

No Borders: uma aplicação gráfica de atributos de valorização filatélica

Sara Daniela Sousa Teles

DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DE GRAU DE MESTRE EM DESIGN GRÁFICO

Orientadores:

Aprígio Morgado & Teresa Fradique

*Man cannot discover new oceans unless he has the courage
to lose sight of the shore.*

Andre Guide

Dedicatória

Às pessoas que sigo como modelo: aos meus pais, avós e irmã. Pelo vosso incentivo, paciência e apoio no meu interesse nesta área de estudo sobre a qual é a minha dissertação, a vocês dedico este trabalho.

Esta é uma conquista conjunta e, pelo período de tempo despendido, agradeço a compreensão da minha ausência durante esta jornada.

Na próxima etapa sei que irão transmitir igualmente a mesma força e apoio.

Obrigada!

Agradecimentos

Primeiramente, gostaria de agradecer aos orientadores desta tese, Aprígio Morgado e Teresa Fradique, pela disponibilidade, competência, rigor e confiança para a concretização deste projeto.

Gostaria de agradecer igualmente aos seguintes pelo incentivo e acompanhamento da minha vida académica: Edgar Franco, Sofia Santos, Eduarda Silva, André Paiva, João Sousa, Sara Rodrigues e João Duarte.

Do mesmo modo, àqueles que, dentro da mesma área de mestrado, partilharam o seu interesse, opiniões e críticas ao longo do percurso, nomeadamente a Catarina Cardoso, Sara Soeima e Filipe Vieira.

Um especial agradecimento aos designers José Brandão e João Carlos Araújo, os quais contribuíram de forma significativa para a valorização desta dissertação.

Assim como aos filatelistas Miguel Grilo e Vítor Baltar, por fornecerem informações importantes na obtenção de dados para esta investigação.

A todos um sincero agradecimento por todas as formas de contributo a este projeto.

Resumo

A tese apresentada reflete o interesse pessoal da mestranda na área filatélica.

O presente trabalho tem como objetivo primordial averiguar os pontos de valorização filatélica, após uma análise aprofundada do percurso evolutivo do selo e dos seus aspetos mais relevantes, como o seu design, temática, anatomia, entre outros.

Utilizou-se como suporte de trabalho a coleção de selos nacionais da mestranda, assim como entrevistas com designers de renome e filatelistas, a fim de conseguir informações mais precisas dentro deste campo.

Diversos casos de estudo foram analisados, referentes a selos nacionais e internacionais, de modo a demonstrar a evolução e a importância do selo a nível histórico e social, como objeto de propaganda e difusor de ideias, para mencionar apenas alguns dos principais objetivos.

Outro objetivo primordial é perceber qual a atual função do selo face a um mundo digitalizado e globalizado e, igualmente, os seus principais pontos de valorização na criação de novos blocos de selos.

Nesta área de estudo foi, igualmente, realizada uma componente prática, em que foram aplicados os atributos de valorização de selos, identificados ao longo da dissertação, com a finalidade de criar um novo bloco de selos criativo e dinâmico.

As novas aplicações tornam-no, assim, singular, sendo que terá como objetivo final ser apresentado aos CTT para uma futura emissão.

Palavras-chave: Selo, Objeto, Emissão, Nação, Comunidades;

Abstract

The thesis presented reflects the personal interest of the master in the philatelic area.

The main aim of this work is to investigate the philatelic valorization points, after a thorough analysis of the evolution of the stamp and its most relevant aspects, such as its design, theme, anatomy, among others.

The personal collection of national stamps was used as a work support, as well as interviews with renowned designers and philatelists, in order to obtain more precise information within this field.

Several cases of study were analyzed, referring to national and international stamps, in order to demonstrate the evolution and their importance at historical and social levels, and also as an object of propaganda, diffuser of ideas, along with others.

Another primary objective is to understand the current role of stamps in a digitalized and globalized world, as well as its current valorization points in order to create a new stamp.

In this area of study, a practical component was also carried out, in which attributes of valorization of stamps, collected in this thesis, were applied, in order to create a new creative and dynamic block of stamps.

The new applications make it unique, and its final goal is to be presented to CTT for a future issue.

Índice

Parte I

1. Introdução

| | |
|--|----|
| 1.1. Contexto..... | 7 |
| 1.2. Questões de investigação..... | 9 |
| 1.3. Objectivos..... | 10 |
| 1.4. Metodologias da investigação..... | 11 |
| 1.5. Estrutura do texto..... | 13 |

2. O selo

| | |
|--|----|
| 2.1. Breve enquadramento Histórico..... | 14 |
| 2.2. Alguns aspetos do selo em Portugal..... | 16 |
| 2.3. Anatomia do selo..... | 21 |
| 2.4. Tipologia de selos..... | 24 |

3. Caracterização do selo hoje..... 26

| | |
|--|----|
| 3.1. Função..... | 29 |
| 3.2. Relação entre o produto e o consumidor: regimes de valor..... | 34 |
| 3.3. Circuito e agentes do selo..... | 36 |

4. Selo: Objeto colecionável

| | |
|------------------------------------|----|
| 4.1. O colecionador..... | 38 |
| 4.2. Acerca do Ofício..... | 42 |
| 4.3. Atributos de valorização..... | 46 |

5. Investimento económico..... 53

Parte II

6. Casos de estudo

| | |
|--|----|
| 6.1. Selos raros..... | 60 |
| 6.2. Filatelia corrente em Portugal..... | 65 |
| 6.3. O selo como objeto simbólico..... | 69 |

| | |
|--|-----|
| 7. Projeto gráfico | |
| 7.1. Dispositivo de avaliação | 75 |
| 7.2. Temática | 79 |
| 7.3. Projeto prático | 82 |
| 7.4. Composição do selo | 100 |
| 7.5. Produção gráfica | 103 |
| 7.6. Conclusões do projeto prático | 105 |
| 8. Conclusão | 106 |
| 9. Referências bibliográficas | 108 |
| 9.1. Bibliografia | 114 |
| 10. Anexos | 121 |

Índice de figuras

- Fig 1. Primeiro selo em lata de sardinhas, emitido em parceria com a Ramirez, 2017;
- Fig 2. Primeiro selo do mundo feito em cortiça, 2007;
- Fig 3. Primeiro selo do mundo com cheiro a café, da série “Os selos e os Sentidos”, 2009;
- Fig 4. Bloco, primeiro selo com holograma, 2003;
- Fig 5. Primeiro selo do mundo com impressão em Braille, 2009;
- Fig 6. Primeiro selo postal do mundo;
- Fig 7. Primeiros selos postais portugueses;
- Fig 8. Primeira edição de selos com picotado, Reinado de D. Luís;
- Fig 9. Primeiro selo policromático em Portugal, 1957;
- Fig 10. Selo vencedor do concurso “Aqui há selo” em 2009 da temática - Ciência em Portugal.
Desenho - Nuno Micaêlo.
- Fig 11. Ceres, Fevereiro, 1912;
- Fig 12. Luís de Camões, 1924;
- Fig 13. Deficiente mental - Cidadão com direitos;
Desenho - Fernando Vidal, 1979;
- Fig 14. Desenho - Almada Negreiros, 1935;
- Fig 15. Painéis decorativos na gare da Rocha Conde de Óbidos;
Desenho - Almada Negreiros;
- Fig 16. Desenho - Abel Manta, 1975;
- Figs 17 e 18. Desenho - José Brandão/Pedro Falado, 2003;
- Fig 19. Exemplo de bloco em formato circular, do campeonato mundial de futebol de 2010;
- Fig 20. Bloco de selo das Olimpíadas de inverno em Sarajevo, 1984;
- Fig 21. Sobreiro - coleção das árvores do Mediterrâneo, 2017;
- Fig 22. Snowy Egret, 2003;
- Fig 23. 25 anos da AICEP (emissão conjunta com países AICEP);
Designer - Sofia Martins, 2015;
- Fig 24. Selos de telégrafo da Bélgica de formato hexagonal, 1897–1899;
- Fig 25. Selos circulares das ilhas Tonga com vários relevos em fundo metálico;
- Fig 26. Emissão de selos em formato irregular;
Experimenta Design, 2003;
- Fig 27. Selo do correio aéreo do Sudão;
- Fig 28. Selo de Encomenda Postal, 1936.
- Fig 29. Selo oficial do Paraguai;
- Fig 30. Selo Porteadado;
Desenho e gravura - José Sérgio de Carvalho e Silva;
- Fig 31. Selo telégrafo da Jamaica;
- Fig 32. Selo Comemorativo;
Temática: Espécies Ameaçadas – Aves do Paraíso;
Desenho - Rorie Katz e Sergio Baradat;
- Fig 33. Selo taxa de guerra do Sri Lanka;
- Fig 34. Selo local - Vaticano.
- Fig 35. Selo de Cabo Verde com sobrecarga “Guiné”;
- Fig 36. Selo de Timor sobretaxado;
- Fig 37. Selo Espécime da Costa Rica;
- Fig 38. Atlas Mnemosyne de Aby Warburg, 1924;
- Fig 39. República Francesa - 5 cêntimos;
- Fig 40. Um dos selos da coleção “For Health”, representante de temáticas sensíveis, como o cancro e a depressão, 2001;
- Fig 41. Selo do Uruguai;
Temática - Alfredo; Zitarrosa;
- Fig 42. Selo do Uruguai;
Temática - Rosa Luna;
- Fig 43. Selo com a face de um habitante de Barbados;
- Fig 44. Selo da Austrália;
Temática - Fauna.
- Fig 45. Selo da Eslovénia;
Temática - Flora;
- Fig 46. Selos tibetanos emitidos durante o período da sua independência;
Temática - fauna;
1912 - 1950;
- Fig 47. Cavalo Lusitano, 2009;
Designer - José Brandão;

Índice de figuras

- Fig 48. Europa - A arte do cartaz, 2003;
Cartaz de Sebastião Rodrigues, 1983;
- Fig 49. Selo com caracteres não ocidentais, dificultando a identificação do país emissor;
- Fig 50. Selo concebido através do método de heliogravura;
Temática - Escultores portugueses, 1971;
- Fig 51. Selo concebido através do método serigráfico;
Temática - Gil Vicente, 1937;
- Fig 52. Selo concebido através do método litográfico;
Temática - Centenário do nascimento de Vasco da Gama, 1969;
- Fig 53. Selo concebido através do método off set;
Temática - Proteção da natureza, 1971;
- Fig 54. Selo concebido através do método heliográfico;
Temática - Quinto centenário da morte do Infante D. Henrique, 1960;
- Fig 55. Jenny Invertido;
- Fig 56. Odontómetro;
- Fig 57. Emissão D. Luís;
Afinsa: Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa (2011);
Catálogo de selos postais e marcas pré-adesivas;
Portugal. 1º e 2º volumes, 27ª edição;
- Fig 58. Emissão D. Luís com sobrecarga;
Afinsa: Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa (2011);
Catálogo de selos postais e marcas pré-adesivas.
Portugal. 1º e 2º volumes, 27ª edição;
- Fig 59. Selo de Angola com erro de sobrecarga, em que esta foi aplicada duas vezes;
- Fig 60. Etiqueta com valor de porte em substituição do selo;
- Fig 61. Envelope de 1º dia, ostentando um selo e uma moeda, 1986;
- Fig 62. Selo com cristais Swarovski;
- Fig 63. Selo falso de Moçambique;
- Fig 64. British Guiana 1c magenta, 1856;
- Fig 65. Swedish Treskilling Yellow, 1885;
- Fig 66. Two Penny Blue;
- Figs 67. Penny Black;
- Fig 68. Selo Plate 77 Penny Red, 1864;
- Fig 69. Selo Edward VII 6d I.R Official, 1904;
- Fig 70. Selo da Sociedade das Rosas com erro raro, 1976;
- Fig 71. Selo “Prussian Blue”, 1935;
- Fig 72. Selo Ano do Macaco 8f, 1980;
- Fig 73. Observação de cetáceos - Açores, 2016;
Emissão de divulgação e promoção das ilhas açorianas;
- Fig 74. Selo em parceria com a China, 2001;
- Fig 75. Selo português. Prémio - O melhor selo do mundo, 2017;
- Fig 76. Selos provisórios de D. Luís, no reinado de D. Carlos, 1892;
- Fig 77. Selo de D. Manuel II, após a instauração da República, 1910;
- Fig 78. Selo referente à Monarquia do Norte;
- Fig 79. Selos da Cruz da Convenção de Genebra, 1890.
- Fig 80. Selo da colónia portuguesa em 1911 - Índia. Picotado ao centro, cria dois selos singulares a partir do selo original;
- Fig 81. Selos referentes ao dia da independência de Angola sobre Portugal, 1975;
- Fig 82. Selos pós independência de Angola;
- Fig 83. Selo não oficial referente ao Brexit;
Quando cortado pelo picotado, a rainha perde a ponta do nariz, sendo por isso um objeto de crítica social;
- Fig 84, 85 e 86. Selos não oficiais e de crítica social, de temática referente à saída do Reino Unido da União Europeia.
- Fig 87. Gráfico com os parâmetros de avaliação de selos por ordem de relevância;
- Fig 88. Selos noruegueses - Refugiados;
- Fig 89. Selo do Chipre - Refugiados, 1974;
de 2013 - RIFA.

Índice de figuras

Fig 90. Edição de selos dinamarqueses: Refugee 66S, 1996;

Fig 91. Dados de imigração (valores totais) de 1980 até 2012 - RIFA.

Fig 92. Dados de imigração

Fig 93. Dados de imigração de 2014 - RIFA.

Fig 94. Dados de imigração de 2015 - RIFA

Fig 95. Dados de imigração de 2016 - RIFA.

Fig 96. Dados de imigração de 2017 - RIFA.

Fig 97. Tabela com os dados referentes ao número de emigrantes por tipo em Portugal, desde 2000, através do site Pordata. (Tabela completa contém os dados desde 1960).

Fig 98. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

Fig 99. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

Fig 100. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

Fig 101. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

Fig 102. Principais países destino de emigração de Portugal no ano de 2016, segundo os dados da DGACCP.

Fig 103. Delineamento das áreas dos respetivos países a representar.

Fig 104. Visualização de dados referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016.

Fig 105. Visualização de dados referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016.

Fig 106. Proposta dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

Fig 107. Selo tipográfico referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016 - versão monocromática.

Fig 108. Selo tipográfico referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016 - Versão policromática.

Fig 109. Estudo do selo molecular referente aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

Figs 110 e 111. Propostas monocromáticas dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

Figs 112 e 113. Propostas monocromáticas dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

Figs 114. Proposta policromática dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

1. Introdução

1.1. Contexto

O interesse pela Filatelia como tema de investigação partiu do gosto pessoal pela prática filatélica, desenvolvido desde os dez anos de idade, através da influência de familiares próximos com interesse por esta área, que iniciaram a mestrandia na prática de colecionar selos de Portugal e do mundo, assim como moedas e notas de diferentes países.

A partir desta experiência, ir-se-á considerar o ato de colecionar selos não apenas como um hobby, mas como uma arte: a arte de colecionar. Colecionar não se baseia apenas em adquirir um determinado bem ou objeto, é uma prática onde se desenvolve um trabalho de observação e análise, que requer estudo e pesquisa.

Numa primeira instância, foi a partir dos quatro dossiers com a coleção completa de Portugal, que a mestrandia foi atualizando ao longo dos anos, que o material empírico para a presente investigação projetual começou a ser esboçado. Estes álbuns são atualizados todos os anos através da aquisição de novos selos nos CTT. A partir dessa prática, dois aspetos foram considerados particularmente relevantes como motores desta pesquisa: a) por um lado, os mecanismos de valorização e procura dos selos¹, que são muito complexos, criando aquilo a que o autor Arjun Appadurai intitula de “regimes de valor” (Appadurai [1986] 1999); b) por outro lado, as dimensões materiais e gráficas específicas, que conferem inovação e criatividade, como são os casos do selo emitido numa lata de sardinhas em parceria com a Ramirez, o selo feito em cortiça, o conjunto de selos referentes aos cinco sentidos, o primeiro selo com holograma, ou o primeiro selo em Braille (figuras 1, 2, 3, 4 e 5). É este fator de originalidade na criação de forte procura do selo por parte dos filatelistas que se considerou constituir um dos principais aspetos a partir do qual se desenvolveu a presente pesquisa.

Considerou-se, ainda, como um elemento contextual relevante o facto de os selos, assim como as moedas e as notas dos países, serem um meio de comunicação e de propagação de temas relacionados com os mesmos, tendo como um dos seus principais objetivos passar uma imagem intencional, num processo que podemos identificar como próximo do que Benedic Anderson intitulou de “formas de imaginação do Estado” e criação de “comunidades imaginadas” (Anderson [1983] 1991).

A base desta investigação consiste essencialmente na procura de estratégias e mecanismos de valorização do selo, de modo a perceber como este adquire um determinado valor, tanto no momento da sua emissão, como ao longo da sua “vida”, através do fator temporal e/ou da raridade. Um outro aspeto a considerar consiste na compreensão dos processos e conteúdos gráficos filatélicos, as suas técnicas e os meios de impressão, por forma a identificar os elementos propriamente gráficos que contribuem para a valorização de um selo.

¹ Alguns selos têm muita adesão a nível mundial e esgotam rapidamente, o que os torna mais difíceis de adquirir. Por isso, e sabendo dessa condição, quando se percebe que um selo terá muita procura (inclusive por filatelistas que pretendem adquirir vários exemplares, de modo a propositadamente os esgotarem nos CTT para os venderem, posteriormente, a um preço mais elevado), é mais seguro fazer uma encomenda do mesmo e não correr esse risco.



Fig 1. Primeiro selo em lata de sardinhas, emitido em parceria com a Ramirez, 2017.



Fig 2. Primeiro selo do mundo feito em cortiça, 2007.



Fig 3. Primeiro selo no mundo com cheiro a café, da série “Os Selos e os Sentidos”, 2009.

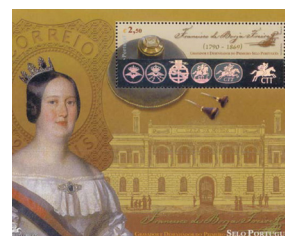


Fig 4. Bloco, primeiro selo com holograma, 2003.



Fig 5. Primeiro selo do mundo com impressão em Braille, 2009.

A junção e pesquisa destas informações resultará na criação de um dispositivo gráfico de identificação de processos de valorização do selo, o qual servirá posteriormente como base para a realização de uma série filatélica.

1.2. Questões de investigação

A questão primordial que a presente investigação coloca prende-se com uma reflexão sobre a função atual do selo, face a um mundo globalizado e digitalizado que lhe retira utilidade, mas que lhe continua a atribuir valor.

