

Pen Show 2005

Coleccionismo apasionado

por Mercedes Sorio
fotografía José Ramón Aguirre



El entusiasmo por las estilográficas reunió, el pasado mes de noviembre, a coleccionistas y vendedores en el Pen Show 2005 de Madrid. Es la segunda edición de la única feria de plumas que se celebra en España.

Desde Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Bélgica, Holanda, Israel o Brasil llegaron algunos de los expositores extranjeros que quisieron estar presentes en el Pen Show 2005 de Madrid, celebrado en el Hotel NH Zurbano, el pasado mes de noviembre.

Se trata de la segunda edición de la única feria de plumas y elementos de escritura que se organiza en España, hasta la fecha. Este salón sigue el modelo de otros bazares tradicionales de relevancia internacional, como los norteamericanos de Chicago, Michigan, Washington, Los Ángeles, Nueva York, Atlanta o Philadelphia, entre otros; o algunos europeos como el de Londres, París, Munich o Trieste.

Los 'alma mater' de esta iniciativa
Hablar del Pen Show de Madrid no tiene sentido si no se cita a los promotores de esta iniciativa y a su patrocinador.

En un primer momento, Alfonso Mur -verdadero apasionado y coleccionista de plumas- y Julia Gusano -una de las vendedoras de estilográficas que mejor conoce este mercado- unieron sus conocimientos, su ilusión y su esfuerzo para poner en marcha una feria especializada en Madrid.

Ambos habían asistido y participado en distintas ferias americanas y el entusiasmo por fomentar y difundir el uso de la estilográfica y el coleccionismo de estas piezas en España, les empujó a sumergirse de lleno en este proyecto. No sin antes, embarcar a un tercer pilar, el también coleccionista Jesús Martínez.

En este 'encuentro de ases' faltaba un cimiento definitivo para materializar la idea, que no se hizo esperar. "En noviembre de 2004, para la primera edición del Pen Show de Madrid, comenzamos con el patrocinio comercial de las marcas Water-

man, Parker y Rotring; para la segunda etapa, contamos directamente con el gran apoyo en exclusiva de un grupo como Sanford, único distribuidor en España de las principales marcas de estilográficas del mundo", explica Alfonso Mur.

Tras casi tres meses de diversos y complejos papeleos, y una vez superadas la cuidadosa elección del emplazamiento y la difícil selección de las fechas para el evento, el sueño de estos tres emprendedores empezó a hacerse realidad.

Desde 'baratijas' a piezas de museo
Las piezas que los coleccionistas y aficionados pueden encontrar en un Pen Show recorren un rango tasativo bastante amplio, que parte de los 5 o 10 euros hasta superar los 15.000 euros.

En este extenso margen es posible descubrir verdaderas joyas antiguas, datadas



El arte del 'regateo con sentido y honestidad'

Sin duda, uno de los encantos que tienen las ferias de estilográficas es el regateo, tal y como lo muestra la imagen superior. La relación entre coleccionistas y vendedores pasa por esta práctica que, en palabras de Alfonso Mur, "es indispensable, siempre que se haga con sentido y honestidad". A través de esta elegante pericia, ambas partes intentan llegar a un acuerdo que beneficie tanto al comprador como al vendedor. La negociación, que puede llegar a durar incluso tres días, cuenta con otro aspecto imprescindible: antes de tomar ninguna decisión, el interesado en la pieza la examina detenidamente -imágenes de la derecha-, pero con mucho mimo, ya que como explica Alfonso Mur, "quien rompe, paga".



entre 1860 y 1890 -período en el que aparecen las primeras patentes-, pasando por estilográficas y otros elementos de escritura fabricados en distintos momentos históricos, hasta llegar a ejemplares de nuestros días.

El valor de las estilográficas

Según Alfonso Mur, hay cinco características por las que se establece el valor de una pieza. Por un lado, la exclusividad de la estilográfica, que sea única o que haya muy pocas. "Por ejemplo, en la década de 1920 se fabricaron las plumas Duofold de Parker y, por entonces, las de color amarillo -las Yellow Mandarin- no gustaron nada, por lo que se dejaron de producir. Hoy hay muy pocas y llegan a alcanzar los 2.000 euros".

Curiosamente, la plata también es más valorada que el oro, ya que "la plata mancha y el oro no" -dice Mur-, matiz que redujo considerablemente su fabricación.

Por otro lado, es importante la personalización. Como expone Mur, "en plumas antiguas, el grabado no quita valor, ya que antes el fabricante ofrecía a sus clientes cincelar el nombre; sin embargo, si se lo da el que no lleve ninguna inscripción".

Otros rasgos son el estado de conservación y que la estilográfica posea las piezas originales. Para Alfonso Mur, este último requisito "puede ser obvio, pero actualmente se están fabricando piezas exactamente igual a las antiguas, y eso, el vendedor tiene que avisarlo".

La quinta condición, con la que no todos los expertos coinciden, es el tamaño de la pieza y del plumín: cuanto más grande sea, más valor tiene.

