

LOS CATÁLOGOS DE SELLOS ESPAÑOLES

El catálogo, un instrumento comercial

Un catálogo es un elenco o lista de objetos clasificados que, por lo general están disponibles a la venta.

Con esa finalidad nacieron los primeros catálogos de sellos en el mundo. Con idéntico objetivo José María Vergés de Cardona publicaba el primero en España en 1864. Se trataba de un catálogo sencillo que relacionaba todos los sellos del mundo con una única numeración para todos los países. Ahora como todos los lectores conocen, en un catálogo mundial cada país comienza la clasificación de sus sellos con el nº 1.

El catálogo se titulaba *“Descripción razonada de más de dos mil especies ó variedades de sellos de correo sobres y timbres de periódicos emitidos por casi todos los estados del globo desde el año 1840 hasta nuestros días, con los precios á que se venden en el CENTRO NUMISMÁTICO BARCELONÉS por D.J.M.V. de C.”*

El total de los sellos de todo el mundo que reportaba Vergés de Cardona eran únicamente 2.017 (en esta cifra se incluyen también sobres, ensayos, sellos fiscales, etc. además de sellos de correos). El país que aportaba un mayor número era España con 72 ejemplares únicamente de uso postal (la cifra de los Estados Unidos de América era mucho mayor (317 ejemplares) porque incluía los sellos particulares de uso local, sobres etc. sin embargo los sellos de uso postal de emisiones nacionales de Estados Unidos sólo eran 27 (dos veces y media menos que España).

La rareza del sello español ya se podía apreciar en este primigenio catálogo. Respecto a las nueve primeras emisiones no daba la cotización de ningún sello en nuevo y de los 45 primeros ejemplares sólo aparecen con precio 11 sellos matasellados (todos ellos valores de 4 ó 6 cuartos excepto el 2 reales de 1856 sin filigrana). Eso significaba que, pese a encontrarse a sólo 14 años de la aparición del sello adhesivo de correos en España, no disponía a la venta en el famoso Centro Numismático Barcelonés, de la mayor parte de los existentes.

Aunque sea materia de otro estudio, es muy interesante analizar la evolución de los catálogos de filatelia publicados en España del siglo XIX que recogemos en el cuadro siguiente (también se incluyen los catálogos monográficos de sellos españoles editados en el extranjero):

CATALOGOS DE SELLOS EDITADOS EN ESPAÑA
Siglo XIX

1864. Barcelona, José María **VERGÉS de Cardona**

MANUAL DEL COLECCIONISTA DE SELLOS DE CORREO

1874. Livorno/Madrid, Plácido **Ramón de TORRES**

CATALOGO PREZZO CORRENTE DI TUTTI FRANCO-BOLLI CREATI DAL 1840 AL 1874

1878. Londres, **The PHILATELIC SOCIETY**

**CATALOGUE POSTAGE STAMPS, STAMPES ENVELOPES AND POST-CARDS. SPAIN
AND COLONIES**

Primer catálogo dedicado exclusivamente a los sellos españoles

1879. Barcelona, Plácido **Ramón de TORRES**

**ALBUM ILUSTRADO PARA LOS SELLOS DE CORREO CONTENIENDO LA
DESCRIPCIÓN Y PRECIO DE TODOS LOS SELLOS EMITIDOS DESDE 1840 Á 1879**

*Primer álbum de sellos editado en España y primero con reproducción impresa de los sellos. Al mismo tiempo que
álbum era un catálogo.*

1881. Madrid, Antonio **FERNÁNDEZ DURO**

RESEÑA-HISTÓRICO DESCRIPTIVA DE LOS SELLOS DE ESPAÑA
(en 1882 se publicó un apéndice sobre los sellos de Telégrafos)

1890. Berlín, Rudolf **FRIEDERICH**

DIE POSTWERTHZEICHEN SPANIENS UND SEINER KOLONIEN

*Parte I (72 páginas). La parte II no apareció
Berlín, 1894. 2ª edición. Partes I y II. 336 + 20 pp.*