Para tal, procurar-se-ão analisar certos aspetos do circuito de mercado do selo atual, de modo a obter uma melhor perceção do percurso do objeto, desde a sua criação até chegar ao seu destinatário.

Procurar-se-à, ainda, perceber, dentro dos vários mecanismos de valorização de um selo, quais aqueles que dependem especificamente dos seus atributos gráficos.

É através da resposta a estas questões que se pretende identificar um dispositivo gráfico de criação de um selo e será a partir desse ponto que se constituirá o projeto físico final.

1.3. Objetivos

Relativamente aos objetivos a alcançar, numa primeira instância, encontra-se a perceção da atual função do selo e, posteriormente, a concretização de um selo que seja inovador, tendo em conta os regimes de valorização do selo identificados ao longo da investigação.

Ao longo da investigação, teve-se como objetivo analisar o surgimento e a evolução do selo, com vista a perceber algumas das suas atuais funções. Consolidando esse ponto através da identificação de estudos de caso, quer de relevância histórica, quer de inovação filatélica, pretende-se ainda perceber a influência do selo para a representação e imagem de um país, analisando e debatendo a sua conceção num mundo globalizado e digitalizado.

No que diz respeito ao projeto prático, este irá envolver a criação de um dispositivo que, após a identificação dos aspetos de valorização dos selos, irá permitir perceber os pontos singulares que lhe conferem valor, através de casos de estudo, identificando os seus pontos de valorização física e gráfica.

Com base nos pontos de valorização reunidos, será então alcançado o objetivo final - a criação de um objeto físico gráfico que consiste na realização de um modelo de selo padrão e de vários elementos que, na sua junção, representarão a temática relativa às comunidades globais, criando, desta maneira, uma emissão de selos dinâmica, abordando uma criação gráfica que se pretende inovadora.

A procura de um material que pudesse tornar o selo mais sustentável, distanciando-se dos papéis base normalmente utilizados, foi interligada ao fator do meio ambiente e dos recursos necessários para a criação dos materiais.

Assim como o seu formato, que procurou através de uma forma irregular, destacar os pontos de maior relevância no bloco.

Posteriormente, os objetos gráficos produzidos serão apresentados aos Correios, Telégrafos e Telefones (de ora em diante designados abreviadamente por CTT), para uma possível adoção do projeto, procurando-se, assim, contribuir para a qualidade e inovação do selo postal.

1.4. Metodologias de investigação

A presente investigação assume um carácter teórico-prático, estruturando-se em dois momentos distintos: um primeiro, que utiliza uma metodologia não intervencionista qualitativa, e um segundo, que utiliza uma metodologia intervencionista qualitativa.

Primeira fase metodológica

Num primeiro momento da pesquisa, recolheram-se, organizaram-se e analisaram-se fontes diretas, constituídas pela coleção pessoal de selos de Portugal da mestranda, complementada pelos catálogos de selos Portugueses - Afinsa Stamps (publicações 2011 e 2013). A partir deste material, foram isolados e analisados alguns estudos de caso considerados como particularmente pertinentes para o desenvolvimento da problematização da investigação, como sejam a temática da Monarquia do Norte, os selos com sobrecarga provisória, os selos da Cruz da Convenção de Genebra, o selo em tempos de escassez na Índia, os selos emitidos durante a guerra colonial de Angola e os selos nacionais portugueses que se distinguiram mundialmente pela sua singularidade e criatividade nos tempos atuais. Os contributos de autores de diversas teses na área filatélica foram também integrados, de modo a aprofundar o estudo e o conhecimento relativo ao tema.

Num segundo momento, foi desenvolvido um trabalho de crítica literária com recurso à área das ciências sociais e humanas, cruzando autores de várias proveniências disciplinares, desde a história (Vaillé, E. [1962], Cardoso, E. [1984], Tosco, U [1970] e Anderson [1983]), à crítica de design (Scott.D [1995], Eskilson.S [2016] e Hans Gunter Schmitz [2016]), passando também pela antropologia (Appadurai [1986-1999]) e pelos estudos críticos (W. Benjamin. [1927]). Nesta fase, foram igualmente analisadas investigações congéneres, o que permitiu, não apenas encontrar informação útil sobre o campo geral de estudo entre design e filatelia, mas igualmente determinar as especificidades originais da presente investigação.

Após este trabalho realizado, considerou-se importante recolher material empírico no terreno que ajudasse a contextualizar a documentação impressa. Foram assim realizadas entrevistas a agentes da área da filatelia, com conhecimentos sobre o estado da arte e com uma noção atual do selo, nomeadamente nos campos do investimento da procura, permitindo uma reflexão que conduziu ao enquadramento especializado da investigação.

Foi a partir destas várias opções metodológicas que se identificou o enquadramento teórico e conceptual que estiveram na base do desenvolvimento da segunda fase da investigação.

Segunda fase metodológica

A segunda fase metodológica adquiriu uma natureza intervencionista qualitativa. Os métodos qualitativos utilizados foram o desenho exploratório manual e, posteriormente, digital. Após esta primeira abordagem, foram seguidamente testados

diversos materiais, de modo a que fossem cumpridos os requisitos de base do novo selo, identificados na primeira parte da investigação.

Referente à componente gráfica, e tendo em consideração os métodos de impressão, foram realizados diversos testes de avaliação, de modo a selecionar aquele que melhor se adapta ao resultado final pretendido.

Após o estudo de técnicas de impressão e estudos referentes ao material, o objeto físico final terá como finalidade ser proposto aos CTT, como referido anteriormente.

1.5. Estrutura do texto

O presente relatório de dissertação divide-se, assim, em duas grandes partes. Uma primeira, em que se apresenta o quadro teórico e conceptual desenvolvido a partir da análise do material empírico recolhido, confrontado com o campo teórico delineado.

A primeira parte da dissertação, sendo o primeiro capítulo referente aos aspetos que a mesma irá abordar e desenvolver, o segundo capítulo, “O selo”, é dedicado ao selo, abrangendo os seus conteúdos para uma melhor compreensão a nível histórico e também a nível gráfico. No terceiro capítulo, “Caracterização do selo hoje”, é trabalhada uma definição e caracterização do objeto na atualidade, referindo o percurso que o mesmo efetua, mesmo depois da sua emissão e aquisição. No quarto capítulo, “Selo: Objeto colecionável”, reflete-se sobre os aspetos de valorização de um selo e de como este é um objeto de paixão para muitos colecionadores, face aos testemunhos recolhidos. O quinto capítulo, “Investimento económico”, dedica-se à recolha e análise dos valores movimentados a nível nacional referentes ao mercado filatélico, a influência deste na economia e, posteriormente, como parte integrante nas sociedades e no mundo. Em demanda à questão se o selo mantém a função de outrora, ou se estará a perder o seu valor e o seu significado. Recorrendo às informações recolhidas, nomeadamente através das entrevistas, é possível ter uma perceção da ligação entre a sociedade atual e o selo e uma visão do futuro do mesmo.

A segunda parte, após um breve enquadramento histórico do selo e um entendimento do selo postal enquanto objeto de comunicação atual, o sexto capítulo, “Casos de estudo”, dedica-se à análise dos exemplos imprescindíveis para a compreensão da importância do selo ao longo da história. Este inclui casos recentes que continuam a ser marcos históricos. Foram selecionados vinte e seis estudos de caso pertinentes face ao tema da investigação.

Após esta perceção geral, são reunidos os atributos de valorização de um selo, sintetizados num dispositivo que orientará a criação do objeto gráfico final a ser proposto.

Esta segunda parte dedica-se essencialmente ao projeto de carácter prático, que consiste numa proposta de um bloco de selos, com base no dispositivo identificado na segunda parte e descrito no capítulo sete. A temática escolhida para a elaboração destes objetos centrou-se numa questão atual: na afirmação de nações oprimidas que procuram ser igualmente reconhecidas, representando, assim, a união das comunidades globais.

Posteriormente, e durante a fase da realização do projeto físico final, foram exploradas diversos formatos e materiais, de modo a manter o ideal criativo pelo qual os selos portugueses são reconhecidos.

2. O selo

2.1. Breve enquadramento histórico

Vêde estas cintas que servem para fechar as vossas cartas; são feitas com a pele de barbatanas de esturjão. Pois bem! Ordenai ao tipógrafo do Rei que as tape com as armas de França, com a indicação “2 soldos”; e ponde-as à venda: as despesas do porte serão assim pagas pelo expedidor. Depois fazei instalar em todos os bairros, caixas postais onde todos lhes poderão lançar as suas cartas. Assim, não importa quem, e até mesmo o rei, poderá escrever sem ser reconhecido. Salva-guardando por este meio o anonimato de certas correspondências, vós ganhareis dinheiro, e grangeareis amigos.

Sugestão da Duquesa de Longueville, Ana Genoveva, para Fouquet, Ministro e chefe dos Correios em França. Século XVII (Cardoso, E, 1985, p. 5).

Em 1840, os métodos de entrega de informação evoluíram e, com o surgimento do correio público, o pagamento dos portes era realizado pelo destinatário e não pelo remetente. Até ao aparecimento dos selos, o sistema usado pelos nossos correios era o das “Cartas” cujo porte, inscrito por meio de carimbos, ou à mão, era pago em dinheiro pelos destinatários em função do peso e, a partir de Março de 1801, também a partir da distância. Como consequência, os bolsos dos carteiros ficavam recheados de moedas resultantes da cobrança das tarifas, que, por vezes, não resistiam e cediam à tentação de roubo, ou eram vítimas dos salteadores de estradas. É neste contexto que é inventado o selo, cujo surgimento do selo propriamente dito é geralmente narrado através de um episódio que assume contornos quase de mito. A história é atribuída a Sir Rowland Hill, secretário do general da estação principal dos correios em Inglaterra e que, em meados do século XIX, teria, por simpatia para com uma jovem pobre, identificado as lacunas do sistema de correio público assente no pagamento de portes pelo destinatário.

Sir Rowland Hill passeava pelos campos da Escócia, quando reparou num carteiro que mostrava uma carta a uma pobre. A rapariga analisou a carta com atenção e, quando o carteiro lhe indicou o valor a pagar para poder receber a carta, esta informou-o de que não dispunha de tal quantia para poder ficar com ela. Comovido, Sir Rowland Hill ofereceu-se para pagar os portes, mas a rapariga recusou, esclarecendo-o, após a saída do carteiro, que ela e o seu noivo eram muito pobres e por isso comunicavam através de sinais escritos no exterior do próprio envelope para evitar a despesa do pagamento.

Concluindo que o sistema em vigor não funcionava, Sir Rowland Hill apresentou um novo sistema de pagamento dos portes nesse mesmo ano de 1840: seria colado um selo na carta que serviria como prova de pagamento, permitindo, assim, que esta pudesse chegar ao destinatário de forma eficiente (Cardoso, 1985, pp. 7-8).

Foi por mérito de Sir Rowland Hill que se tornou possível o pré-pagamento do porte por parte do remetente, sendo esse pré-pagamento atestado por um pequeno retângulo de papel a ser colocado na carta - o chamado “selo postal” adesivo.

O primeiro selo postal do mundo ficou conhecido por Penny Black e foi emitido pelos correios ingleses a 6 de Maio de 1840, com a face da rainha Victoria impressa sobre fundo preto (figura 6).

Em 1852 surge o primeiro comerciante de selos, que mais tarde se destacou no negócio filatélico, o inglês Gibbson. O primeiro catálogo de selos ingleses a ser emitido foi em 1865, do qual existe apenas um único exemplar que se encontra no Museu Britânico. Em Portugal, o primeiro catálogo surgiu apenas em 1894, sendo que o primeiro leilão filatélico aconteceu em 1939. Já a primeira exposição de selos realizou-se em Viena de Áustria em 1881.

Quando o selo surgiu, o volume total de cartas transportadas passou de cinquenta milhões em 1839, para cento e setenta milhões no ano seguinte. Só no Brasil, quando foi implantado o novo método de troca de correspondência, a adesão de utilização foi praticamente de quase toda a sua população. “Como meio de comunicação, a aceitação popular dos postais, especialmente no Brasil, foi grande. Há relatos de que, somente no ano de 1909, circulou pelos correios a impressionante quantidade de 15 milhões de cartões-postais, tendo naquela época o país uma população de somente 20 milhões de habitantes” (Associação Filatélica e Numismática, 2009, p. 14).

Já em França, a adoção do selo deu-se em 1849, e desde essa altura que este era valorizado como um autêntico documento nacional, representativo do Estado. No entanto, os franceses achavam que os seus selos não estavam a representar o país devidamente. O povo queria aproveitar o potencial do selo para representar o estado moderno e republicano francês, reproduzindo graficamente os seus heróis e motivos de inspiração. Apenas por volta de 1900 é que a França começou a emitir séries filatélicas comemorativas com esse propósito, seguindo assim a América, que já o tinha feito em 1893. “Em todos os países, o selo traz a marca do carácter nacional ou do regime político vigente; em todos os lugares se verifica uma relação lógica entre o assunto da imagem e o país de origem” (Ferreira, 2006, pp. 41-42).

A larguíssima difusão do sistema do selo postal adesivo por todos os países veio a demonstrar que esse simples recibo podia ser, ele mesmo, portador de uma mensagem visual, uma ilustração, um símbolo nacional, ou mesmo servir de apoio à difusão de uma ideia, suportar uma campanha, ou comemorar um evento.

Uma das questões pertinentes para esta investigação prende-se com esta mesma importância que o selo veio a adquirir ao longo dos anos e que, atualmente, ainda detém, embora em moldes e regimes diferenciados. Igualmente importante é o facto de, desde os primórdios, se detetar neste objeto gráfico que é o selo, modos de registar a história do mundo, tornando-o num objeto de divulgação e propaganda e, simultaneamente, numa “moeda” de grande valor económico (Cardoso, 1985, p. 86).

O selo postal é assim um veículo de enorme poder cultural e pedagógico, um fator de diálogo entre indivíduos, organizações e até países. Produzido em grande escala, chega ao contacto de um incontável número de pessoas de todas as classes sociais, de todas as nacionalidades e de diferentes gerações, sendo por isso um poderoso meio de expressão gráfica e divulgação de formas de representação cultural e social.



Fig 6. Primeiro selo postal do mundo.

País de origem - Reino Unido
Data - 6 de Maio de 1840
Valor facial - 1 Penny
Grau de raridade - raro
Quantidade emitida - 68.808.000
Impressão - Preto sobre fundo branco
Dentado - Liso

2.2. Alguns aspetos do selo em Portugal

Em Portugal, passados treze anos após a emissão do primeiro selo adesivo, o Governo do Duque de Saldanha decidiu propor à Rainha D. Maria II a assinatura do famoso Decreto de 27 de Outubro de 1852, que determinava a entrada em vigor, a partir de 1 de Julho de 1853, do novo sistema. Os primeiros selos portugueses têm como motivo a efigie da Rainha D. Maria II que era a Soberana reinante (Afinsa, 2011, p. 27).

Foi em 1852 que se deu em Portugal a Reforma Postal promulgada por esta monarca. Mas só em Julho do ano seguinte saiu a primeira emissão, ostentando o perfil da soberana portuguesa, inspirada no modelo inglês. O desenho foi confiado a Francisco de Borja Freire, que seguiu diretrizes acordadas, enviando o desenho para gravação numa máquina importada de Inglaterra. Depois de feita e aprovada a gravura, esta foi multiplicada para estampagem em folhas de cinquenta, ou cem unidades cada, sendo depois entregues à Casa da Moeda. Estava então criado o primeiro selo português, sem qualquer taxa, pois podia circular em cartas de qualquer valor (Cardoso, 1985).

A data oficial de emissão é o dia 1 de Julho de 1853, há 166 anos, tornando Portugal o 45º país a adotar o selo (figura 7). Os primeiros selos continham pouca diversidade de imagens, apresentando sempre a face do monarca e utilizando apenas uma cor. Até 1867, correspondente ao reinado de D. Luís, os selos não continham o picotado, sendo que estes tinham de ser cortados para que as pessoas pudessem adquirir as unidades pretendidas. Portugal apenas adotou o sistema perfurado em 1867 (Figura 8). E somente em 1957 foi lançado o primeiro selo policromático, com a cor de fundo do papel e as cores branca, amarela e preta (Afinsa, 2011). (Figura 9).

Nos anos 80 e 90 do século XX deram-se mudanças radicais nas estruturas gráficas, melhorando significativamente o grafismo e optando por temas do quotidiano. Nos dias de hoje, opta-se por um estilo mais realista ou minimalista.

Muitos dos ilustradores de selos faziam-no esporadicamente, quando convidados para tal, enquanto outros lançavam propostas para apenas uma edição específica.

Dos mais anónimos autores até aos nomes mais conceituados e consagrados das artes plásticas, como Almada Negreiros, Maria Keil, Cândido da Costa Pinto, Cottinelli Telmo, Júlio Resende, Sebastião Rodrigues, Daciano Costa, João Abel Manta, Lima de Freitas, entre outros, a lista de autores prestigiados é vasta. E isto mesmo é comprovado pelos vários prémios com que as emissões dos CTT - Correios de Portugal têm sido distinguidas ao longo dos tempos, atestando não apenas a qualidade e a cotação da filatelia portuguesa devido ao prestígio dos seus autores, como também devido à qualidade das técnicas utilizadas, à inovação e modernidade introduzidas no design dos selos, bem como à política e estratégia de emissões que têm sido seguidas desde sempre (Cardoso, 1985).

Atualmente os CTT têm sido versáteis nos temas escolhidos para lançamento de novas coleções de selos. Desde 2007 que se realizam concursos para promover o país, permitindo a participação de novos candidatos, que podem concorrer tantona fase inicial, para proposta de temas, como, posteriormente, com propostas gráficas para selos relativas ao tema vencedor. Na fase final, os mais votados serão avaliados de acordo com diversos fatores, como a criatividade gráfica, facilidade de



Fig 7. Primeiros selos postais portugueses.

País de origem - Portugal
Data de produção - 1853
Valor facial - 5; 25; 50; 100 reis
Grau de raridade - raro; comum; raro; raro
Quantidade emitida - 2.294.112; 4.888.729; 179.400; 50
Denteado - Liso



Fig 8. Primeira edição de selos com picotado.
Reinado de D. Luís.



Fig 9. Primeiro selo policromático em Portugal, 1957.

transmissão da temática ao observador, entre outros, por um júri escolhido pelos CTT que procederão à eleição do vencedor (Sousa, 2010). (Figura 10).

Relativamente às temáticas dos selos nacionais, estas foram mudando gradualmente, deixando de representar simplesmente as faces dos monarcas e brasões, passando a ilustrar temas religiosos, acontecimentos da história de Portugal e feitos épicos da nação, como uma forma de promover e valorizar uma certa imagem e narrativa do país, sendo escolhidos temas considerados como de interesse a nível nacional em cada época.