Es lógico, por tanto, tal y como destaca Alfonso Mur, que la seguridad sea un factor extremadamente cuidado en este tipo de feria: "Por eso se tiene que hacer en un hotel como el NH Zurbano de Ma-



[Feria de plumas]

dríd, por el entorno; porque hay piezas de mucho valor que los vendedores luego guardan convenientemente en las cajas de seguridad...". Y por si fuera poco todo el entramado de protección, Mur asegura que además se contratan los servicios de una empresa de seguridad durante las 24 horas, con turno de noche.

Coleccionistas, vendedores y curiosos

La pasión por las estilográficas es tan peculiar como universal. De ahí, el interés que despierta esta feria: en los tres días que duró la segunda edición, la visitaron unas 600 personas, procedentes principalmente de España y Portugal, según datos de los organizadores.

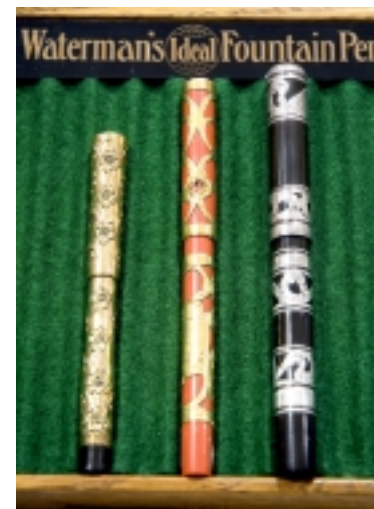
Alfonso Mur apunta que tradicionalmente, el comprador de estilográficas suele ser un coleccionista apasionado, que compra de todo, repara plumas, las limpia, las inventaría.... Sin embargo, afirma que el panorama ha variado: "El coleccionista apasionado convive con el coleccionista de inversión, que compra sólo buenas piezas exactamen-

te igual que si comprase arte, pero ni las usa ni las repara".

En este sentido, el co-organizador del Pen Show de Madrid diferencia claramente tres tipos de asistentes a la feria. Uno de los grupos es el de los coleccionistas especializados en una marca, un modelo o un lacado. "Éstos, provistos de dinero, van a la feria, compran y se van. Van buscando piezas concretas, como el caso de uno de los visitantes de la última feria que, fanático de las Maki-e de 1930, unas plumas significativas por la técnica de lacado que utilizaban los fabricantes japoneses, compró cuatro, y cuestan varios miles de euros", comenta Mur.

Sin duda, se trata de personas con poder adquisitivo alto que gastan por encima de los 2.000 euros.

En cambio, el *leit motiv* de la feria es, según los impulsores del Pen Show de Madrid, los "coleccionistas de trote": "Son apasionados manitas, gente entusiasta por las estilográficas, que compran grandes oportunidades, partes de piezas de plumas para hacer sus propias reparaciones, y que



El Pen Show es un motivo de reunión entre amigos que se van conociendo por medio de Internet o en otras ferias del extranjero. Cualquier neófito que quiera acercarse a este mundo tan fascinante de las estilográficas podrá aprender sus entresijos de la mejor forma, por medio de los conocimientos de coleccionistas y vendedores.

En esta feria es posible descubrir verdaderas joyas antiguas, datadas entre 1860 y 1890 -período en el que aparecen las primeras patentes de plumas- hasta ejemplares de nuestros días



además, hacen contactos con los vendedores y con otros coleccionistas". Este colectivo ajusta sus compras a un presupuesto que suele variar entre los 100 y los 8.000 euros.

Por último, Alfonso Mur hace una tercera distinción, el público general, compuesto por curiosos, familiares y amigos, famosos, políticos y gente popular que, aunque no están apegados al mundo del coleccionismo, buscan regalos.

Un mercado muy prometedor

A pesar de que el mercado principal de coleccionismo de estilográficas es Estados Unidos, Mur revela que éste empieza a estar bastante agotado y que ahora los mercados

emergentes son los europeos y, en concreto, el español: "Hay veinte o treinta individuos que se patean el Rastro y las almonedas en busca de piezas, porque en Madrid hay mercado, y algunas de las mejores colecciones del mundo de Parker, Waterman, Conklin y Maki-e están en España".

Y eso los vendedores lo saben. De hecho, muchos de los que estrenaron con sus expositores la primera feria en Madrid han repetido este año.

La atracción por las estilográficas parece un 'virus' que se expande y, según Alfonso Mur, "ya hay otras ciudades como Barcelona o Valencia interesadas en organizar otras ferias Pen Show. ♦

Parker, Waterman y Rotring, marcas que distribuye Sanford (expositor del grupo, en la fotografía superior), patrocinador exclusivo del Pen Show de Madrid, son algunas de las protagonistas de la feria. Son muchos los seguidores de los modelos más clásicos de estas casas, así como de las últimas tendencias que lanzan las firmas. Pero la feria también ofrece otros elementos de escritura, como bolígrafos o tinteros (imagen inferior).



Links de interés:

Pen Show de Madrid
www.madridpenshow.com
alfonso.mur@terra.es
jguillen@vodafone.es
juliagusano@hotmail.com

Atlanta Pen Show
<http://www.gspenshow.com/>

Chicago Pen Show
www.chicagopenshow.com

London Pen Show
www.penhome.co.uk/penshow/londonpenshow.htm

Michigan Pen Show
www.michpens.com

New York Pen Show
www.nycpenshow.com

Washington Pen Show
www.pencentral.com/penshow