

Sellos de timbre, la odisea de comprar a sobreprecio



Dayamis Sotolongo Rojas

Los sellos de timbre han ganado notoriedad en los últimos tiempos. No solo, quizás, por su escasez en las unidades de Correos de Cuba —donde único se comercializan de forma estatal—, sino por ser, tal vez, el único producto, en este desatino inflacionario tan cotidiano, que ha logrado multiplicar hasta 100 y un poco más su valor.

Y no exagero. Aunque algunas denominaciones son más costosas que otras —deduzco porque se tengan que usar para más trámites que el resto—, el precio de reventa de los sellos de timbre en el mercado informal provoca, cuando menos, infartos: 600 pesos los sellos de 5 pesos; 1 000 pesos los de 500; 2 500 pesos los de 1 000 y hasta 5 000 pesos pedían el otro día por los de 500 y los de 1 000. Y las tarifas se van elevando en la misma medida en que suben las denominaciones.

Es un negocio tan ilícito como público. Porque no les ha bastado a los revendedores su publicación en cuanto grupo de compra y venta exista en las redes sociales de Facebook o Telegram; las estampillas también han ido a parar, camufladas o no y en menor medida, hasta los catres donde se expende lo mismo un jarro que un tubo de cola loca.

Todos lo ven y muchos compran; mas, pocos —para no pecar de absoluta— denuncian o sancionan. La escasez y la venta estatal a cuentagotas, que no logra satisfacer la creciente demanda, han provocado, en parte, que los sellos se coticen

casi como un producto de primera necesidad.

Ante la inquietud de Escambray Enrique Bernal, director de la Empresa Provincial de Correos de Cuba, esclarecía no pocas dudas: que los sellos pertenecen a la Oficina Nacional de la Administración Tributaria y a Correos solo le corresponde la responsabilidad de comercializarlos según la disponibilidad; que la gran demanda a fines del pasado año y principios de este provocó como nunca el agotamiento de los sellos físicos en la isla y conllevó a una emisión

adicional de estos productos; que la mayoría de las 42 unidades de Correos están preparadas para la comercialización de forma digital de este impuesto sobre documentos...

“Hoy no hay existencia de ninguna denominación de sellos, solo queda un escaso nivel de sellos de 5 pesos en algunas unidades —asegura el directivo de Correos—. Se tomó la decisión de vender hasta cinco sellos por personas; pero la única tarea de Correos es vender. No tengo ni una denuncia ni queja contra

ninguno de nuestros trabajadores en Sancti Spiritus”.

Nada le ha podido poner coto, hasta ahora, a la reventa. Ni siquiera la entrada en vigor de la Resolución No. 685/2022 del Ministerio de Justicia (Minjus), publicada el pasado 22 de diciembre por la *Gaceta Oficial* en edición extraordinaria, que dispone “el pago físico o digital del valor del impuesto sobre documentos públicos para la prestación de servicios notariales y registrales en las notarías, registros de la propiedad, registros mercantiles y en los bufetes especializados atendidos por el Minjus”; ni la actualización de la versión de Transfermóvil para la adquisición de los sellos virtuales.

Atenta contra la iniciativa digitalizadora que no todas las personas disponen de acceso a las plataformas digitales, que no en todas las instituciones donde se realizan los trámites funciona sin contratiempos el servicio virtual, que solo puede utilizarse para documentos a surtir efectos dentro del territorio nacional y no así para presentarlos ante embajadas, que para la obtención o prórroga de los pasaportes aún no existe esta alternativa fuera de la capital del país.

Mientras, los revendedores siguen ingeniosas para llenar sus arcas y prueban *modus operandi*: algunos se trasladan hasta provincias

vecinas para adquirir los sellos impresos, otros marcan la cola varias veces y muchos les pagan a terceros para que hagan fila de unidad en unidad para comprar, primero, y revender, después.

La demanda de los sellos se ha elevado exponencialmente a causa de las solicitudes *in crescendo* para trámites migratorios o para otros procesos que pueden ir desde la inscripción de vehículos hasta la obtención del carné de identidad. El pasado 27 de diciembre en las páginas de *Juventud Rebelde* Nelson Plutín Santos, director de Registros Centrales del Minjus, explicaba que en más de 900 oficinas de ese ministerio en sus trámites requieren del uso de sellos.

“La mayoría de los sellos empleados son los de la denominación de 5 pesos, y al cierre de noviembre se habían expedido 2 550 000 certificaciones por parte de estas oficinas, lo cual da una medida de la alta demanda que tienen estos”, aseguraba Plutín Santos.

Y por lo que se vive no son cifras que tiendan a decrecer tampoco este año. Lo que no debiera seguir sucediendo es que hasta los sellos se conviertan en un negocio, que adquirir uno resulte una verdadera odisea, que no se puedan aprovechar debidamente las facilidades de la tecnología como está dispuesto o que, en el peor de los casos, haya que seguir pagando los sellos a precio de oro y no pase nada.



En la punta de la lengua

A cargo de Pedro de Jesús

Palabras del momento

No cabe duda de que *patrocinar* y *patrocinador*, vocablos poco habituales en el español coloquial de Cuba, han experimentado, súbitamente, una presencia notoria entre nosotros.