1890. Madrid, **Leopoldo LÓPEZ**

**CATÁLOGO DESCRIPTIVO DE LOS SELLOS DE CORREOS DE LOS SELLOS DE ESPAÑA
Y SUS COLONIAS PARA COLECCIONES**

Madrid, 1891. 2ª edición

Madrid, 1892. 3ª edición

Madrid, 1894. 4ª edición

Madrid, 1896. 5ª edición

1891. Bruselas, Jean Baptiste **MOENS**

**HISTOIRE DES TIMBRES POSTE DE ESPAGNE ET TOUTES LES MARQUES
D'AFFRANCHISSEMENT EMPLOYÉS**

1894. Barcelona, Hermenegildo **PRATS.**

CATÁLOGO ILUSTRADO DE LOS SELLOS DE CORREO DE ESPAÑA

1896. Madrid, Manuel **ASENJO Pérez.**

CATÁLOGO DESCRIPTIVO DE LOS SELLOS DE ESPAÑA

1896. Barcelona, Ricardo de **SAN ANTONIO**

CATÁLOGO DE SELLOS

1897. Madrid, Antonio **VIVES** Ginard.

**CATÁLOGO PRECIO-CORRIENTE DE LOS SELLOS DE CORREO Y TELÉGRAFO DE
ESPAÑA Y SUS COLONIAS**

1898. Madrid, Miguel **GÁLVEZ** Jiménez.

CATÁLOGO GENERAL DE SELLOS DE CORREOS DE ESPAÑA Y COLONIAS
1ª edición de España y del catálogo Mundial

*Madrid, 1900. 7ª edición de España (a partir de esta fecha Gálvez asume como propias las anteriores ediciones del
catálogo de Leopoldo López) y 2ª del mundial)*

1898. Madrid, **HARRIS y Cía.**

**CATÁLOGO GENERAL DE LOS SELLOS DE ESPAÑA Y SUS COLONIAS USADOS EN
CORREOS Y TELÉGRAFOS DESDE 1850/98**

1900. Madrid, Francisco **LAGUNO**

**CATÁLOGO GENERAL DE LOS SELLOS DE ESPAÑA Y SUS COLONIAS USADOS EN
CORREOS Y TELÉGRAFOS (2ª ed.)**

(Jamás vi la primera edición de este catálogo y bien pudiera ser la de Harris y Cía. de 1898)

1900. Barcelona, José **MONGE** y Fuentefría

PRECIO CORRIENTE AL POR MAYOR Y MENOR DE SELLOS DE CORREOS

Todos los catálogos editados en España en el siglo XIX lo fueron por comerciantes que buscaban un objetivo comercial: dar a conocer los precios a los que vendían los sellos. De ahí el nombre utilizado por algunos que expresa con meridiana claridad esa finalidad: "CATÁLOGO PRECIO CORRIENTE" o simplemente "PRECIO CORRIENTE", es decir el precio habitual de venta.

El catálogo de sellos como instrumento de manipulación del mercado

Ya a finales del siglo XIX y principios del XX se producen agrias disputas sobre la objetividad de los precios que relacionan los catálogos. Los catálogos marcan un precio y en el mercado los sellos se venden a otro.

Lógicamente si los autores de los catálogos eran comerciantes que en un principio se limitaban a relacionar, sin más, sus precios, poco después observaron que esas publicaciones podían ser un instrumento a utilizar con otros fines comerciales distintos al simple hecho de dar a conocer las tarifas de venta propias.

En la medida que los catálogos, en cuanto a precios reales de venta, reflejaban la realidad del mercado, un incremento del precio de los sellos que un comerciante tenía en mayor cantidad, resultaba beneficioso. Al mismo tiempo, reducir la valoración de aquellos de los que carecía o escaseaban en su stock, suponía una favorable ventaja para su compra cuando alguien los pudiera ofrecer.

Todo ello forma parte de la picaresca comercial y se trata de estrategias que no pueden juzgarse con excesivo rigor excepto cuando adquieren proporciones injustificables, de la que pondremos dos ejemplos.

1.- No es ningún secreto que los sellos, como cualquier otro coleccionable y cualquier objeto en general está sometido a las leyes del mercado; leyes que a través de la oferta y la demanda general subidas y bajadas de los precios según las circunstancias del momento. ¿Por qué sólo se reflejan las alzas y no las bajas? Sucede que cuando el mercado experimenta bajas reiteradas llega a producirse un desequilibrio entre los precios de los catálogos y los que realmente se utilizan en la compra y venta que, en ocasiones, llegan a ser enormes.