A evolução a nível gráfico sofreu grandes influências, quer ao nível das temáticas, quer a nível de traçado e da escolha da utilização das cores. Entre os anos 1900-1930, vemos uma paleta maioritariamente de cores frias, sem muito destaque visual para o público, não possuindo cor de fundo e existindo apenas duas cores no selo.

Apresentam-se de seguida alguns exemplos considerados mais relevantes no âmbito da presente investigação. Todos os casos são retirados dos 1º e 2º volumes do Catálogo de selos postais e marcas pré-adesivas do Afinsa - Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa (2011).

Ceres, Fevereiro, 1912 (Figura 11): dois milhares de milhões de selos Ceres foram impressos ao longo de dez emissões, utilizando um processo de impressão tipográfica rápido e económico, atendendo à debilidade da economia portuguesa e à limitação de meios técnicos na Casa da Moeda. Esta situação, agravada por circunstâncias políticas e sociais, originou dificuldades na aquisição de papel, tendo-se recorrido a vários fornecedores, o que teve como consequência a utilização de vários tipos de papel e o aparecimento de anomalias, como o denteado irregular e os resultados de impressões defeituosos, podendo os selos ter uma tonalidade diferente da dos selos originais. Estes três erros, impressões com cores diferentes das originais, a diferença de papel e a irregularidade do denteado, são aspetos notórios que, no âmbito gráfico de um selo, determinam a qualidade e o valor do mesmo.

Como resultado de tantas anomalias, é raro um selo Ceres que se encontre com as cores originais, centrado e com um bom denteado (Afinsa, 2011).

Normalmente, as impressões de selos realizam-se em papel com um milímetro de espessura e uma emissão de selos é realizada com uma única qualidade de papel. No entanto, uma alteração da base de impressão, neste caso o papel, irá valorizar, ou desvalorizar consideravelmente os selos. A diversidade de aspeto gráfico de uma mesma emissão de selos, ou qualquer outra irregularidade visível, embora seja considerada como não desejada do ponto de vista da entidade emissora, pode ser um fator de valorização, ou desvalorização pelos comerciantes e pelos colecionadores filatélicos.

Este caso é importante para a presente investigação na medida em que a rentabilização dos custos no processo de impressão conduziu a um resultado gráfico específico, apesar de involuntário: mudanças de cor não propositadas no selo, diferenciação de papel, ou irregularidades na impressão. Estes três aspetos podem aumentar significativamente o valor atribuído ao selo por ser divergente da



Fig 10. Selo vencedor do concurso “Aqui há selo” em 2009 da temática - Ciência em Portugal.
Desenho - Nuno Micaêlo.



Fig 11. Ceres, Fevereiro, 1912.

restante série. Podemos, assim, perceber que qualquer anomalia resulta um sistema de avaliação e valorização do selo independente da entidade emissora.

No seguinte exemplo, o selo de Luís de Camões, apenas em 1925 é impresso um tema alusivo ao nascimento de um escritor, diferente dos três temas principais abordados até então: as figuras de poder, temas religiosos e feitos épicos, ou históricos, da nação. A partir desta data surgiu um grande interesse em abordar a temática da literatura em selos. Em 1925, foi posto em circulação um selo referente a Camilo Castelo Branco e, em 1931, aos Lusíadas¹ (figura 12).

Outro exemplo, é o referente a outra temática representada com o objetivo de usar o selo como meio de campanha de divulgação de questões sociais prementes. Durante a década de 70, os selos passaram a ter diferentes cores, alusivas aos temas representados, destacando-se, assim, mais a sua importância e a mensagem que se pretendia transmitir. Nas décadas de 70 e 80, foram muitas as emissões de divulgação, nomeadamente uma em 1976 referente à Alfabetização, uma em 1978 relativa aos Direitos do Homem e outra em 1983 relativa à importância da exportação, tendo esta última emissão como título “Exportar mais interessa a todos” (figura 13).

Outro caso, datado de 1935, durante o regime de ditadura, o selo foi usado pela primeira vez como um instrumento de propaganda do regime. Almada Negreiros realizou um selo com o tema “Tudo pela Nação” (figura 14), assim como outros trabalhos solicitados pelo Estado Novo, como posters, ilustrações e intervenções em exposições do Estado, entre elas a Exposição Mundial de 1940 (Lobo, 2015, p. 345). Destes trabalhos, os mais conhecidos, e aqueles de que o artista mais se orgulhava, são os painéis decorativos das gares marítimas de Alcântara e da Rocha Conde de Óbidos, em que a representação da nação, tal como a propaganda do Estado Novo glorificava, é desmistificada, mostrando “um povo dividido entre a emigração e o marasmo” (Lobo, 2015, p. 345). O objetivo do Estado Novo ao encomendar estas obras de arte, para os edifícios tinha como intuito materializar um estatuto de modernidade e afirmação do país. Representando temas nacionalistas, Ulisses deveria estar presente nos painéis. No entanto, Almada Negreiros, também conhecido como o “português sem mestre”, altera sem consentimento a temática e retrata rapazes descalços e a pedir esmola. Com esta opção o pintor “desafia a imagem mitificada do Portugal salazarista em matéria de auto-representação” (Lobo, 2015, p. 345), aproximando, desta forma, quem observa a obra da realidade do país, dando centralidade ao povo, que é elevado a personagem à qual é dada voz (figura 15).

Após a revolução do 25 de Abril de 1974, houve necessidade de utilizar o selo como instrumento de sensibilização cívica, sendo a primeira emissão, em 1975, um esclarecimento à população portuguesa sobre a sigla MFA (Movimento das Forças Armadas), utilizando como base um cartaz de Abel Manta (figura 16). Assim como

¹ Embora, de alguma forma, os Lusíadas, enquanto obra literária, possa ser considerada como um relato de feitos épicos da Nação e, por isso, servir ambos os discursos em simultâneo: o da valorização da arte e dos artistas e o da valorização de feitos da nação.



Fig 12. Luís de Camões, 1924. Apenas nesta data é impresso um tema alusivo ao nascimento de um escritor, diferente dos três temas principais abordados até então.



Fig 13. Deficiente mental - Cidadão com direitos. Desenho - Fernando Vidal, 1979.



Fig 14. Desenho - Almada Negreiros, 1935.

outros cartazes da época, a base do exemplo do cartaz acima referido é alusivo à liberdade de expressão e de escolha e à união de um povo capaz de se afirmar pelos seus direitos.

Posteriormente à primeira utilização do selo como instrumento de sensibilização cívica, seguiram-se campanhas de sensibilização sobre a segurança no trabalho, o anti-alcoolismo, poupança de energia e a introdução do código postal nos endereços postais.

As artes foram tema de um selo apenas em 1981, com ilustração de pintura em azulejo. As pinturas em tela apareceram pela primeira vez em 1987, o design em 2003 e a moda em 2004.

Embora pareça pouco relevante em comparação com outras temáticas de emissão de selos já abordadas, esta divulgação através do selo de uma área não muito explorada, como o caso do design, permitiu à população adquirir conhecimento sobre um tema não presente até então no historial filatélico (figuras 17 e 18).

Estes últimos casos, referentes ao selo realizado por Almada Negreiros, em que este é usado pela primeira vez como propaganda, ao selo da sigla MFA usado como esclarecimento à população portuguesa — embora em contexto político com forte pressão ideológica — e aos primeiros selos referentes ao design, como formas de divulgação e sensibilização, foram pontos importantes, tanto para a história do selo, como para a própria sociedade, pois o selo, neste contexto, assumiu claramente as suas funções de veículo de considerável poder cultural e pedagógico. Independentemente dos estilos gráficos representados nos selos, a sua função era passar uma mensagem e cumprir um objetivo, o qual era potenciado pelo facto de o circuito do selo atingir uma grande percentagem da população.

Tal como afirma Eurico Cardoso, “Estados do mundo moderno compreenderam que o selo podia também ser um bom veículo de publicidade, por exemplo, para os seus homens célebres, para a sua história, para as actividades industriais, agrícolas e culturais, enfim para o seu turismo, etc” (Cardoso, 1984, p. 16). Esta dimensão gráfica e funcional do selo postal português foi igualmente identificada por Mariana Jorge (2013) na sua investigação, ao defender que “O selo não é apenas um meio de ilustração histórica ou um relato de acontecimentos e de celebridades, mas antes a ferramenta de instrução e construção de cultura imagética portuguesa e universal. (...) O selo postal é um veículo capaz de divulgar o país, de realizar propaganda e instrução social e política” (Jorge, 2013, p. 1). A capacidade do selo se constituir como um veículo universal de mensagens socialmente e culturalmente localizadas parece ser ainda maior do que noutros objetos gráficos como as notas, se seguirmos a perspetiva do consultor artístico dos CTT em 1948, Jaime Martins Barata, citado na mesma pesquisa, “O selo é tão conhecido como a moeda mas é mais universal e viajante que esta” (Jorge, 2013, p. 2).

A evolução do selo permitiu a um simples pedaço de papel ascender, portanto, à categoria de potencial obra de arte e meio de comunicação, merecendo ser apreciado em si mesmo e colecionado pelos seus variados valores de raridade, de documento



Fig 15. Painéis decorativos na gare da Rocha Conde de Óbidos.
Desenho - Almada Negreiros.

e de beleza. Os selos tornaram-se um meio privilegiado de difusão cultural devido à sua função pública e de inscrição de uma temporalidade e memória coletivas.



Fig 16. Desenho - Abel Manta, 1975.



Fig 17 e 18. Desenho - José Brandão/Paulo Falado, 2003.

2.3. Anatomia do selo

O selo postal, para além das suas funções enquanto objeto íntegro como imagem, tem um propósito que apenas é alcançado por tudo aquilo que o compõe, os pequenos elementos pelos quais este é constituído fisicamente. Ao dissecarmos a sua composição, podemos perceber o que realmente compõe um selo, nomeadamente alguns dos elementos que não visíveis a olho nu.

Todos os elementos, sejam visíveis, ou não visíveis, são considerados como constituintes da anatomia de um selo. Na sua anatomia não visível, podemos mencionar, por exemplo, o tipo de papel, ou o tipo de impressão. Não são, de facto, estes os primeiros constituintes de um selo a serem observáveis, pois o olhar capta outros elementos que sobressaem mais como, por exemplo, a temática, ou o denteado. Relativamente aos tipos de papel, os mais usados para impressão de selos variam entre o papel porcelana, altamente sensível a qualquer atrito; o papel esmalte, que possui uma superfície intensamente brilhante; o papel Vergé, que apresenta na composição da sua pasta linhas horizontais ou verticais; o papel filigranado que, apresenta, quando visto em contra luz, uma imagem na sua composição que permite a sua distinção e o papel liso, que não apresenta manchas, ou irregularidades. A impressão de selos pode também ser realizada noutros materiais além do papel, como o exemplo do selo português emitido em cortiça já anteriormente mencionado. (figura 2). Relativamente aos tipos de impressão, estes estão listados e descritos no capítulo “Atributos de Valorização”, pois é um elemento que altera significativamente a qualidade de um selo.

Em relação aos elementos visíveis, um deles é o denteado que contorna todo o selo. Como já anteriormente referido, até ao ano de 1848, os selos compravam-se por unidades e eram vendidos a partir de folhas, das quais eram recortados. Após essa data, surgiu o picotado, que foi a grande invenção a nível físico dos selos até 1980, quando se deu a outra grande inovação de começarem a ser vendidos em blocos. Os blocos consistem em folhas grandes, podendo chegar a medidas de 22 centímetros de comprimento por 19 centímetros de largura, ou superiores, mas normalmente as emissões em blocos seguem uma base de medida de 12,5 por 9,5 centímetros. No entanto, também há emissões de blocos com medidas inferiores, sendo que existem igualmente blocos de formato não quadrangular, ou retangular, encontrando-se igualmente emitidos em círculo, como o caso específico do bloco com a temática do Campeonato do Mundo de Futebol de 2010 (figura 19).

Os selos presentes nos blocos são picotados em redor de cada unidade, de modo a facilitar ao funcionário dos correios a sua separação. Esta evolução teve um grande impacto na facilidade de manuseamento e separação dos selos em unidades singulares e permitiu, a nível gráfico, uma maior versatilidade na representação da temática e do enquadramento do selo no bloco. Foi, então, possível criar ilustrações maiores, propiciando a quem adquirisse o bloco ter uma maior perceção do enquadramento do selo, sendo também esteticamente mais apelativo (Cardoso, 1985). (Figura 20).

Atualmente, tanto nos deparamos com selos postais executados de forma minuciosa e realista, correspondendo rigorosamente à temática (figura 21), como



Fig 19. Exemplo de bloco em formato circular, do campeonato mundial de futebol de 2010.



Fig 20. Bloco de selo das Olimpíadas de inverno em Sarajevo, 1984.

com selos onde, graficamente, se observa uma carência de pormenorização que pode ser um fator-chave para o sucesso de um selo postal, onde a simplicidade torna a leitura do selo mais limpa e objetiva. Um exemplo deste último caso é o selo apresentado por Nancy Stahi que, após criar o seu primeiro selo de forma minimalista, foi convidada a realizar o design gráfico de diversos selos (Nádia Carmo, 2011). (Figura 22).

Não se pode afirmar que um certo estilo gráfico dite se o selo é mais, ou menos, funcional, pois a representação da ideia e dos elementos que constituem a composição no total é que irão ditar se a mensagem, ou temática que se pretende que seja transmitida pelo selo irá conseguir ser perceptível ao observador.

Os elementos essenciais que compõem um selo são assim: o material base utilizado, taxa, denteado, ano de impressão, identificação do país, e a Cruz de Cristo¹, atualmente presente em todos os selos portugueses emitidos (figura 23). A identificação dos designers responsáveis e a temática não são obrigatórios, no entanto, podem fazer parte dos elementos presentes num selo.

O design gráfico irá igualmente hierarquizar todos os elementos de forma a que estes comuniquem. Quando interligados e compostos, forma-se, assim, o todo, o selo, o pequeno pedaço de papel que exerce múltiplas funções, e para além da sua principal função para o qual foi criado, a de franquear correspondência, que serão posteriormente descritas no capítulo “Função do Selo”.



Fig 21. Sobreiro - coleção das árvores do mediterrâneo, 2017;



Fig 22. Snowy Egret, 2003.

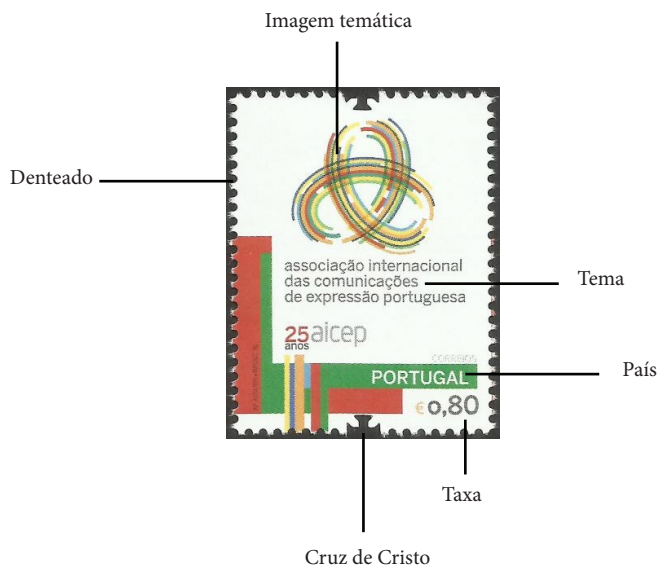


Fig 23. 25 anos da AICEP (emissão conjunta com países AICEP). Designer - Sofia Martins, 2015.

¹ A Cruz de Cristo é um pormenor que faz parte do picotado utilizado nos selos portugueses desde 2007. Esta é uma característica utilizada somente por Portugal, o que confere singularidade aos selos portugueses.

Relativamente à anatomia do selo em si, esta aparece também em diversos formatos. Para além do formato retangular corrente, são também realizadas muitas emissões de selos com novas anatomias, nomeadamente em formato triangular, ou, como no caso do telégrafo da Bélgica, em que as emissões eram geralmente impressas em formato hexagonal (figura 24). Ainda no que diz respeito ao formato, os selos considerados como mais estranhos são os selos circulares das ilhas Tonga, onde as emissões representam uma moeda de ouro com vários relevos em fundo metálico (figura 25).

Os novos formatos, ou a exploração de novos conceitos, são geralmente apreciados, tanto pelos colecionadores, como pelos não colecionadores, que se interessam maioritariamente pelas inovações a nível de design. Um dos exemplos nacionais mais relevantes foi a edição de um selo pela Experimenta Design (EXD)¹ em 2003, considerado inovador pela sua forma peculiar (figura 26). O selo foi concebido pelo designer Gonçalo Cabral, responsável pela imagem atual dos CTT.

A sua forma irregular, e não usual em emissões de selos, despertou a curiosidade dos observadores, tendo sido, por isso, uma emissão que foi mais divulgada do que se a mesma fosse num formato de selos mais regular, como por exemplo, selos retangulares, ou quadrados.



Fig 24. Selos de telégrafo da Bélgica de formato hexagonal, 1897-1899.



Fig 25. Selos circulares das ilhas Tonga. Representação de uma peça de moeda de ouro com vários relevos em fundo metálico.



Fig 26. Emissão de selos da Experimenta Design em formato irregular. Designer - Gonçalo Cabral, 2003.

¹ A Experimenta Design promove a cultura em Portugal e no estrangeiro, onde a sua principal prioridade é a criatividade como meio de criação. A palestra realizada na EXD'17, em Lisboa, relativa à globalização foi proferida por Arjun Appadurai, um antropólogo indiano, foi altamente relevante para uma melhor percepção das comunidades mundiais, que será tema de desenvolvimento numa fase posterior deste trabalho.

2.4. Tipologia de selos

Relativamente à tipologia de selos, os diferentes tipos incluem selos que já se encontram extintos, como é o caso do correio aéreo. Este marcou um grande período na troca de correspondência aérea, a qual permitia que, comparativamente com outros meios, esta fosse feita mais rapidamente, não sendo, no entanto, obrigatório franquear as correspondências por via aérea com estes selos (figura 27).

Os selos para encomendas postais foram produzidos especialmente para este fim, embora pudessem ser utilizados noutras classes de correspondência. Em Portugal deixaram de existir em 1956, pois não se justificava o seu uso, uma vez que as encomendas podiam ser franqueadas com qualquer selo normal (figura 28).

Os selos de serviço oficial pertenciam aos organismos oficiais, como os ministérios, que pretendiam enviar cartas dirigidas a particulares em sobrescrito fechado. Nas correspondências registadas, para além do selo do serviço oficial, afixavam-se selos do correio normal, de valor igual à taxa de registo em vigor (figura 29).