Y es que fueron los elegidos por los medios de comunicación para traducir el verbo *sponsor* y el sustantivo homónimo que, a inicios de enero, el presidente de los Estados Unidos utilizó al anunciar la nueva medida migratoria en beneficio de cubanos, nicaragüenses y haitianos.

Si bien desde 2001 el *Diccionario de la lengua española (DLE)* incluyó el nombre *sponsor* como anglicismo crudo —y, por tanto, ha de escribirse en cursivas—, se prefiere su equivalente hispano, *patrocinador(a)*, adjetivo empleado también en calidad de sustantivo con los significados siguientes: 1. ‘que patrocina’, 2. ‘que patrocina una actividad, frecuentemente con fines publicitarios’.

Por tanto, es correcta la traducción, aunque suene rara al oído de algunas personas, quienes reducen *patrocinador(a)* a la segunda de sus acepciones, adquirida en el pasado siglo.

Documentadas en los corpus académicos desde fines del XVI y principios

del XVII, respectivamente, *patrocinar* y *patrocinador(a)* parecen entrar al español más de 200 años después que *patrocino*. Las tres heredan la significación básica del sustantivo y el verbo latinos *patrocinium* y *patrocinari*, relativa a la protección y la defensa. De ahí que la primera acepción de *patrocinar* en el DLE sea ‘defender, proteger, amparar, favorecer’.

Antes que *patrocinador* surgiera, *patrono*, *patrón*, *padrón* e, incluso, *padrino* sirvieron para denominar a la persona que protegía o defendía a otra. Aseguraba Sebastián de Covarrubias en 1611: «PATRÓN. Del nombre latino *patronus*, *advocatus*. Llamamos con ese nombre a cualquiera que nos favorece y ampara» (*Tesoro de la lengua castellana o española*). Y Gonzalo Correas, en 1627, dejaba escrita esta expresión fraseológica en su *Vocabulario de refranes y frases proverbiales*: «Paciencia y non gruñatis, si de esta vez no hay padrino, entraréis en mi gaxnate. (Dijo el lobo a los cochinos.)». *Padrino* conserva aún este sentido, y también su derivado *apadrinar*, que el DLE define por sinonimia con *patrocinar* y *proteger*.

De modo que, en rigor, se puede patrocinar a un pariente o amigo no solo desde los Estados Unidos. Podríamos hacerlo desde

aquí si lo respaldáramos, siquiera espiritualmente, en la defensa de una idea, por ejemplo, o en la ejecución de un proyecto. Sin embargo, para expresar esto, fuera de situaciones comunicativas formales, imagino que casi ningún cubano apelaría a *patrocinar* o *patrocinador* en el discurso oral.

Otras palabras que denotan ideas afines son *auspiciar* y *auspiciador*, así como *garante*, proveniente del francés. Y, acaso más restringidos a ciertos ámbitos de la realidad, también *mecenas*, *mecenasazo*, *tutor(a)*, *tutoría*, *tutorar* ~ *tutorear*, *tutela*, *tutelage*, *tutelar*...

En el sitio web del U.S. Citizenship and Immigration Services no aparece *sponsor*, sino el verbo *support* y el sustantivo *supporter*, los cuales el propio sitio ha traducido como *apoyar* y *persona de apoyo* en su versión española. Difícilmente prendan en el uso, considerando que *sponsor*, *patrocinar* y *patrocinador* fueron las voces difundidas a raíz de la noticia, además de que, por un lado, *patrocinador* resulta una dicción más corta que *persona de apoyo* y, por otro, *sponsor* constituye una lexía muy arraigada en el vocabulario jurídico de asuntos migratorios en el inglés y el español de los Estados Unidos.

Sorprende que el DLE no haya hispanizado aún la escritura de *sponsor*, añadiendo una <e> al inicio, tal como ha hecho en varios préstamos de la lengua inglesa que comienzan con <s>: *escáner* (adaptación de *scanner*), *eslogan* (de *slogan*), *esprínter* (de *sprinter*), *estand* (de *stand*), *estándar* (de *standard*), *estrés* (de *stress*), etcétera.

Similar a estos ejemplos, para hispanizar *sponsor* de manera correcta, habría que aplicar las reglas de acentuación: *espónsor*. Así ha obrado el *Diccionario panhispánico del español jurídico* —repertorio también académico—, aun cuando lo asienta solo como término del derecho mercantil, ignorando su significado en las normativas migratorias estadounidenses y, en consecuencia, para muchos hispanohablantes del país norteño.

A fin de cuentas, *sponsor* no es tan extraño a nuestro idioma. Su ancestro latino, *spondere* ‘prometer’, es el mismo que el de palabras como *esponsales* o *esposo(a)*. Según el *Merriam-Webster’s Dictionary*, el sustantivo *sponsor* se documenta por vez primera a mediados del siglo XVII. Equivalente del español *padrino*, en el sentido religioso de esta voz, evolucionó semánticamente hasta incorporar los significados con que hoy se utiliza.