólo cultural, sino también el de la inversión, sobradamente demostrada en las frecuentes subastas internacionales, donde algunos ejemplares han llegado a competir con obras de Arte de reconocidos autores, alcanzando cifras impensadas.

**Carlos ECHENAGUSÍA**