Antes do aparecimento dos selos postais, estavam em vigor os selos porteados, onde a maioria da correspondência circulava “porteadas”, ou seja, com portes a pagar pelo destinatário.

Antes do aparecimento destes selos, os correios escreviam à mão, ou carimbavam a correspondência, onde registavam a importância a cobrar, ações que deixaram de ser necessárias, uma vez que os selos de Porteados tinha neles inscrita a respetiva taxa (figura 30).

Outras tipologias de selos já extintas são o selo de telégrafo, que se destinava ao pagamento de taxas telegráficas (figura 31).

Tipologias de selos ainda em vigor são os selos comemorativos, que têm, como característica principal, ser um instrumento potencial de propaganda e comunicação, como nos mostra a emissão de selos que reproduziam obras de John Keulemans e William Hart, “Espécies Ameaçadas - Aves do Paraíso”, posta a circular no dia 16 de Abril em Viena (figura 32).

O selo Taxa de Guerra era o selo que se destinava apenas ao pagamento do imposto para despesas de guerra (figura 33).

O selo Local é emitido numa cidade e que apenas se destina a franquear a correspondência nessa mesma cidade. Pode dar-se como exemplo a cidade do Vaticano, que possui o seu próprio sistema de correios (figura 34).

O selo Sobrecarregado e o selo Sobretaxado são outras tipologias de selos, em que, no primeiro, lhe é acrescentada uma inscrição impressa, que o torna utilizável numa data, ou local, diferentes daqueles para os quais foi inicialmente destinado.



Fig 27. Selo do correio aéreo do Sudão.



Fig 28. Selo de Encomenda Postal, 1936.



Fig 29. Selo oficial do Paraguai.



Fig 30. Selo Porteados, 1940.



Fig 31. Selo telégrafo da Jamaica.

Como exemplo, temos o caso da Guiné, que não emitia selos e, como tal, usava os selos de Cabo Verde com sobretaxa “Guiné” (figura 35).

Já a segunda tipologia, o selo Sobretaxado, a sobretaxa altera a taxa primitiva do selo, aumentando, ou diminuindo o seu valor monetário (figura 36).

E, por fim, o selo Espécime, enviado por alguns países como amostra à União Universal¹, para anunciar novas emissões, ou ofertas oficiais (figura 37).



Fig 37. Selo Espécime da Costa Rica.

Dentro de todas estas tipologias, podemos afirmar que algumas, dependendo de diferentes fatores de valorização de selos, irão ser mais raras e mais valiosas que outras. No entanto, os diferentes elementos de valorização serão posteriormente referidos e analisados individualmente, de modo a poder ser feita uma cotagem por ordem de importância de cada elemento.



Fig 32. Selo Comemorativo. Temática: Espécies Ameaçadas – Aves do Paraíso. Desenho: Rorie Katz e Sergio Baradat.



Fig 33. Selo taxa de guerra do Sri Lanka.



Fig 34. Selo local - Vaticano.



Fig 35. Selo de Cabo Verde com sobrecarga “Guiné”.



Fig 36. Selo de Timor com sobretaxa.

¹ Organização internacional que agrupa os serviços postais de 190 países e regiões autónomas.

3. Caracterização do selo hoje

Design work is a blessing, a desire, a pleasure and also a curse, a torment and pressure.

(Hans Gunter Schmitz, 2016, p.103).

Na sua obra *Postage Stamp Design* (2016), Hans Gunter Schmitz cita o historiador de arte alemão Aby Warburg, que defendia que a imagem era um meio poderosíssimo de preservação de informação histórica. Neste contexto o selo é visto como parte deste processo: “The stamp is a image vehicle.” (Schmitz, 2016, p. 16).

Em 1924, Warburg deu início ao seu Atlas Mnemosyne, um trabalho ímpar que teve como método o uso das artes visuais e da fotografia com o objetivo de documentar os percursos da história e encontrar significados nos mesmos (figura 38). Havendo iniciado o seu interesse noutras áreas, como a arte da tapeçaria, ou da publicidade, essas abordagens levaram-no, mais tarde, ao estudo e análise dos selos na história da arte. Warburg usou o selo como objeto de estudo das suas investigações, pois defendia que o selo tinha um papel na educação da população, constituindo uma espécie de galeria móvel efémera (Schmitz, 2016, p. 16). Após as suas investigações, o historiador concluiu que a conceção do selo é um sistema de criação simbólica, caracterizador de épocas. Podemos, assim, afirmar que o selo é um objeto representativo desse ideal warburgiano de possuir registos de vários momentos históricos e sociais, a maior parte deles com a data exata desses mesmos acontecimentos. Como exemplo, o seu selo de uma jovem mulher (figura 39), que espalha sementes é colocada por Warburg como a continuação da antiguidade, mesmo nas insígnias da soberania de seu próprio tempo. A base na figura feminina até o renascimento como ninfa ou deusa prestativa nas obras de Botticelli, no selo francês, a mulher transporta o pensamento o povo (Andacht, 2002).

Segundo o investigador, o selo seria capaz de documentar toda a história da humanidade desde a era da reprodutibilidade técnica: “If all documents were to be lost, a complete stamp album would suffice for a total reconstruction of world culture in the technical age” (Schmitz, 2016, p. 16).

Assim como antigamente as moedas representavam a ascensão de cada novo rei, os primeiros selos também possuíam a face do monarca, o que tinha como finalidade demonstrar soberania, ou motivo de poder. Para além da sua dimensão simbólica e representativa, a utilização da imagem do monarca tinha, como segunda intenção, a de dificultar falsificações desses mesmos selos, pois uma ligeira alteração na face do monarca seria mais facilmente notada (Cardoso, 1985).

Em ambos os casos, quer nas moedas, quer nos selos, a face representada era correspondente a quem detinha o poder, ou de algo associado ao mesmo, através da conversão de texto não convencional na sucessão da comunicação visual clássica, que ajudava a manter a imagem como uma continuação e desenvolvimento da tradição, o que tornava cada selo individual num meio de comunicação representativo de mudanças para a sociedade.



Fig 38. Atlas Mnemosyne.



Fig 39. República Francesa - 5 cêntimos.

“In a constitutional democracy this indeed remains the esthetic function of the stamp: a reminder of the facts that involve and characterize the sovereign (of the people)... Image and word gain “automobile” status through printed art on paper sheets” (Schmitz, 2016, pp. 22-24).

Em continuidade, o aspeto cultural do selo representa a magnitude do mesmo na, e para a sociedade, sendo este um objeto iconográfico de valor permanente inestimável com memória social, de regiões geográficas, personalidades, mitos, etc. O selo postal é património cultural, porque representa oficialmente memórias da nação, campanhas nacionais de educação moral e cívica, entre outras (Associação Filatélica e Numismática, 2009, p. 24).

Esta questão cultural não será muito expandida neste capítulo, uma vez que é abordada igualmente no capítulo respeitante à Função do Selo.

[...] en dépit de sa taille réduite et son support plutôt discret [...] le timbre-poste présente une plus grande densité idéologique par centimètre carré qu'aucune autre expression culturelle (Andacht, 2002, p. 10).

Como se pensa já estar claro nesta reflexão, o selo não é apenas um sistema de pagamento, mas um objeto gráfico com poder de impacto visual e comunicativo, que ultrapassa a sua utilidade técnica e pragmática, devido à sua capacidade de comunicação visual e à forma como este é manipulado pelo designer para criar impacto no recetor. Se o designer acrescentar ao trabalho a sua perspetiva pessoal, incorporará novas dimensões ao objeto gráfico realizado, que irão despertar novas sensações ao ser observado. A reação do observador é involuntária, pois este é confrontado com a imagem que lhe poderá causar atração, confusão, stress, entre outros, consoante o potencial de comunicação da imagem, mostrando, desta forma, que o selo tem uma dimensão simbólica intensa e profunda que o pode aproximar de certas características da obra de arte.

Em relação à caracterização do selo atual, segue-se um exemplo de como o selo exerce simultaneamente a função de ser um objeto cultural, simbólico, de valor colecionável e de ser um objeto com o estatuto equiparado ao de uma obra de arte, como resultado de um desafio ao designer gráfico responsável, Schmitz, pela sua criação Parece ser este o caso, a edição de selos “For Health” de 2001, na qual era pretendida a representação de doenças como o cancro, ou a depressão, entre outras (figura 40). A solução encontrada foi o desvanecer das imagens que retratavam as temáticas, continuando subtilmente a transmitir a constante presença das doenças, inclusive para aqueles que não se apercebem das mesmas, quer sejam estes portadores, ou não. Desta forma, Schmitz, não fugiu à representação do conceito, mas procurou atenuar e representar simbolicamente as temáticas, de modo a não chocar os mais sensíveis e a ter uma ligação mais positiva entre a sua obra e os observadores (Schmitz, 2016, p. 44). Com este caso ilustrativo, pretende-se referir o tipo de relações comunicacionais que o designer pode estabelecer com o observador/utilizador dos selos e o tipo de mensagem que quer transmitir, à semelhança de uma obra de arte, como defendido por Walter Benjamin e Aby Warburg (Warburg, 2016, p. 26). Este é, assim, um bom exemplo daquilo que o



Fig 40. Um dos selos da coleção “For Health”, representante de temáticas sensíveis, como o cancro e a depressão, 2001;

selo em si representa, pois a mensagem que se pretende transmitir é facilmente interpretada por qualquer faixa etária, sendo de imediato perceptível assim que o observador se depara com o objeto.

A imagem presente num selo tem um forte poder visual e de comunicação, não apenas como representante da temática, mas também como objeto de representação de património nacional e, conseqüentemente, como objeto de educação histórica. Transmite, além disso, e inevitavelmente, uma determinada sensação ao observador, podendo produzir uma relação sensitivo - emocional. A sua composição pode ser ainda apreciada como arte, ou exercer um papel de demonstração de poder, como alguns casos de estudo que serão analisados posteriormente.

3.1. Função

A função do selo tem vindo a alterar -se ao longo do tempo. Quando o selo surgiu, em 1840, esta pequena superfície foi o meio que veio facilitar o fluir da própria sociedade em termos económicos e sociais, tendo o selo um papel central no quotidiano dos indivíduos. O selo permitiu que a troca de correspondência fosse mais rápida e fluida, sendo encarado como um instrumento de imposto, um recibo em que quem pagava era o remetente, facilitando as entregas e evitando problemas económicos aquando da receção das cartas, pois o destinatário poderia não possuir dinheiro para as pagar. Daí o selo postal se ter tornado a marca que formaliza e evidencia o negócio da correspondência. Esta foi a principal função do selo durante um largo período de tempo.

No entanto, este foi adquirindo novas funções, para além da sua primordial função de franquiar cartas. Entre as várias funções que o selo foi adquirindo, destacam-se as seguintes: a função colecionista, o documento cultural e a função diplomática e de representação do poder de um estado.

A segunda função adquirida pelo selo foi a de este passar a ser um objeto de coleção. “Até então, o selo postal não tinha sido ainda encarado como um objeto colecionável, nem ninguém se tinha debruçado sobre os aspetos decorrentes da sua circulação interna e externa como veículo de ideologias. O que exige de nós uma atitude declaradamente crítica e atenta em relação ao mundo que nos rodeia, com o reconhecimento de como a filatelia vem acompanhando de perto o tumultuoso curso da História” (Ferreira, 2006, pp. 17-20).

A partir de 1843 muitos países começaram a emitir os seus próprios selos - casos da França, Rússia, Estados Unidos, Bélgica, entre outros. Para quem colecionava começou a haver inúmeras possibilidades, sendo que o ato de colecionar selos, tornou-se num dos hobbies com mais adesão a nível mundial (Ferreira, 2006, p. 29).

A terceira função está interligada com as anteriores, já que a função de documento cultural é um incentivo à função do colecionismo e é um representante da função de divulgação do poder de um estado. Como defendem Michels e Schoell- Glass:

“Premièrement, la création de timbres est, dans son ensemble, interprétée comme un “art”. Deuxièmement, il émet la thèse que les timbres reflètent en général les pratiques sociales, comme «la culture de la fête». Au centre des timbres, considérés comme un “art officiel”, les événements politiques et sociaux.” (Michels e Schoell- Glass, 2012, p. 86).

Os selos são, assim, um artefacto de importância histórica e gráfica, de valor permanente inestimável, ocupando um lugar privilegiado na representação visual de determinada cultura, contribuindo para a preservação, recuperação, análise, reflexão e disseminação da memória social, cultural, postal e documental, abarcando diversas áreas como a história, geografia, ciência, artes, literatura, política, entre outros (CTT, 2017). Esta função está ligada ao poder semiótico do selo, tal como defende David Scott:

“Le timbre-poste commémoratif, en revanche, est non seulement un signe herméneutique, mais aussi un signe de l’herméneutique, ce qui signifie, donc, que le timbre remplit non seulement sa fonction primaire indiciaire ou sémiologique, mais qu’il propose aussi des signes supplémentaires, lesquels renvoient non

seulement à sa fonction postale ou officielle, mais encore à la communication de messages provenant d'autres domaines" (David Scott, 2002, p. 6).

A função cultural do selo engloba dois termos específicos que se baseiam na hermenêutica¹ e na semiologia². Podemos deduzir que, segundo a temática representada no selo, ao observar o mesmo, faremos uma dedução pela sua imagem gráfica do que este representa. Quando o observador não consegue interpretar a imagem apresentada, o que este entende da mesma poderá ter um significado completamente diferente da mensagem que o selo era suposto transmitir. Um exemplo deste caso em concreto pode ser a observação de dois selos do Uruguai, em que estes exigem uma interpretação do próprio selo. O primeiro é o rosto de um artista pintado com uma escolha cromática que lhe confere um ar melancólico (figura 41). Os elementos presentes no selo, a guitarra, o nome, a identificação do país emissor e o rosto do artista são o objetivo da tradução da mensagem desse selo comemorativo: mostrar a realidade da sociedade uruguaia de 1996, em que a melancolia e a opressão exercida pelo regime militar estavam presentes no quotidiano.

O outro exemplo, igualmente do Uruguai, representa uma cena carnavalesca que possui uma mensagem subliminar, em que o apelo erótico dos dançarinos está totalmente ausente do selo comemorativo. Este modo representativo de abstração foi conseguido pelos meios da cor e da textura presentes no selo (figura 42). Em primeiro plano, vemos Rosa Luna movendo-se sobre cores frias, onde a temática, por norma, seria representada com base em cores quentes. Acrescentando ainda o facto de o fundo do selo estar desprovido de qualquer tipo de movimento e de todos os sinais de vida terem sido removidos, representando assim o excesso de controlo pelo estado.

Nestas duas emissões de selos, que foram controladas pelo estado do Uruguai, mantinham-se os parâmetros forçados desta sociedade, subtraindo qualquer vestígio de alegria (Andacht, 2002).

Os selos culturais podem, para além do seu papel semiótico primordial, ter múltiplas mensagens hermenêuticas. Principalmente os selos culturais comemorativos, em que a sua principal função é a de diferenciar as emissões filatélicas do país de origem dos restantes. Como o exemplo das séries emitidas por Barbados dedicadas à sua população, onde são emitidos selos com as faces de cada indivíduo que complete cem anos de vida no país. Barbados considera que este é um modo de prestar homenagem ao seu povo (Fontes, 2018). (Figura 43).

Outra forma de representação de um país através de selos é a divulgação das suas maravilhas nacionais, como é o caso da Austrália e da Eslovénia (figuras 44 e 45) que recorrem à filatelia para representarem as melhores características dos seus países. A beleza natural, a fauna e a flora são dos temas mais abordados nas suas emissões filatélicas, utilizando o selo como meio de divulgação e publicidade para incentivar o turismo nesses países.

A quarta função do selo, função diplomática e de representação do poder de um estado, torna o selo mais do que apenas uma mercadoria, ou comprovativo

1 Ramo da filosofia que estuda a teoria da interpretação, que pode se referir tanto à arte da interpretação quanto à prática e treino de interpretação.

2 Campo que estuda todos os fenómenos culturais como se fossem sistemas de significação.



Fig 41. Selo do Uruguai; Temática - Alfredo Zitarrosa.



Fig 42. Selo do Uruguai de mensagem subliminar. Temática - Rosa Luna.



Fig 43. Selo com a face de um habitante de Barbados.



Fig 44. Selo da Austrália; Temática - Fauna.

do pagamento de uma taxa de transporte. Tornando a sua principal função a de representar um país de diversas formas (Scott, 1995, p. 191).

O selo é um dos símbolos da soberania de um Estado, como nos provam as primeiras emissões filatélicas. No caso da Hungria, por exemplo, o país obteve a sua independência da Áustria, proclamada pelo Compromisso de 1867, mas só a partir de 1871 emitiu os seus primeiros selos privados, consolidando, desta forma, a ideia consensual da sua soberania e a sua unidade política. Tal como defende Ferreira (2006): “Desde logo o selo foi tomado consensualmente como um sinal definidor da soberania dos Estados e, de certa maneira, como o seu mais próximo representante diplomático. Assim o entenderam todos os Estados que prontamente emitiram os seus selos postais, como forma de se confirmarem pela demonstração consensual da sua soberania”.

Os selos constituem, desta modo, um espelho dos mais marcantes acontecimentos da história, sobretudo quando estes resultam das modificações na estrutura política dos próprios Estados, como aconteceu em todos os territórios que alcançaram a sua independência, rejeitando a administração da potência colonizadora. Como, por exemplo, os selos com as sobrecargas “República Popular”, “Independência Junho 1975”, ou as alterações de texto para “Estado da Guiné”, ou “República Democrática de São Tomé e Príncipe”, que ilustravam o momento da sua independência para o futuro. “Il (Warburg) s’intéressa au timbre en tant qu’insigne de la souveraineté (...) aux informations que le timbre pouvait fournir sur son époque et son niveau de culture, au rang symbolique qu’il possédait” (Michels e Schoell-Glass, 2012).

A coleção dos selos de Espanha é outro exemplo a referir, pois estes resumem em algumas páginas, toda a história política do país desde 1850, com as suas revoluções e mudanças de dinastia, para mencionar apenas algumas. Esta representação da Nação é uma das principais funções do selo desde os seus primórdios até aos dias de hoje, sendo, por isso, um auxiliar da história mundial.

O selo já não poderá ser o mero refletor da história, mas sim o seu mais direto refletor.

Luís Eugénio Ferreira

Outro caso em que o selo acompanha a evolução de uma sociedade é observando a filatelia tibetana, onde os selos narram a sua história tumultuosa. Sendo parte integral da China até 1912, a sua afirmação de independência como autonomia tibetana não foi aceite pelo governo chinês, nem recebeu reconhecimento diplomático internacional, tendo a China acabado, mais tarde, por voltar a dominar o país.

