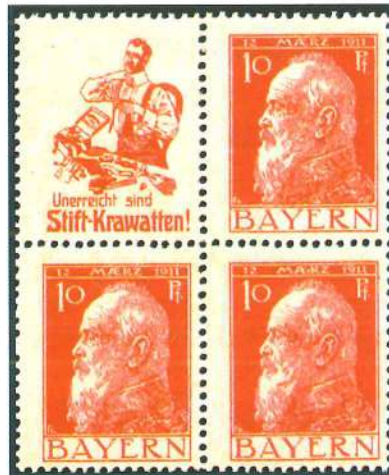


procedencia norteamericana, aunque tampoco se olvidan los temas de interés general, como las ferias de ganado o los comestibles. Estonia, pese a su corta historia filatélica, anunció en un sólo año, 1937, «Confección para damas y caballeros», «Chocolate, mazapán y cacao», «Johnnie Walker» y «Aparatos eléctricos AEG». Los anunciantes franceses prefirieron los carnets, destacando las campañas dedicadas a la cosmética, la higiene y el agua mineral. Gran Bretaña y sus colonias también practicaron esta modalidad publicitaria, pero sobre todo con temas relacionados con los transportes y las comunicaciones. Otros países que añadieron publicidad a sus emisiones fueron Holanda, Hungría, Italia, Rusia, Suecia y Suiza. A mediados de siglo este sistema fue eliminado prácticamente por todas las administraciones postales, limitándolo a campañas institucionales de interés social o a temas muy puntuales.

El coleccionismo de estos efectos postales puede hacerse a partir de los grupos más importantes: sellos con viñeta, carnets, enteros postales y sobres enteros postales. La adquisición de los dos primeros grupos no presenta grandes dificultades en nuevo, pero sí en usado, contrariamente a los dos últimos, que su estado normal es matasellado. La forma de ordenarlos debe ser cronológica y por países o temas.

Los sobres y enteros postales fabricados para firmas comerciales están sujetos a las normativas de cada país y sus tiradas nunca pueden ser reducidas (para evitar



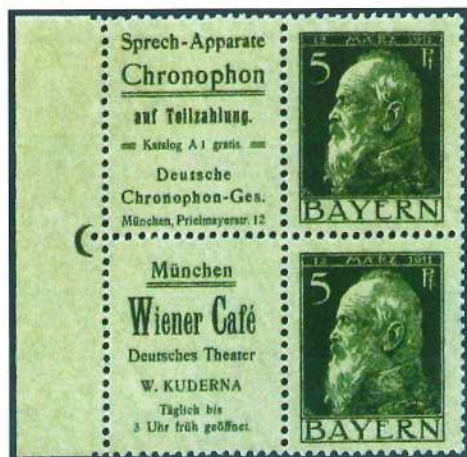
Emisión de Baviera de 1911 que incluye un anuncio de corbatas.

posibles especulaciones). En la actualidad hay países que aceptan pedidos bajo una reglamentación. También existen algunos casos de impresiones en aerogramas, así como de publicidad en los bordes de los pliegos u hojas (aunque éstos últimos son prácticamente inexistentes en el mercado).

Esta especialidad de emisiones con publicidad está recogida en algunos catálogos, pero requiere una labor personal de seguimiento de los archivos comerciales de la época, ya que no se tiene conocimiento exacto de las emisiones privadas que se han realizado.



Sello belga emitido en 1929 con viñeta publicitaria de las «Emulsiones Scott».



Sellos de Baviera de 1911 con anuncios de gramófonos y del café vienés del teatro alemán.

Mensajes institucionales

Sellos franceses con mensajes institucionales dedicados a la primera emisión de Perigueux (1970) y a la lucha contra el SIDA (1994)



En momentos puntuales, la mayoría de países utilizan los sellos con viñeta para difundir mensajes sociales o hacer publicidad de determinados eventos filatélicos. Así podemos encontrar anuncios de exposiciones, normas para el uso de los servicios de correos, normas de comportamiento ciudadano, mensajes ecológicos, etc. Las viñetas también han servido, en determinados momentos de la historia de los países, para lanzar proclamas políticas o bélicas.