Argumentan los que pretenden seguir una política artificial de precios en lugar de ir ajustando el catálogo a la realidad del mercado que ello perjudica a la inversión que ha efectuado el coleccionista. Eso es falso. En primer lugar el coleccionista que quiera vender lo tendrá que hacer al valor de mercado con independencia de lo que puedan decir los catálogos. Además, el coleccionista se desmotiva por todo lo contrario, porque se siente engañado con unas valoraciones falsas, porque se le dice que los sellos tienen un precio y cuando acude a vender le dicen que esos precios no eran reales. A los únicos que perjudica que el catálogo sea un reflejo fiel del mercado, es a quienes quieren especular con él. A quienes pretenden dirigir el mercado a través de los precios de los catálogos mintiendo al coleccionista al decirle que siempre suben y nunca bajan.

2.- Que puedan encontrarse diferencias en las apreciaciones de valor que unos catálogos estiman para los diversos sellos es razonable. Y no sólo razonable y lógico. Es no puede ser de otra forma porque no estamos ante datos exactamente cuantificables. Pero otra cosa diferente es cuando las diferencias son tan enormes que no parecen tener la más mínima justificación lógica.

Frente a otros catálogos que nos ofrece la filatelia mundial, en España tenemos la suerte de disponer de un catálogo (el que publica la misma editora de esta revista) que es, sin duda alguna, el utilizado por la inmensa mayoría del coleccionismo nacional y que, con todos sus defectos, sigue en su conjunto una línea moderada. Todos somos conscientes de sus defectos; pero lo cierto es que su evolución ha ido de menos a más, aunque le quede mucho por recorrer.

Pero fíjense en un ejemplo (podríamos extendernos con muchos más). Del sello 8+5 pesetas conmemorativo de la Exposición Universal de Sevilla (Edifil nº 2990) existen catalogadas tres variedades. Obsérvense las diferentes cotizaciones entre los catálogos Edifil y Filabo (curiosamente y a pesar de la gran cantidad de sellos de catalogación discutible a lo largo de siglo y medio de Filatelia en España su número en el catálogo Filabo también es el 2990).

Veamos la cotización de las variedades. Sello sin algún color: el catálogo Edifil Especializado último (2002) lo valora en 35€, así mismo valora también en 35€ los que tienen algún color desplazado. Por su parte Filabo 2004 no da precios entre los 315€ y los 2.505€ (casi nueve veces más en el caso más igualado setenta y una veces más en el extremo más exagerado). La verdad es que semejantes diferencias no puede entenderse si no es pensando en que se quiere manipular o engañar. Cuando uno ve a qué precios se han estado vendiendo en subastas públicas, rápidamente puede sacar conclusiones ciertas sobre quien manipula y en que medida lo hace.

ASCAT entre “el quiero y no puedo”

Los editores de catálogos están asociados en ASCAT, que se creó para la defensa de sus intereses y para elaborar políticas comunes. La disparidad de criterios entre sus miembros no siempre ha permitido obtener los frutos esperados.

En la actualidad las finalidades que se persiguen a la hora de editar catálogos no son las mismas que las que se vivían en los momentos iniciales de la Filatelia. Creo que podemos resumir en cuatro los objetivos de los editores de catálogos y no todos persiguen los cuatro en la misma medida:

- 1.- Llevar a cabo una actividad lucrativa con su edición y venta.
- 2.- Reflejar los precios reales de venta de los sellos al detalle.
- 3.- Fijar los precios de venta del propio editor comerciante.
- 4.- Actuar sobre el mercado fijando niveles de precios aún con independencia de la evolución real del mercado.

Es evidente que las tensiones entre las diversas tendencias en el seno de ASCAT son fruto de los intereses dispares de cada uno de los editores.

Parece que el nombramiento de Carlos de Figueiredo como presidente de ASCAT suponga dar prioridad al cuarto objetivo, que es el que persigue su empresa (es lógico pensar que una empresa que garantiza beneficios sobre la inversión de sellos sea cual sea la marcha del mercado, busque el apoyo al alza de los catálogos).

No obstante, en mi opinión, que también la comparten muchos coleccionistas, el objetivo prioritario debería ser el segundo: reflejar la realidad del mercado.

El tiempo nos desvelará qué nos depara el futuro y quién tiene razón.

José M^a. Sempere

*(Association Internationale
des Experts en Philatelie)*