Durante o período de liberdade, esse sentimento foi representado nos selos, como por exemplo, a emissão de um símbolo nacional tibetano - o tigre das montanhas (figura 46). Depois de o Tibete ser novamente dominado pela China em 1950, todas as emissões de selos deixaram de ser referentes ao país subjugado, negando-lhe assim qualquer tipo de identidade. Assim como reportado por Séagh Kehoe (2016): “They communicate ideas of ‘imagined community’ to recipients at home and people worldwide about national identity, collective memory, and even political destiny, sometimes even leading to diplomatic spat. (...) These stamps remind us of



Fig 45. Selo da Eslovénia.
Temática - Flora.

the ways in which postage stamps, far from merely being mundane pieces of paper, can be powerful vehicles of propaganda that construct, reproduce, and naturalize particular ideas of nation and history to serve the state.”

A importância da representação gráfica de uma temática num selo assume um ideal da nação e podemos comparar essa mesma importância a um sinónimo de força simbólica, como o erguer de uma estátua, ou à bandeira representativa de um país, pois o selo exerce uma função similar sobre ambos.

Referente à função diplomática e de mediador político, através da representação visual gráfica, esta demonstra que o selo é um instrumento de poder através de um estado-nação. Como exemplo, o recente caso da emissão de selos que defendia a paz no Mar da China Meridional acabou por ter o efeito contrário ao pretendido, pois o Vietnam Post apresentou um protesto contra o Chunghwa Post³. Devido às disputas de soberania sobre ilhas no Mar da China Meridional, este episódio levou, mais tarde, a que os correios da China, Hong Kong e Vietname não participassem na Exposição do Campeonato Mundial de Selo de PhilaTaipei, em Taipei, com a participação de mais de 80 países (Shan, 2016).

Uma temática atual e controversa é a emissão filatélica da Coreia do Norte, a 29 de Novembro de 2017, que emitiu selos comemorativos do lançamento do míssil que conseguiria alcançar qualquer território dos Estados Unidos. Esta emissão mostra uma atitude menos humanista do uso dos selos, sendo usado como sinal de apropriação territorial (Belam, 2017).

Uma das atuais funções do selo é ser utilizado como instrumento crítico relativamente à política, como por exemplo, na atual polémica do Brexit.

O Brexit dividiu a população britânica sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia, dando origem à controvérsia de uma possível emissão filatélica sobre essa temática. A maioria que é a favor da saída do país da União Europeia quer que seja emitido um selo para comemorar o evento, como sempre aconteceu com qualquer grande evento histórico no Reino Unido. No entanto, o Royal Mail não aprova nenhuma emissão com esta temática (BBC, 2017).

Este último exemplo será posteriormente analisado nos casos de estudo, no capítulo referente aos “Marcos Históricos”, que vêm afirmar o selo como memória social e cultural, onde a temática representada pode ser usada como um meio comemorativo, ou como crítica política com relevância na atualidade.

Hoje em dia, os selos, em conjunto com as cartas que faziam circular, já não representam o melhor meio de comunicação, devido às novas tecnologias. No entanto, continuam a ser utilizados.

A evolução tecnológica, principalmente a partir do século XXI, que levou ao desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, o aparecimento da internet, cibernética, robotização, entre outros, resultou numa relação de simbiose entre o homem e a máquina. Este é um dos motivos que contribui para o decréscimo do uso dos selos. Sendo o selo um modo de franquear correspondência, e sendo as cartas um meio de comunicação em desuso, o selo também acaba por perder o protagonismo que anteriormente tivera. Segundo o designer José Brandão:

³ Serviço postal oficial de Taiwan.



Fig 46. Selos tibetanos emitidos durante o período da sua independência, 1912 - 1950. Temática - Fauna.

“Franquiar cartas sempre foi a função primordial do selo, que infelizmente tem vindo a ser perdida porque cada vez mais as máquinas nos postos de correio imitem um recibo que desempenha a mesma função... O selo está a ser destruído. Está a ser sustentado praticamente pelos colecionadores. Eu não domino esse mundo, e se houver uma rutura, ou um descrédito, o selo perde a sua função. (...) E essa função está cada vez a diminuir mais, uma vez que faturas, orçamentos e recibos que antigamente eram enviados em papel, são enviados agora digitalmente. Isso está a colocar em risco o selo, porque o selo está a ficar circunscrito praticamente a 10% da sua função primordial.”⁴

Segundo os testemunhos dos designers José Brandão e João Carlos Araújo, e dos filatelistas Miguel Grilo e Vítor Baltar, entrevistados no contexto desta investigação sobre o que é a filatelia e o valor do selo na atualidade, podemos deduzir que a filatelia é um negócio e que, presentemente, a sua principal função é alimentar o mercado filatélico. Os colecionadores são a fação que ainda faz circular o negócio dos selos pois, sem eles, o selo em si estaria praticamente extinto. Também o designer de selos José Carlos Araújo realça o deslocamento da função primordial do selo da franquia para a área do colecionismo e da função simbólico-cultural: “O selo postal, ainda mantém sua característica original como franqueador de correspondência, contudo o seu maior potencial refere-se exatamente no Mercado Filatélico, onde os colecionadores procuram desenvolver as suas coleções e enriquecem o mercado, valorizando os selos postais e difundindo internacionalmente a cultura dos povos.”⁵

Estando o selo a cair em desuso para a imagem digital e a tornar-se cada vez um mercado menos fluido, dependendo igualmente do futuro da sociedade, num futuro próximo, as gerações mais novas irão certamente pesquisar o termo “filatelia” e o selo acabará por se tornar um espectro da glória que outrora tivera. No entanto, será sempre um referencial de informação para gerações futuras sobre os períodos históricos, tal como defendia Warburg.

4 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Brandão, a 20 de Dezembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

5 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Carlos Araújo, a 9 de Janeiro de 2018 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

3.2. Relação entre produto e consumidor: regimes de valor

Arjun Appadurai, no seu famoso ensaio “Commodities and the politics of value” (1999), defende que no âmbito das políticas de valorização dos objetos, as atribuições de valorização variam consoante a fase em que se encontra esse mesmo produto/objeto. Uma comparação entre objetos e pessoas pode ser, assim, realizada de modo a estabelecer-se uma conexão entre a vida social dos indivíduos e a vida social dos objetos. É desta conexão que resulta a atribuição a estes últimos de um certo estatuto e um determinado valor em dado momento. Do mesmo modo, este mesmo valor pode ser alterado com o passar do tempo, ou com o tipo de significado social que lhe é atribuído pela própria sociedade.

As mudanças económicas representam, deste modo, um ponto de viragem na atribuição de valor de um determinado produto, assim como a distância entre o objeto e a pessoa que o procura e a dificuldade que encontra na sua aquisição. Estes são geralmente atributos que conferem um aumento de valor. Esse mesmo valor não é apenas monetário, mas também psicológico e simbólico, pois é atribuído pelo comprador, que confere ao objeto um valor superior, dependendo da dificuldade e do seu preço de aquisição (Appadurai, 1999). Parece-nos clara a forma como este entendimento de Appadurai, no que concerne aos “regimes de valor” dos bens de consumo, ajudam a entender melhor o objeto de estudo desta investigação, o selo, como objeto físico, pois este enquadra-se nas atribuições de valor acima referidas, apesar da demanda e da procura na temática filatélica ser ainda valorizada por outros fatores.

Outro argumento importante de Appadurai é a afirmação de que a procura por um determinado objeto está relacionada com o desejo de posse que uma comunidade desenvolve e não pela necessidade estrita desse mesmo objeto. Obviamente existe a relação entre a procura e a oferta mas, muitas vezes, somos induzidos a comprar algo que não queremos nem precisamos, e acabamos por adquirir para ceder à pressão e ao domínio da influência social, na medida em que adquirir um determinado objeto pode conferir um certo estatuto social.

Podemos definir que a matéria/produto é um meio de conhecimento para o “consumidor” desde o seu momento de fabricação, durante a sua existência e até ao final da sua fase de vida. Ou seja, este vai adquirindo novos significados à medida que cria novas memórias e reputação, sendo que o conhecimento se concretiza através de contacto direto com o produto.

O selo enquanto produto de conhecimento desde o seu momento de fabricação parece-nos um claro exemplo disso. Este bem de consumo não é classificado pelo tipo de objeto que é, mas sobretudo pela “fase da vida” em que se encontra, sendo que cada fase o pode tornar mais enriquecedor, acrescentando-lhe valor durante o seu percurso de existência, ou, pelo contrário, ficar totalmente desvalorizado. Pode ainda acontecer que um selo desvalorizado, porque inutilizado do ponto de vista da sua função de franquia, entre numa nova “fase de vida”, adquira um novo estatuto e seja alvo de um processo de revalorização. Neste sentido, podemos afirmar que o selo é mais uma mercadoria em si, do que uma senha/ recibo, ou comprovativo do pagamento de uma taxa de transporte. Pode mesmo ter uma “história de vida”, ou

uma “carreira”, tal como afirma Appadurai: “If we regard some commodities as having “life histories” or “careers” in a meaningful sense, then it becomes useful to look at the distribution of knowledge at various points in their careers. Such careers have the greatest uniformity at the production pole, for it is likely that at the moment of production, the commodity in question has had the least opportunity to accumulate an idiosyncratic biography or enjoy a peculiar career” (Appadurai, 1999, p. 41-42).

É este processo que Appadurai designa como “regimes de valor”, que são baseados numa política de atribuição de estatuto e valoração a determinado objeto, cuja existência se torna assim fluida (“flows of commodities”) e, em determinado momento, se torna apetecível para ser adquirido sob um novo estatuto que, no caso do selo, corresponde a um estatuto de objeto de coleção, como veremos mais à frente.

3.3. Circuitos e agentes do selo

Ao definirmos o circuito dos selos - ou seja o seu “flow” (fluidez) enquanto objeto, podemos também caracterizar a maneira como os tratamos. Ao tratar os objetos como bens de consumo, aos quais atribuímos valor e significado, vamos podendo construir a sua bibliografia, que é regulada por uma economia moral.

Fazendo uma comparação entre pessoas e objetos, é de fácil percepção que as suas “biografias” se suportam mutuamente.

A polaridade conceptual, que consiste em fazer uma correspondência entre pessoas e objetos, de forma a que por vezes se aproximam ao ponto de se fundirem e adquirirem o mesmo significado, é um dos principais argumentos defendidos por Kopytoff em “The Cultural Biography of Things” (1986). O poder de conseguir usar uma pessoa como propriedade ou objeto, ou apenas algo que não tem poder sobre a sua própria existência, torna-a um mero produto de consumo personificado e é a forma mais radical deste processo (Kopytoff, 1986).

Mas o que importa para a presente análise é verificar como a referência do passar do tempo para alguns objetos lhes confere um novo valor, na medida em que marcam períodos históricos e se tornam raridades do seu tempo, devido ao número reduzido de unidades produzidas na altura. Neste âmbito, Kopytoff refere-se especificamente ao caso dos selos:

And there is a continuing appeal in stamp collecting - where, one may note, the stamps are preferably cancelled and so there is no doubt about their worthlessness in the circle of commodities for which they were originally intended. As among individuals, much of the collective singularization is achieved by reference to the passage of time. (...) and rise in value with every receding year (Kopytoff, 1999, p. 80).

É igualmente importante identificar o circuito do selo de um ponto de vista mais pragmático e técnico. Antes de mais, podemos afirmar que as diversas identidades na área da Filatelia são a base para perceber que o circuito e o valor do selo variam desde a sua fabricação, passando pelos elementos que o compõem, pela escolha do design gráfico, pelo seu modo de distribuição nos correios, pelo contacto entre o selo e os consumidores e ainda pela ligação entre o comprador e o vendedor, a sua venda on-line, os fatores de valorização que o tornam colecionável, os pontos de manutenção, e assim por diante.

Desde o esboço à sua aprovação, o processo de criação de um selo é meticulosamente organizado em todas as suas fases.

Como antes mencionado, o trabalho da idealização e conceção pela parte do designer tem que garantir, para além de uma boa apresentação gráfica, o cumprimento da sua legibilidade e compreensão pela sociedade. Todo o processo destinado ao designer demora por norma seis meses a ser realizado. O Conselho Filatélico reúne-se duas vezes por ano para chegar à lista final de emissões anuais, uma vez que a escolha da temática é o primeiro passo de um longo processo a ser definido.

Qualquer cidadão pode enviar ideias de temáticas para as próximas emissões de selos, que serão previamente aprovadas com um ano de antecedência pelos CTT antes de começar o procedimento da sua realização.

“Os Correios, durante um determinado período, que vai até ao fim de Março de cada ano, recebem um conjunto de propostas de todas as entidades públicas e privadas para emissões de selos, e nós convidamos para que essas propostas sejam feitas. Recebemos por ano uns milhares, 1200 a 1300 propostas das quais só podemos escolher 25. Portanto, é um processo de afinilamento que é um pouco complicado”, explica Raul Moreira (Diário de notícias, 2017).

As propostas são classificadas e analisadas segundo a sua qualidade e originalidade, procurando-se sempre contemplar as várias áreas de interesse.

Após a maquete do selo entregue pelo designer, superiormente aprovada na Casa da Moeda, procede-se à fase de feitura.

O original é maior que as medidas de uma fotografia, onde depois é feita a redução para os exemplares. Há vários elementos a ter em conta na fase de impressão, tais como a taxa, numeração, motivo, cores, entre outros. Todo o processo decorre sempre com a supervisão e acompanhamento constante da direção de arte dos CTT.

Durante a fase de impressão, as folhas com os selos impressos passam por uma secção de controlo de qualidade, onde é feita uma triagem, verificando folha a folha. As que não correspondem à qualidade exigida são rejeitadas e queimadas nos fornos da Casa da Moeda, por funcionários dos Correios destacados para o efeito. As folhas aprovadas passam para a máquina de picotagem, onde é novamente feito um controlo de qualidade, passando, de seguida, para a máquina de gomagem, pautagem e corte. No fim, são embaladas e entregues aos CTT.

Nenhuma emissão pode entrar em circulação sem ter também a aprovação governamental. É necessário que o Ministro da Tutela publique, através da Secretaria de Estado das Comunicações, uma portaria no Diário da República, autorizando a circulação de uma nova emissão de selos postais. Na portaria são referidas as dimensões dos selos, o denteado, ou picotado, taxas, motivos e quantidades, nome do artista plástico e o primeiro dia em que circulará (Cardoso, 1985).

Atualmente, é possível adquirir todos os selos emitidos no período dos últimos três anos face à presente data, através de encomenda solicitada aos CTT.

Ao adquirir um selo, o consumidor poderá estar a fazê-lo para o utilizar como objeto de franquia, que é a principal função do selo, ou de modo a satisfazê-lo na sua vertente de colecionador.

4. Selo: Objecto colecionável

4.1. O colecionador

What is decisive in collecting is that the object is detached from all its original functions.

(Benjamin, 1988, p. 2).

O ato humano do colecionismo baseia-se, sobretudo, em recolher, classificar e conservar objetos que deixam de exercer a sua função primordial, mantendo-os fora de circulação. “O objeto puro, privado de função, ou abstraído de seu uso, toma um estatuto estritamente subjetivo: torna-se objeto de coleção” (Baudrillard, 1968, p.94), deixando de possuir utilidade quotidiana, sendo a sua principal função a de pertencer a uma coleção, estabelecendo uma nova fase histórica e biográfica para esse objeto. “As among individuals, much of the collective singularization is achieved by reference to the passage of time. (...) and rise in value with every receding year”(Kopytoff, 1999, p. 80).

O que distingue um colecionador de um acumulador, é que o primeiro reúne um determinado tipo de peças com características similares, tratando-as como verdadeiras relíquias, onde o desejo e a procura por completar as suas coleções lhe traz satisfação e orgulho. Um acumulador guarda qualquer tipo de objetos, sem gerar nenhum padrão de similaridades entre os mesmos. O ato de acumular tem como objetivo acreditar que os objetos guardados, pelos quais não se tem nenhuma ligação afetiva, serão úteis em algum momento da vida. No entanto, o principal fator de diferenciação entre os dois atos, colecionar e acumular, é o poder de decisão. Colecionar é uma opção de querer começar, ou continuar, uma coleção, enquanto que acumular é uma compulsão.

A paixão pelo colecionismo e o ato de colecionar remontam aos primórdios da história das sociedades, sendo tendencialmente um privilégio de uma minoria: é preciso ter capacidade de investimento no objeto a colecionar sobre qualquer temática e não é qualquer pessoa que pode dedicar-se ao colecionismo. Cada vez mais, o ser humano tende a colecionar objetos de variados temas, podendo ser colecionável qualquer objeto, como são os casos mais extremados, ou “excêntricos”, de quem coleciona, por exemplo, solas de sapatos, o conteúdo recolhido pelo aspirador, entre outros (The New York Times, 2016). Tal como referido por Baudrillard (1968, pp. 83-111): “Tem um estatuto psicológico especial. É quando, não servindo para nada, serve profundamente para qualquer coisa (...) A coleção emerge da própria cultura: visa objetos diferenciados, que têm frequentemente valor de troca, que são também “objetos” de conservação, de comércio, de ritual social, de exibição - talvez mesmo fonte de benefícios”.

As interações do colecionador com os seus objetos de coleção, como a atividade de restauro, visam simplesmente a preservação desse mesmo objeto. Apesar de passarem a ser considerados, até certo ponto, objetos supérfluos, estes têm um valor de mercado, e são, ironicamente, objetos que se compram para não serem

usados. Ou seja, têm valor de troca, sem terem valor de uso (Pomian, 1984, p. 54). De acordo com Pomian, para que um valor possa ser atribuído a um objeto, este deve ter significado, ou possuir algum tipo de utilidade, pois é o significado que eleva o valor de troca. “Um objeto vê-se atribuir um valor quando é protegido, conservado, ou reproduzido (...) Quanto maior é a carga de significado, maior é o seu valor, que se exprime, assim, pela quantidade das coisas que se poderiam eventualmente obter trocando-o” (Pomian, 1984, p. 72).

Segundo Walter Benjamin, “Collecting is a primal phenomenon of study: the student collects knowledge” (Benjamin, 1988, p.10), “Gathers things that are related; can thus inform about things through their affinities or their succession in time” (Benjamin, 1988, p. 245). Podemos referir que o colecionador é um amante da sua prática, gostando sobretudo de explorar e aprender, de modo a melhorar as suas técnicas, adquirindo mais facilmente os objetos da sua coleção que estão em falta. De acordo com o autor: “His collection is never complete, and if it lacks a single piece, everything he has collected will be nothing more than a fragmentary work, just as things are from the beginning to the allegory” (Benjamin, 1988, p. 245).

Para Benjamin, um colecionador nunca se irá cansar de aprender sobre a temática da sua coleção pois, para este, esta atividade não é apenas um hobby ao qual dedica tempo, mas algo em que vale a pena investir o tempo para satisfação pessoal e, em alguns casos, para recompensa monetária. Esta atitude é notória no testemunho do filatelista Vítor Baltar, que descreve o seu sofrimento e frustração na aquisição de uma peça específica: “Houve várias peças que me provocaram momentos de angústia até conseguir ganhar a licitação do leilão, mas isso faz parte do prazer que a filatelia nos dá. Haverá talvez um caso mais curioso, de uma peça com uma marca de censura usada em Lisboa (...) Passei momentos de forte ansiedade para adquirir a referida peça e só no final do leilão, quando pude consultar o histórico das licitações, verifiquei que fui o único interessado que visitou aquele lote. Até hoje nunca vi nenhuma outra peça com aquele carimbo.”¹

Segundo Walter Benjamin, o colecionador tem em conta todo o período de vida do objeto, incluindo a sua história, pois para ele é um fator que afeta o seu valor (Benjamin, 1988, p. 6). Arjun Appadurai defende, e, como já foi referido, que as atribuições de valor a um determinado objeto variam consoante a fase de vida em que este se encontra, e que ambos, colecionador e objeto, acabam por adquirir um estatuto através da sua própria história, ou seja, do seu percurso.

Os objetos de coleção tendem a representar também uma vertente simbólica para os colecionadores. Estes depositam investimento afetivo nos mesmos, sendo as suas coleções consideradas propriedades privadas e com as quais se conseguem abstrair dos seus problemas. O gosto pelas suas coleções é uma espécie de jogo passional, onde os objetos possuem um papel regulador na vida quotidiana, anulando tensões e mantendo um certo equilíbrio no indivíduo colecionador (Baudrillard, 1968, p. 94). “Para que um valor possa ser atribuído a um objeto por um grupo, ou por um indivíduo, é necessário e suficiente que esse objeto seja útil, ou que seja carregado de significado” (Pomian, 1984, p. 72).

1 A entrevista foi realizada pela mestranda a Vítor Baltar, a 16 de Junho de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

Filatelia

O termo “filatelia”, antigamente denominado como “selomania”, é derivado do grego: “Philos” e “Telos”, que correspondem respetivamente a amigos e taxa. A filatelia pode ser definida como o estudo e o colecionismo de selos postais. Tendo como objetivo adquirir e conservar selos, os colecionadores partilham da vontade de aprofundar o seu conhecimento sobre estes objetos, compondo uma coleção temática, ou geral, podendo esta última, subdividir-se em coleções a nível mundial, ou por países.

Os filatelistas começam, maioritariamente, por interesse próprio, ou por herdarem coleções de familiares, que acabam por descobrir valer muito mais do que o seu antigo valor facial. Assim como afirma o filatelista Miguel Grilo: “Para mim o selo é algo de valor, algo colecionável, que, como o caso das pedras preciosas, está sempre a valorizar. Para além de um hobby, é um investimento. Se um dia vender, vai render tanto, ou mais, do que o investimento inicial. (...) O colecionador pode optar por coleções baratas, ou caras, fica ao critério. Conheço coleções temáticas baratas. O que interessa é o tema. Pode haver selos baratos e caros nesse mesmo tema. Para muita gente, a filatelia é um negócio e uma profissão. Qualquer pessoa que trabalhe com selos sabe que é um grande investimento de tempo.”¹

O selo é algo que pode ser considerado um investimento para o futuro, pois é um objeto que mantém o seu valor de coleção se for bem preservado, o qual poderá aumentar com o fator temporal, principalmente os selos raros, cobiçados por todos os colecionadores e principalmente por todos aqueles que procuram fazer negócios de filatelia, uma vez que a sua venda pode ser bastante lucrativa. Como exemplo, podemos mencionar o selo Ceres (figura 11), representativo da deusa grega da agricultura, existindo muitas emissões da mesma. Nomeadamente a emissão de 1924, já depois de proclamada a Primeira República em Portugal, os selos mais caros desta emissão conseguem atingir valores de 46, 91 e 313 euros. Sendo que, mantendo o seu bom estado de conservação, o seu valor aumenta.

Na área da filatelia, existem outros objetos que podem acrescentar valor a uma coleção, como é o caso de um envelope que contenha um selo raro, ou que tenha sido objeto de censura.

Há diversos mercados de interesse para os colecionadores, os “clássicos”, que colecionam selos antigos; a nova geração, que se interessa principalmente por temas alusivos à sua idade e os que os adquirem pela temática da cultura popular e universos ficcionais, como o exemplo das emissões de selos da saga “Star Wars” e da série “Game of Thrones” lançadas pelo Royal Mail, nos anos 2017 e 2018, respetivamente.

Em anos de grandes competições de futebol, como é o caso dos Mundiais e dos Europeus, há uma maior procura de material filatélico relativo aos mesmos, pois abrange muitos países interessados na temática de um evento com grande adesão. As pessoas continuam a preferir coleções palpáveis, como o caso dos selos, pedras preciosas, fios, cromos, para referir apenas alguns. “Querem ter a caderneta, guardá-la, voltar a ela quando quiserem. (...) Isso, o digital nunca irá substituir” (Observador, 2016).

1 A entrevista foi realizada pela mestranda a Miguel Grilo, a 13 de Setembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

Relativamente ao colecionismo de selos, deve-se sempre tentar adquirir a série completa, numa troca, ou compra de selos, e nunca os mesmos em separado. No entanto, é difícil adquirir coleções completas, seja por país, ou por temáticas, como, por exemplo, a de flora, pois existem milhares de selos correspondentes. O valor a estabelecer para cada selo depende da conjugação de uma série de fatores que começam, desde logo, pelo estado de conservação dos próprios selos. Os colecionadores deste tipo de material devem, ainda, ordenar os selos por tema, país de origem e ano de impressão, mantendo assim a coleção ordenada e de fácil acesso à consulta dos mesmos.

4.2. Acerca do ofício

Sobre o processo de criação de um selo, e de como este cumpre a sua função de comunicação, foram analisadas diversas obras em que o selo é objeto de estudo visual, já que é importante perceber os seus elementos gráficos e a função do designer na sua elaboração.

A função de um designer na criação de um selo é mais exigente do que simplesmente desenhar a imagem gráfica que será apresentada na face do mesmo. O designer tem que representar uma mensagem, que terá como público-alvo a sociedade, numa dimensão massificada, em que cada indivíduo fará a sua interpretação.

A capacidade de comunicação através de uma imagem num suporte com as dimensões de um selo é um desafio enorme, requerendo a capacidade de focar e reforçar a temática de forma objetiva, de modo a conseguir cumprir a principal função requerida e uma boa conceção gráfica.

Estes dois últimos aspetos são abordados na obra de Hans Gunter Schmitz, *Postage Stamp Design*, de 2016, onde, através de exemplos concretos de trabalhos gráficos, o autor demonstra a importância que o desenvolvimento do trabalho de um designer tem, desde os esboços à conceção final da ideia, em cada uma das fases deste processo. Se o designer não for bem sucedido numa delas, o resultado final não terá a mesma qualidade.

Os designers gráficos que trabalham na área filatélica têm que conseguir filtrar, entre a grande quantidade de informação fornecida para a criação de um novo selo, aquela que pretendem transmitir, procurando criar uma imagem eficiente, num pequeno pedaço de papel, para uma determinada temática.

Em primeiro lugar, o designer deve pensar na escala, pois o selo será observado a uma certa distância e apenas os técnicos os verão em extremo detalhe. Por isso, o designer deve preocupar-se com a legibilidade do seu desenho e com a representação da ideia, para obter uma imagem clara, simplificada, elegante e incisiva. Obviamente que será mais difícil a representação de temas abstratos do que quando se pede ao artista que componha um selo com efígie de determinada personalidade, um edifício, ou um emblema, onde o elemento inicial é objetivo e definido. A problemática aumenta quando o tema é abstrato, como por exemplo “o avanço da ciência”, ou “a expansão do espírito europeu” (Eurico Cardoso, 1985, p. 22).

Para melhor compreender o que pode valorizar graficamente um selo, entrevistámos o conceituado designer português José Brandão e o designer João Carlos Araújo.

José Brandão fala-nos sobre o processo de criação de um selo, reportando algumas dificuldades que podem surgir.

“Ao conceber um selo temos que acrescentar sempre qualquer elemento que valorize a imagem central, se não será simplesmente uma imagem. Criei alguns selos que, pela inevitabilidade do tema, tinham que ter só um bom enquadramento do que eu estava a representar.



Fig 47. Cavalo Lusitano, 2009.
Designer: José Brandão.

Na emissão do Cavalo Lusitano, (figura 47) conseguiu-se criar essa ligação. Pretendia-se exprimir as cinco ofertas das capacidades dos nossos cavalos. As cinco modalidades retratadas foram: equitação de trabalho, escola portuguesa de arte equestre, toureio, ensino e atrelagem de competição. Este tipo de informação é, normalmente, dada por especialistas e frequentemente escolhem-me a mim, porque sei dos assuntos. Mas nestes selos foram utilizadas técnicas que eu não domino completamente. Foi necessário um trabalho de “Photoshop” absolutamente excepcional, uma vez que as fotografias fornecidas foram tiradas em contextos muito maus, cheias de pessoas e carros por trás das imagens dos cavalos. Estes selos nunca foram da minha especial predileção. Foram premiados por razões que me escapam e, em geral, muitos dos prémios que se atribuem não estão em consonância com o meu pensamento. Não acho o bloco interessante, acho que criei selos muito melhores do que estes, mas os prémios¹ muitas vezes são atribuídos por critérios que não se compreendem e esta série acabou por ser premiada pelo governo francês em 2009.

Há sempre um grande problema na área da comunicação que é o seguinte: quando se cria um selo, e isto é válido para mulheres e homens, somos sempre impressionados, por exemplo, por uma fotografia de uma mulher muito bonita, mas a certo ponto, já não sabemos se achamos o selo bonito, ou se é a mulher que é bonita. Mas esse fator é um fator profundo em nós próprios, vem da nossa estrutura animal. O mesmo se passa com uma pintura muito bonita, um pôr-do-sol, a dada altura qual é o papel que o designer tem? É conseguir dar um enquadramento, ou uma apresentação desse tema, com condições que o favoreçam e que o tornem ainda mais expressivo. Utilizei o caso da atração pessoal para dizer que nós ficamos fascinados com uma paisagem deslumbrante, ou com um edifício impressionante. No entanto, há sempre um papel do designer, nesse caso mais reduzido, que tem bastante importância em mostrar e escolher o melhor enquadramento para valorizar esse tema.”²

Em relação à valorização de um selo pela sua conceção gráfica, João Carlos Araújo refere: “Não acredito na sobrevalorização pela conceção gráfica. O que valoriza mesmo é o tema acoplado e a raridade, e no meu entender, essa valorização pode ser determinada pelo quantitativo de selos em cada emissão.”³

Após os testemunhos sobre a conceção gráfica, e de como esta é uma parte essencial no aspeto de valorização de um selo, podemos deduzir que a sua importância não se centra no estilo gráfico em que a temática é realizada, mas simplesmente pela sua temática, sendo o aspeto e a composição do selo resolvidos de forma meticulosa e, sobretudo, explícita para o observador. Podendo a parte gráfica representar o tema de inúmeras formas, os aspetos cruciais são: o selo ser explícito nas suas pequenas dimensões, ter um bom enquadramento e não possuir excesso de informação.

A temática é o fator que dita a grande procura por um determinado selo, podendo uma nova emissão ser de uma temática nunca antes emitida e de grande interesse para os filatelistas, ou ser uma emissão de uma temática já abordada, como o caso das emissões centenárias.

1 Os prémios de nível filatélico são normalmente atribuídos por categorias, como a melhor da sua respetiva temática, um pouco como a fotografia. Alguns exemplares de temáticas podem ser o Ambiente, ou o Turismo.

2 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Brandão, a 20 de Dezembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

3 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Carlos Araújo, a 9 de Janeiro de 2018 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

Em continuação das questões da sobrevalorização de um selo e de como estas podem advir da sua conceção gráfica, José Brandão dá alguns exemplos:

“O selo em si, graficamente falando, começou a ganhar importância ao longo do tempo. Ao princípio, era muito formal, tendo a maior parte dos selos, não só cá como no estrangeiro, a cara do rei. Era um timbre de valor, como as moedas e as notas com as faces dos reis.

Com o tempo, apareceram os chamados colecionadores. Os colecionadores juntam e organizam os selos, aumentando, assim, a procura dos selos e valorizando-os. Uma das coisas que valoriza muito os selos são erros e anomalias. O aparecimento dos colecionadores originou uma maior preocupação em fazer selos que fossem bastante atrativos visualmente e que exprimissem outros acontecimentos que não fossem simplesmente o rei, ou o valor, mas que fossem comemorativos, de eventos e de pessoas. E assim, cada vez mais, cuidar do aspeto visual dos selos tornou-se um fator primordial.

O selo tem que ser bastante eficaz e muito explícito. Não pode ser confuso, não pode ter excesso de informação e tem que ser algo, por assim dizer, “limpo”. Um bom exemplo, é o caso da emissão filatélica dedicada ao design industrial.”⁴

Um outro exemplo dado pelo designer José Brandão acerca das características a ter em consideração aquando da criação de um selo, foi a emissão dedicada ao Cartaz de 2003, em que foram usadas imagens de diversos cartazes emitidos e onde a criação dos selos sobre os mesmos tiveram especial atenção ao detalhe, pois era um fator crucial para o selo ser claro na informação que pretendia transmitir:

“Uma outra questão é que os cartazes foram sempre feitos a uma escala consideravelmente maior relativamente ao selo, normalmente com pelo menos 70cm, enquanto um selo tem 24mm por 36mm, uma escala 20 vezes menor. Havia que ser um conhecedor dessa dificuldade técnica. A primeira grande dificuldade era o cartaz de Sebastião Rodrigues, pois não se conseguiam reduzir as letras com qualidade. As letras que estão neste selo (figura 48) foram compostas posteriormente à redução do cartaz, por mim, uma vez que ao reduzir o cartaz, as letras ficariam desfocadas. Utilizando a mesma fonte Albertus, sobrepondo ao cartaz reduzido e fazendo o mesmo espaçamento, ficou exatamente igual à redução do cartaz, mas com letras nítidas e claras. Para os outros cartazes, escolhemos outros designers como Fred Kradolfer e João Machado. Os cartazes de Almada Negreiros para o filme “A Canção de Lisboa” não foram escolhidos, pois dariam uma má redução devido à grande quantidade de informação.”⁵

Podemos assim sintetizar que existem muitos pontos a ter em consideração aquando da criação de um selo, em que o designer tem que pensar previamente na escala, no enquadramento e, igualmente, na dimensão das letras, ou texto, que o mesmo possa incorporar. Um mau balanço entre estes fatores pode resultar numa má resolução do mesmo, fazendo com que este não se ajuste nas medidas finais para impressão.



Fig 48. Europa - A arte do cartaz, 2003. Cartaz de Sebastião Rodrigues, 1983.

4 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Brandão, a 20 de Dezembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

5 A entrevista foi realizada pela mestranda a José Brandão, a 20 de Dezembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

Além dos fatores acima mencionados que requerem um bom balanceamento e organização, o designer terá que ter especial atenção à imagem gráfica produzida. Através do grafismo será representada a temática pretendida, podendo esta ser de um acontecimento, uma personalidade, entre outros. No entanto, assim como descrito pelo autor na obra “Um certo olhar pela filatelia”: “O problema é outro quando os temas a desenvolver exprimem uma ideia dinâmica, a evolução de um conceito, uma série lógica de factos” (Luís Ferreira, 2006, p. 90).

Uma base metodológica correta, representando apenas o indispensável a nível de linguagem gráfica, pode, consoante as temáticas, ganhar uma melhor legibilidade relativamente ao tema exposto. Como exemplo, se o elemento representado não for bem elaborado, poderá ter diversos significados para o observador, alterando, assim, a mensagem que se pretende transmitir desse mesmo selo. O caso hipotético da representação de uma pomba poderá ser referente a uma temática religiosa, de fauna, ou até de simbologia de paz.

Assim se comprova a importância e pertinência de um designer para a conceção eficiente de um selo. A imagem irá ser sobrevalorizada sobre todos os outros aspetos, tornando-os secundários por definição, sem se perder, todavia, a noção da sua imprescindibilidade, como o caso do denteado, ou forma, para mencionar apenas alguns.

4.3. Atributos de valorização

A filatelia é considerada como um negócio por muitos e, como tal, precisa de manter a circulação dos seus selos, de modo a garantir uma continuidade de aquisição e interesse. O comércio entre colecionadores e comerciantes tenta manter a oferta e a procura de selos, sendo que o comércio dos mesmos pode ser realizado em diversos estados de preservação.

Como já anteriormente referido, o valor de um selo depende de diversos fatores. Estes podem contribuir com diferentes pesos para a valorização do selo durante um processo de avaliação. Um selo dentro dos parâmetros a seguir mencionados, nomeadamente idade, tipo de papel, acabamento, o local e os métodos de impressão, a presença de alguma sobrecarga, entre outros, são requisitos através dos quais pode ser avaliado relativamente ao estado de preservação, de qualidade e de valor, deduzindo também, assim, o seu valor de mercado (Cardoso, 1985).

Temática

A temática representada numa emissão de selos também influencia a procura do mesmo pelos colecionadores, pois a procura por um selo acaba por definir o seu nível de escassez.

Numa avaliação de selos, onde, por norma, os juízes são filatelistas, uma das hipóteses de pontuação resulta da originalidade do tema e da sua apresentação.

Os temas representados devem ser do interesse do mercado, como afirmam o designer João Carlos Araújo e o filatelista Vítor Baltar em entrevista presente em anexo. A temática do selo referente a um evento histórico, ou mesmo o preço do selo, pode influenciar a sua demanda. Como exemplo, um selo emitido que represente um acontecimento histórico atual de um país terá mais procura do que um selo cuja temática seja a fruta da época desse mesmo país. Assim como o designer de selos João Carlos Araújo afirma: “O que torna a emissão de um selo viável é a relevância do tema.”

Local de impressão

O local de origem onde o selo foi impresso pode também influenciar o valor do selo. Como o caso dos selos suíços, pois sendo a Suíça um país com um nível de vida alto, esse fator acaba por influenciar os selos emitidos, sendo estes igualmente mais caros do que selos de outros países.

O país fabricante pode ainda imprimir no selo o nome do país num idioma desconhecido, ou numa escrita diferente, tornando assim mais difícil a avaliação da sua identidade. Como é o caso do exemplo apresentado (figura 49) em que, não conhecendo os caracteres presentes no selo, é impossível determinar o país emissor do mesmo, podendo este pertencer a qualquer país asiático. Neste caso, é da Coreia do Norte.



Fig 49. Selo com caracteres não ocidentais, dificultando a identificação do país emissor;

Método de impressão

Devido à diversidade de métodos de impressão existentes, a sua escolha influencia sempre a qualidade gráfica final do selo.

Uma impressão da serigrafia irá reduzir imenso a qualidade artística final, pois há perda de traços artísticos, devido ao desgaste da matriz e de limitações monocromáticas, em consequência do limite do número de linhas da rede serigráfica, em que, por vezes, a tinta se espalha para os espaços supostamente brancos. Enquanto que, por exemplo, uma impressão offset é uma impressão muito mais cuidada, que proporciona uma possibilidade de melhoramento do desenho nos selos. A inovação baseia-se em não passar a tinta diretamente para o papel, mas sim para um cilindro de borracha e posteriormente deste para o papel. Outros métodos de impressão são a gravura a talhe-doce (que possibilita melhores resultados, mas é mais cara); a heliogravura (em que se utiliza uma placa de metal e exposições de luz para a gravação em papel. Neste processo um negativo fotográfico é colocado em contacto com a placa de metal coberta com um composto gelatinoso que, exposto à luz, endurece e é insolúvel na água. As partes onde a luz não reage com esta mesma gelatina serão posteriormente solúveis. Assim, as partes expostas do metal criam espaçamentos que serão preenchidos com tinta para impressão sobre papel); a litografia (em que a base da técnica é o princípio da repulsão entre água e óleo. A criação dos desenhos realiza-se sobre uma matriz de pedra calcária, ou de uma placa de metal, onde é aplicada pressão) e, por fim, a impressão em relevo (Jorge, 2013).

De seguida apresento alguns exemplos de selos que mostram diferentes métodos de impressão:

- Heliogravura: Emissão de selos sobre os escultores portugueses, 1971 (figura 50).
- Processo Serigráfico: Emissão com temática de Gil Vicente, 1937 (figura 51).
- Litográfico: Selos do centenário do nascimento de Vasco da Gama, 1969 (figura 52).
- Offset: Selos com temática alusiva à proteção da natureza, 1971 (figura 53).
- Heliográfico: Emissão do quinto centenário da morte do Infante D. Henrique, 1960 (figura 54).

Um outro fator de sobrevalorização de um selo, no que concerne à sua impressão, podem ser as anomalias durante o processo, que devido a certos erros de impressão, podem resultar em alterações de cor (Cardoso, 1985).

Margens e centragem

A ausência de centragem é um erro de impressão no desenho e que é mais importante que o desenho em si na composição total do selo. A posição do desenho em relação à parte não impressa no selo deve ter todas as suas margens simétricas.

Selos com erros no desenho, como o famoso selo *Jenny* (The New York Times, 2018),



Fig 50. Selo concebido através do método de heliogravura. Temática - Escultores portugueses, 1971.



Fig 51. Selo concebido através do método serigráfico. Temática - Gil Vicente, 1937.



Fig 52. Selo concebido através do método litográfico. Temática - Centenário do nascimento de Vasco da Gama, 1969.



Fig 53. Selo concebido através do método off set. Temática - Proteção da natureza, 1971.

onde alguns espécimes foram impressos ao contrário, tornaram-se raros e valiosos para os colecionadores, estando entre os poucos que escaparam ao controle de qualidade, antes da sua distribuição (figura 55).

Material base

Um ponto de determinação da idade de um selo é através do seu papel, pois selos mais antigos foram impressos em papel diferente, mais fino e frágil que o dos selos emitidos atualmente. A maior parte possui uma marca d'água.

Uma troca de papel durante uma impressão de selos faz oscilar, igualmente, as suas cotações. Diferenças na textura, gramagem, brilho, relevos, entre outros, resultam numa alteração de valor da emissão de selos. Essas mesmas diferenças nos tipos de papel podem influenciar a sua preservação e facilitar possíveis falsificações. Com o tempo, muitos selos podem ser danificados, ou devido a uma má conservação deixarem de estar em perfeitas condições. Dependendo do tipo de papel, os selos também perdem a vivacidade das cores. Estas podem ser parcialmente recuperadas com uma imersão em água, adicionando água oxigenada na medida certa (em demasia altera as cores).

Goma

Os selos são revestidos com uma substância adesiva presente no verso, denominada por goma. Trata-se de uma substância semelhante à cola, incolor e brilhante, que permite a fixação dos selos, ajudando igualmente a verificar a veracidade dos mesmos, pois é de difícil falsificação. É possível distinguir diferentes emissões só pela goma utilizada.

O tipo de cola e as suas condições podem influenciar o valor de um selo. A cola de menta é mais valiosa para os colecionadores do que a comum. Distribuída uniformemente, valoriza mais o selo do que a que é disposta com falhas, rugas ou que tenha sido parcialmente removida.

Os estados de conservação da goma são mundialmente denominados por “mint” ou “mint never hinged”, em que a primeira denominação é relativa a uma goma em relativo bom estado, e a segunda indica que a mesma nunca foi usada.

O fator negativo da goma é que esta é uma das principais causas de degradação dos selos. Consoante a temperatura ambiente, podem começar a aparecer manchas amareladas devido à goma e, com o passar do tempo, se os selos não forem guardados com algumas precauções, nomeadamente a temperatura ambiente, este pode ser um fator que acaba por destruir o selo.

Por essa razão, um selo usado é mais valioso quando se encontra ainda colado no envelope, ou no bloco postal original. Alguns selos antigos guardados em álbuns em forma de livros desvalorizam os selos, pois as dobras podem danificá-los.

Denteado

Os selos são impressos com picotado nas bordas para que estes possam ser mais facilmente separados uns dos outros. O tamanho pode ser medido através do padrão de perfuração, utilizando o odontómetro (figura 56), enquanto os pontilhados devem estar bem delineados, de modo a que estes não sofram danos durante a sua separação.



Fig 54. Selo concebido através do método heliográfico. Temática - Quinto centenário da morte do Infante D. Henrique, 1960.



Fig 55. Jenny Invertido.

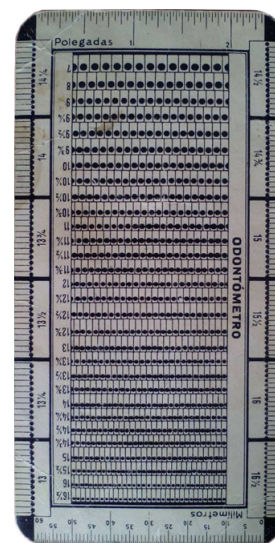


Fig 56. Odontómetro.

Atualmente, o denteado de um selo tanto pode ser igual nos seus quatro lados, como ter o denteado horizontal diferente do da vertical.

As anomalias podem acontecer durante o processo de perfuração. Muitas vezes os selos finais são irregulares, pois resultam com menos um dente, ou este é mais curto, devido à perfuração não ter caído no local devido, o que resulta num selo com dimensões mais pequenas. Havendo também casos de selos mais altos, onde a perfuradora caiu longe do local pretendido.

Este aspeto dos selos, o denteado, é, por vezes, alterado para comércio de selos falsos, pois quando são emitidas duas versões da mesma emissão de selos (uma denteada, ou pontilhada, e uma lisa), por vezes, os selos da emissão denteada são cortados e vendidos como as versões lisas e o mesmo sucede ao contrário, pois a emissão lisa pode, também, ser transformada numa emissão denteada.

Tiragem

A tiragem corresponde ao número impresso de selos de uma determinada série. Como afirma Miguel Grilo: “A característica mais importante é realmente a escassez. Se uma pessoa tiver um selo raro catalogado, este tem um valor altíssimo.” Selos produzidos nos últimos 60 anos, geralmente, valem somente o especificado na face, já que ainda existem muitos em circulação. A idade de um selo não afeta muito o valor de um selo. Por exemplo, o selo de 1 centavo azul de Benjamin Franklin de 1857. Embora seja antigo, tem pouco valor, pois estima-se que existam milhares de cópias, segundo o catálogo online americano de selos Stampworld¹. Um outro exemplo referente à queda de aquisição pelo número de emissões é mencionado por Vítor Baltar: “Uma referência com data de algumas dezenas de anos, em que os selos do Vaticano atingiram elevadas cotações e de repente caíram para valores baixíssimos, que ainda hoje se mantêm, depois do mercado ter sido inundado por selos iguais que, até então, eram escassos. O desinteresse pelo Vaticano instalou-se e, ainda hoje, poucos se interessam pelos seus selos.”¹

Ainda outro caso, mas referente à sobrevalorização de um selo no que se refere à tiragem, são as emissões de Santo António. Todas as emissões desta temática são esgotadas rapidamente, sendo a maior percentagem dos seus compradores residente em Itália. Apesar de ser português, Santo António tornou-se franciscano e viajou até França e Itália, falecendo em Pádua, aos 39 anos. Hoje em dia, é visto como um dos grandes santos do Catolicismo, recebendo larga veneração pelos italianos. Assim, apesar de haverem inúmeras emissões de Santo António, estas são sempre esgotadas, fazendo com que as restantes unidades disparem o seu valor.

Número de espécimes existentes

Apesar de poderem ser emitidas muitas unidades da mesma emissão, a vida útil de cada selo irá determinar o valor dos mesmos no presente. De dez mil selos podem restar apenas cinquenta dos mesmos hoje em dia, o que aumenta substancialmente o seu valor.

¹ A entrevista foi realizada pela mestranda a Vítor Baltar, a 16 de Junho de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

Cancelamento da emissão/retirada de circulação precoce

Uma emissão de selos pode ser cancelada e a sua venda proibida. No entanto, os selos já vendidos dessa mesma emissão podem ainda ser utilizados.

Alguns dos motivos pelos quais uma emissão pode ser cancelada/retirada de circulação serão abordados posteriormente nos casos de estudo.

Como exemplo, todos os selos que não possuam identificação do país emissor sofrerão essa sanção.

Sobrecarga

As sobrecargas consistem em carimbar um selo com uma nova indicação. Segundo a listagem presente, podemos observar a diferença de valores de duas emissões de D. Luís, em que uma possui uma sobrecarga “provisório”, fazendo aumentar significativamente o seu preço. Se considerarmos o selo de 10 reis de D. Luís presente nessas duas emissões, o primeiro selo, em estado novo, sem

Portugal

1884-1887

D. Luís I. De frente. Novos valores



| Papel liso. D. 11 1/2 | | ** | * | ○ | ☒ | ☒ | ☒ |
|----------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| 60 | 5 r. Preto | 81,20€ | 60,00€ | 6,15€ | 18,50€ | 49,00€ | 25,00€ |
| Papel porcelana. D. 11 1/2 | | ** | * | ○ | ☒ | ☒ | ☒ |
| 60 | 5 r. Preto | 33,50€ | 24,50€ | 2,30€ | 6,90€ | 18,40€ | 9,20€ |
| | Preto cinzento | 99,00€ | 73,00€ | 3,10€ | 9,30€ | 25,00€ | 12,50€ |
| | Preto castanho | 51,50€ | 38,00€ | 3,55€ | 10,65€ | 28,40€ | 14,20€ |
| 61 | 10 r. Verde esc.º a v. claro | 87,70€ | 65,50€ | 7,05€ | 21,00€ | 57,00€ | 28,00€ |
| 62 | 20 r. Carmim rosa ou rosa | 165,00€ | 75,60€ | 30,30€ | 91,00€ | 242,50€ | 121,00€ |
| 63 | 25 r. Violeta azul e lilás rosa | 68,40€ | 50,20€ | 5,20€ | 15,60€ | 41,60€ | 21,00€ |
| Papel porcelana. D. 12 1/2 | | ** | * | ○ | ☒ | ☒ | ☒ |
| 60 | 5 r. Preto cinzento | 75,00€ | 55,00€ | 5,20€ | 15,60€ | 41,60€ | 21,00€ |
| 61 | 10 r. Verde esc.º a v. claro | 119,00€ | 87,40€ | 7,05€ | 21,00€ | 57,00€ | 28,00€ |
| 64 | 500 r. Preto | 1.860,00€ | 849,00€ | 539,00€ | 1.617,00€ | 4.312,00€ | 2.156,00€ |
| 65 | 500 r. Violeta | 1.020,00€ | 467,00€ | 96,50€ | 290,00€ | 772,00€ | 386,00€ |
| Papel porcelana. D. 13 1/2 | | ** | * | ○ | ☒ | ☒ | ☒ |
| 60 | 5 r. Preto cinzento | 85,00€ | 62,00€ | 13,20€ | 40,00€ | 105,00€ | 53,00€ |
| 61 | 10 r. Verde esc.º a v. claro | 155,00€ | 113,00€ | 13,20€ | 40,00€ | 105,00€ | 53,00€ |
| 64 | 500 r. Preto | 3.140,00€ | 1.714,00€ | 1.308,00€ | 3.925,00€ | 10.465,00€ | 5.230,00€ |
| 65 | 500 r. Violeta | 2.370,00€ | 1.080,00€ | 793,00€ | 2.380,00€ | 6.345,00€ | 3.172,00€ |

Fig 57. Emissão D. Luís - Afinsa: Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa. (2011). Catálogo de selos postais e marcas pré-adesivas. Portugal. 1º e 2º volumes. 27ª edição.

- ★★ - Selo novo sem charneira
- ★ - Selo novo com charneira
- - Selo usado
- ☐ - Par usado
- ☐ - Quadra usada
- ☐ - Carta ou sobrescrito com selo

Portugal

1892-1893

D. Luís I. Sobrecargas «PROVISORIO»

Sobre selos das emissões anteriores, cujos números se indicam dentro de parêntesis. Sobrecargas impressas a preto «P», ou vermelho «V», conforme se assinala.
Circulação: De 25 JUL 1892: n.º 80 e 81; 1 OUT 1892: n.º 82, 83 e 85; 1 JAN 1893: n.º 84; 1 NOV 1892: n.º 86; 1 FEV 1893: n.º 87 e 88; 3 AGO 1893: n.º 89, 91, 92, 93, 94, 95, 96 e 97; 28 DEZ 1893: n.º 90, sendo todos retirados a 31 DEZ 1894.
Tiragem: 5 r. (n.º 80 e 82) 3.176.725; 5 r. (n.º 89) 30.000; 10 r. (n.º 81 e 83) 1.682.000; 10 r. (n.º 90) 28.000; 15 r. (n.º 84) 86.800; 20 r. (n.º 85) 411.320; 20 r. (n.º 91) 38.872; 25 r. (n.º 86) 1.347.100; 25 r. (n.º 92) 28.000; 50 r. (n.º 87) 29.715; 50 r. (n.º 93) 30.000; 80 r. (n.º 88) 101.584; 80 r. (n.º 94) 28.000; 20 s/ 25 r. (n.º 95) 28.000; 50 s/ 80 r. (n.º 96) 28.000; 75 s/ 80 r. (n.º 97) 28.000.
Papel: Porcelana e liso.
Denteado: 11 1/2, 12 7/8 e 13 1/2.



Papel porcelana. D. 11 1/2

| | | | ★★ | ★ | ○ | ☐ | ☐ | ☐ |
|---------|---|-------|------------------------|-----------|-----------|---------|--------|---------|
| 80 (60) | P | 5 r. | Sobrecarga a | | | | | |
| | | | Preto | 61,90€ | 28,40€ | 16,00€ | 48,00€ | 128,00€ |
| | | | Sobrecarga dupla | 2.810,00€ | 1.290,00€ | 904,00€ | | 64,00€ |
| | | | Sobrecarga b | | | | | |
| 81 (61) | P | 10 r. | Verde, verd. cl | 61,90€ | 28,40€ | 16,00€ | 48,00€ | 128,00€ |
| | | | Sobrecarga dupla | 2.810,00€ | 1.290,00€ | 904,00€ | | 64,00€ |

Fig 58. Emissão D. Luís com sobrecarga - Afinsa: Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa. (2011). Catálogo de selos postais e marcas pré-adensivas. Portugal. 1º e 2º volumes. 27ª edição.

charneira¹, apresenta o valor máximo de cento e cinquenta e cinco euros, enquanto que o mesmo selo com sobrecarga de “provisório” faz disparar o seu preço para dois mil oitocentos e dez euros (Afinsa, 2011). (Figuras 57 e 58).

“Há outras características que também influenciam e que são capazes de fazer disparar o valor de um selo, como por exemplo os erros de impressão nas sobrecargas.

¹ É uma pequena tira de papel fino, com goma, que serve para fixar os selos nos álbuns, ou em folhas. É preciso humedecer ligeiramente cada extremidade da charneira, pondo uma das extremidades no selo e outra na superfície a fixar.

Quem apanhar um selo com um erro de impressão numa sobrecarga, tem um selo que vale quatro ou cinco vezes mais que um selo normal²² (Miguel Grilo).

Um exemplo referente a este aspeto é o selo de Angola com a temática do Dia Internacional do Trabalhador. Neste, aquando da aplicação da sobrecarga, ocorreu um erro e esta foi aplicada duas vezes (figura 59).

Um selo pode ainda sofrer variações devido à deslocação das sobrecargas, no momento em que estas são aplicadas. As mesmas podem sofrer desvios de nível, ou seja, serem colocadas desniveladas em relação ao seu suposto local de aplicação, o que resulta num aumento de valor do selo. O ideal é que, no caso de haver uma marca, esta não seja muito visível, de modo a não interferir com o desenho do selo.

Sobretaxa

Como já mencionado anteriormente na tipologia de selos, uma sobretaxa irá alterar a taxa primitiva de um selo, concedendo-lhe assim um novo valor.

Estes fatores listados acima ajudam a avaliar a condição do selo que, no caso de não estarem em perfeitas condições, podem ser considerados defeituosos, ou imperfeitos. Um selo defeituoso possui apenas pequenas imperfeições, como uma pequena marca de dobra no canto. Um selo imperfeito possui grandes defeitos, como dobras, furos, abrasões, ou manchas.

Estes aspetos influenciam o valor de um selo, os quais serão posteriormente fatores presentes no dispositivo de avaliação de selos. Ao realizar um novo selo, este terá que respeitar estes pontos, de modo a enquadrar-se nos requisitos filatélicos de qualidade.



Fig 59. Selo de Angola com erro de sobrecarga, em que esta foi aplicada duas vezes.

²² A entrevista foi realizada pela mestrandia a Miguel Grilo, a 13 de Setembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

5. Investimento económico

Os dados dos correios nacionais revelam que, no espaço de uma década, as vendas de selos caíram cerca de 60%, de mais de 20 milhões de euros em 2005 para apenas 8,2 milhões registados em 2015. Onde antigamente circulavam trezentas mil cartas por dia, hoje em dia esse número caiu para umas meras doze mil. (Cardoso 1985). Vítor Baltar testemunha: “Há quatro ou cinco décadas (...) nos dias das emissões, havia filas nos correios para comprar os selos que eram emitidos.” Atualmente a aquisição de selos decresceu bastante e os CTT estimam que, em termos de investimento, a filatelia tem cada vez menos peso em Portugal, onde apenas cerca de 40% dos portugueses compradores de selos vê na filatelia uma oportunidade de investimento. Sendo ainda que, nesse conjunto, menos de 20% olham para os selos como um negócio, em que apenas uma parte são clientes habituais, adquirindo apenas algumas das emissões especiais, lançadas anualmente nos balcões dos CTT. Esta quebra significativa da procura e aquisição de selos a nível nacional é explicada por Miguel Grilo nestes termos: “Está um pouco parado por causa da crise de 2009. Muitos colecionadores venderam as coleções para o estrangeiro e muitos comerciantes fecharam, ou mudaram de ramo. De momento, é um mercado em baixa a nível nacional.”

Apesar de os correios reconhecerem nos selos um bom investimento, estes admitem que a valorização a muito longo prazo afasta as novas gerações. A questão cultural da própria população também pesa na quebra das vendas. A tradição de passar as coleções de pais para filhos, ou para netos, caiu em desuso, o que significa também uma perda de interesse nacional pela coleção filatélica. “O selo tem que estar em contacto com as pessoas. Antigamente todos tinham contacto com selos, toda a gente tinha selos em casa, que chegavam nas cartas, pois o selo era obrigatório. Mesmo quem não colecionava tinha acesso a eles. Hoje em dia, os CTT substituíram os selos por etiquetas com os valores e portes. Os correios estão “a dar um tiro no próprio pé”, porque, em vez de fomentar o conhecimento do selo e divulgá-lo, estão a extinguir o selo como prova de pagamento dos portes de envio. Não admira que as últimas estatísticas digam que os correios tiveram um decréscimo no comércio dos selos. Os velhos morrem e os novos não sabem o que é um selo. O negócio do selo acabou em Portugal e a culpa é dos próprios correios.” (Miguel Grilo). Ao utilizarem o método das etiquetas (figura 60), os CTT não necessitam de designers para criação de selos, poupando dinheiro na produção e impressão. No entanto, estão a retirar protagonismo e importância à utilização de selos.



Fig 60. Etiqueta com valor de porte em substituição do selo.

Apesar da quebra significativa do número de vendas, o negócio continua relativamente ativo, pois é um mercado que se divide em duas áreas: a dos colecionadores que compram, sobretudo, coleções dos CTT e outra em que atuam filatelistas que procuram em leilões selos mais antigos e raros.

Na Federação Portuguesa de Filatelia, que agrega vinte e quatro clubes nacionais, os selos são vistos como um investimento, podendo ser considerados como um aforro, uma forma de economizar o dinheiro dos aficionados, e ainda visto por outros como um desporto de alta competição. Assim como referido por Sanlez (2017): “Toda a filatelia a nível mundial está organizada para a competição, tal como o atletismo... Somos colecionadores de história postal, o aforro vem por acrescento. É como colecionar obras de arte”.

“Costumo comparar o marketing da filatelia com o marketing das canetas de tinta permanente. Isto é, toda a gente usa computadores e processadores de texto para escrever, mas nunca se venderam tantas canetas de tinta permanente. Se calhar não servem é para escrever, servem para mostrar nas reuniões. O que eu tento fazer é que a filatelia se aloje no nicho de mercado específico e mais ligado a determinados vetores que não têm que ver com a utilização prática do selo. O selo ainda tem a sua utilização prática, mas o que tentamos puxar, hoje, é por outro tipo de atração, a atração pelas coisas bonitas, pela estética, pela cultura, e por termos assuntos que dizem alguma coisa às pessoas” (Diretor de filatelia dos CTT para o Diário de Notícias, 2017).

Estes excertos transmitem ambas as vantagens que podem advir de uma coleção filatélica. De uma perspetiva, os colecionadores têm interesse na coleção filatélica pelo seu conteúdo histórico, além de que é uma coleção que se tornará valiosa com o passar do tempo, sendo, por isso, considerada um investimento económico com retorno a longo prazo.

As vendas dos CTT continuam a atingir valores elevados e o investimento continua a ser relativamente grande, com os correios a venderem entre 7 a 8 milhões de euros por ano só para colecionadores (Pereira, 2017).

O negócio filatélico, a evolução dos correios portugueses e o negócio dos vendedores e revendedores que procuram manter os níveis de vendas elevados, começaram a enveredar pelo lucro fácil nas emissões filatélicas, utilizando diferentes técnicas de comércio, como afirma Vítor Baltar em entrevista em anexo.

Por exemplo, em 1977, data em que foi emitida a série Europa com um bloco, metade da tiragem foi negociada previamente com dois comerciantes, um português e outro suíço. No dia da emissão, ao fim da manhã, já o bloco tinha esgotado nos correios e à tarde esses comerciantes já o vendiam para diversas partes do mundo a cerca de dez vezes mais que o valor facial. Eram selos de uma emissão Europa que era “moda” colecionar-se na altura, pelo que a procura era elevada. Deste modo, os comerciantes conseguem vender os selos a um preço muito superior ao de aquisição, devido à escassez que os próprios comerciantes criaram propositadamente no mercado. Esta técnica existente no mercado é denominada por “Artificial Scarcity”, em que a escassez de itens é criada para uma abundância teoricamente ilimitada, recorrendo ao uso de leis para criar escassez onde, de outra forma, não haveria, pois a produção dos itens é mantida dentro dos padrões normais.

Um outro exemplo utilizado pelos correios para conseguir mais dinheiro a partir dos filatelistas que procuram completar as suas coleções foi, a partir de 1978, as emissões “Europa” passarem a incluir um selo com um valor facial extremamente elevado, que nem era utilizável para taxar correspondência. Ou seja, era um selo não funcional, com valor elevado, exclusivo para o mercado filatélico e que, conseqüentemente, era procurado e adquirido por muitos colecionadores.

Nessa mesma emissão “Europa”, em 1979, os selos foram impressos com tarja fosforescente, que eram vendidos nos correios no dia da emissão. No entanto, apenas vendiam um a quem adquirisse igualmente três sem tarja. Uma técnica de comércio que obrigava o colecionador a comprar várias unidades, de modo a ter direito àquele selo específico e a poder completar a sua coleção.

Durante alguns anos, nas décadas de 80 e 90, os correios portugueses vendiam selos com 20% de desconto sobre o valor facial a comerciantes estrangeiros que comprassem selos acima de uma certa quantidade. Depois essas emissões eram retiradas de circulação e vários destes comerciantes faziam, periodicamente, uma feira em Lisboa, onde vendiam esses mesmos selos acima do valor que os tinham adquirido, conseguindo assim grandes lucros.

Esta panorâmica não se aplica apenas a Portugal, mas também a outros países, como afirma o filatelista Vítor Baltar: “É enorme a lista de emissões proibidas pela Federação Internacional de Filatelia (FIP) nas competições filatélicas, levando a desclassificações, ou a perda de pontos por quem as expuser.”

Há imensos países que criam curtos intervalos para novas emissões e selos provisórios, com o único fim de obter lucros, sendo algo censurado por muitos. Esta é uma técnica para aumentar o lucro nacional referente à emissão de selos, proibindo e retirando os mesmos de circulação, para, aquando do seu retorno ao mercado, o preço possa ser mais elevado devido à escassez induzida do mesmo.

Os comerciantes adaptaram-se a estes fatores, de modo a conseguirem lucros e a não terem que fechar o seu negócio. Hoje em dia, os comerciantes sobrevivem a negociar igualmente materiais filatélicos, numismáticos e de outras áreas do colecionismo e não apenas selos.

Outra técnica usada foi a invenção de envelopes de 1º dia, que possuíam selo e moeda. Este é um envelope preparado especialmente para acompanhar o lançamento de um selo, ou série de selos, geralmente dotados de desenhos relativos à temática da emissão e possuindo o carimbo de 1º Dia de Circulação. Internacionalmente, são conhecidos como “FDC” ou “First Day Cover”. Este é um produto versátil, no sentido em que irá ser procurado por dois grandes grupos de colecionistas: filatelistas e numismatas (figura 61).



Fig 61. Envelope de 1º dia, 1986.

Outra vertente da filatelia é a própria dimensão cultural dos selos. Esta é visível, quando, inclusive, marcas se aproveitam desse aspeto para se auto promoverem. Um exemplo de uma parceria realizada com uma marca relevante foi uma emissão relativa à marca Swarovski, onde o bloco de selos continha os próprios cristais (figura 62).

Este aspeto visa divulgar a própria marca, de modo a dar acesso a um dos seus produtos, utilizando os selos como meio de divulgação.



Fig 62. Selo com cristais Swarovski.

Ainda referente aos valores movimentados no mercado filatélico, estando interligado ao valor dos selos, é a autenticidade dos mesmos. Existe um mercado paralelo de venda de selos falsos, que recria réplicas de selos, procurando adquirir o seu valor real. Na França, a imitação de um selo chegou a ser punida com uma multa de 50 a 1.000 francos e em Portugal chegou a dar pena de prisão.

Um comprador que pretenda adquirir um selo raro deve averiguar as suas características com um especialista que possa comprovar a veracidade do selo.

Selos falsos podem conter igualmente marcas de água, sendo quase impercetível a dedução de um selo falso (figura 63).

De acordo com os números relatados pelos CTT, pode afirmar-se que houve um decréscimo na aquisição de selos em Portugal. Inicialmente o valor referente teve um decréscimo de 20 milhões para 8 milhões de euros. Embora seja efetivamente uma grande queda, não deixa de representar um enorme valor de movimentação económica. Estima-se que existam, só em Portugal, cerca de dez mil colecionadores de selos.

Podemos afirmar que a filatelia é um campo que contribui com um valor estimado de 8 milhões de euros por ano, só em Portugal, aumentando, desta forma, o seu PIB. Mundialmente, o valor será bastante mais elevado. Assim como afirma Miguel Grilo: “Em países com PIB elevado, a venda de selos não influencia muito o PIB do país, tal como a China. Mas há países extremamente pequenos em que a principal fonte de rendimento é a exportação de selos, tal como as ilhas do Pacífico, ou Liechtenstein. Para Portugal, poderia ajudar mais no negócio das exportações, mas está muito mal gerido e cada vez será pior (...) Se produzissem selos com coisas boas de Portugal, imagens boas, paisagens e monumentos que atraíssem as pessoas, isso seria uma grande publicidade de Portugal, através dos selos, para os colecionadores de todo o mundo, que colecionam selos de todo o mundo, pois acabariam por chegar esses selos aos quatro cantos do mundo.”

Além dos valores movimentados pelo negócio filatélico, a temática do selo pode igualmente ter impacto ao afetar outros setores, como por exemplo, o setor turístico. Tal como já anteriormente especificado, a imagem e a mensagem presente em cada emissão de selos poderá chegar a qualquer continente, fazendo com que a visualização dos mesmos desperte interesse por parte do observador. Assim, uma pessoa do continente Americano poderá despertar o seu interesse e conhecimento pelo país, ao ter acesso a um selo português onde esteja, por exemplo, retratada uma maravilha natural nacional, tornando os selos um meio difusor das qualidades e imagem de um país.

“The most obvious is to advertise tourist attractions nationally and abroad in the hopes of stimulating that industry. But they also serve to strengthen national pride in the natural beauties of one’s country and presumably create a positive image of the nation abroad” (Child, 2005, p. 124).

O valor movimentado pelos selos em Portugal é representado apenas pelas vendas de coleções dos CTT a colecionadores, não incluindo o valor de selos adquiridos on-line, ou em leilões. Assim sendo, os maiores negócios de selos não são contabilizados e os seus números não entram para estatística. Segundo Vítor Baltar: “Os grandes negócios com selos fazem-se discretamente, envolvendo, na maior parte das vezes, investidores e “lavagem” de dinheiro. Um selo raro, ou com procura por investidores, que pode corresponder a uma transação de milhões, circula facilmente para qualquer parte do mundo, dentro de um pequeno envelope, ou numa carteira de bolso.”



Fig 63. Selo falso de Moçambique.

De um modo geral, os selos continuam a representar um bom investimento, sendo que os correios ajudam na valorização dos selos adquiridos pelas políticas que adota na emissão de séries filatélicas. Após dois ou três anos da emissão, os CTT queimam os selos que deixaram de circular. Para os filatelistas, este processo é muito bom, pois quantas menos unidades existirem mais os selos valorizam.

A filatelia possui os seus próprios canais de comunicação e um mercado editorial especializado. Como exige uma constante atualização e estudo dos selos, são vários os meios que permitem a sua atualização e recolha de informação. Como exemplo, as revistas de especialidade existentes no mercado auxiliam os colecionadores de selos, nomeadamente:

- O Mensageiro do Algarve (Portugal).
- A Filatelia Portuguesa (publicada entre os anos de 2000 e 2005. Há exemplares disponíveis online).
- Revista COFI (Brasil).
- Revista da Federação Europeia de Associações Filatélicas - FEPA News (Europa).
- Crónica Filatélica (Espanha).
- La Philatélie Française (França).
- The American philatelist (EUA).
- Linn's Stamp News (EUA).
- Timbres Magazine (França).
- The London Philatelist (Reino Unido).
- Stamp Lover (Reino Unido).

As movimentações de dinheiro na área filatélica podem ser astronómicas, assim como mencionado por José Brandão: “Têm que ser impressos em condições de segurança porque, ao imprimir um milhão de selos com valor facial de 60 cêntimos, na sua totalidade representam 600 mil euros se forem vendidos. Portanto só pode ser impresso em tipografias de alta segurança.”¹

Na década de 40, uma grande problemática era a reutilização de selos, pois constituía uma diminuição na aquisição dos mesmos. Assim, foi criado um método de obliterar selos, carimbando-os, com o objetivo de inutilizar as franquias dessas emissões. Dessa forma, o selo cumpria a sua função e valorizava ao ser carimbado,

¹ A entrevista foi realizada pela mestrandia a José Brandão, a 20 de Dezembro de 2017 e encontra-se nos anexos desta dissertação.

sendo um sinal de autenticidade. Este aspeto é um dos mais aliciantes para colecionadores, pois sabem que são selos autênticos (Ferreira, 2006, p. 78-80).

Após a verificação do estado económico atual dos selos, podemos afirmar que o mercado continua ativo, movimentando grandes quantias. No entanto, numa antevisão do futuro dos selos, a decrescente aquisição e as técnicas digitais que adquirem a sua função, fazem a previsão de um futuro precário, onde os selos ganham cada vez mais o estatuto de serem apenas objetos de coleção, relíquias históricas e monetárias.

É possível afirmar que um selo com procura terá mercado internacional se corresponder aos fatores mais procurados num selo. Estes, considerados como os fatores de valorização de selos, irão ser expostos e analisados, influenciando inevitavelmente a criação do projeto prático final.

6. Casos de estudo

6.1. Selos raros

Alguns selos podem atingir preços muito elevados, podendo chegar a custar milhares, ou até milhões de euros. O colecionismo de selos, encarado por uns, como investimento e, por outros, como um “hobby”, é sempre um desafio, pois fatores como a escassez, erros de impressão, sobrecargas, entre outros, contribuem para a raridade dos selos no mercado, aumentando a sua cotação.

Uma história que demonstra bem a paixão pelo colecionismo e o investimento no mercado filatélico é o caso polêmico em torno do selo mais raro do mundo, o British Guiana One-Cent Black on Magenta (figura 64), produzido em 1856. Foi o objeto vendido mais caro da história, sendo que em 2014 passou a ser propriedade da Sotheby's¹. A sua raridade e valor estimado em 20 milhões devem-se ao facto de este ser singular no mundo.

Na década de 1920, surgiu um rumor de que uma segunda cópia do selo British Guiana havia sido descoberta. O então proprietário milionário do exemplar conhecido, Arthur Hind, ofereceu milhões pelo selo. Uma vez realizado o negócio, a sua primeira ação foi rasgá-lo. Um ato que pode parecer a priori barbárico, rasgar um objeto histórico valioso, mas na realidade foi um ato que tornou o selo único no mundo. Consequentemente, este atingiu um valor inimaginável, pois Arthur Hind podia, a partir desse momento, pedir qualquer valor pelo selo (Sotheby's, 2014).

O boato nunca foi confirmado, sendo que também existiram outras polémicas em torno deste selo, tais como falsificações do mesmo.

De seguida, para melhor compreender os valores que um selo pode atingir e como este se relaciona com os atributos de valorização até agora identificados, após a enumeração, será feita uma análise individual tabulada comparativa.

Os selos escolhidos para análise são alguns dos cotados como mais valiosos do mundo, segundo a companhia britânica Stanley Gibbons².

Seguidamente ao British Guiana, o selo mais caro do mundo é o Swedish Treskilling Yellow. Supõe-se que tenha sido vendido em 2010 por 1,6 milhões de libras. Diz-se que o selo sueco de 1855 é o único exemplar restante de uma série com um erro de impressão. Originalmente, esses selos deveriam ser esverdeados, mas a série com uma falha saiu amarela (figura 65).

Two Penny Blue é o ativo mais caro da Stanley Gibbons, que vale 950 mil libras. Se os selos se encontrarem ainda nos seus blocos originais, o seu valor será mais elevado, como o caso do bloco de doze selos Two Penny Blue, completo da placa original, e a primeira a ser produzida. O conjunto, sem uso, inclui a margem inferior com o texto original de impressão e está em perfeitas condições. Esta peça icónica da Filatelia britânica foi emitida em 1840 (figura 66).

O Penny Black é o selo com adesivo mais antigo do mundo, tendo sido emitido



Fig 64. British Guiana 1c magenta, 1856.



Fig 65. Swedish Treskilling Yellow, 1885.



Fig 66. Two Penny Blue.

1 Sotheby's é uma sociedade de vendas por leilão avaliada em 805,4 milhões com sede na cidade de Londres. A sua primeira venda foi em 11 de Março de 1744.

2 A Stanley Gibbons Group é uma empresa filatélica cotada na Bolsa de Valores de Londres.

pelo Reino Unido a 6 de Maio de 1840. Embora mais de 60 milhões de unidades tenham sido impressas, algumas delas tornaram-se artigos raros, devido a inscrições, ou mesmo ao seu uso. Originalmente, cada selo custava apenas um centavo de libra. O bloco de doze selos (figura 67), com a inscrição da folha original, vale cerca de 675 mil libras e é o único exemplar conhecido deste grupo em coleção particular.

Nomeadamente no caso do Penny Black, pensa-se que apenas existam dois exemplares em coleções particulares. O seu valor estimado atinge as 275 mil libras. Já um bloco de quatro selos, com margem à direita, criado para uso do governo, nunca utilizado, vale 300 mil libras.

O americano Bill Gross, sócio da PIMCO, uma das maiores gestoras de recursos do mundo, detém um bloco de doze Penny Black que tem o valor de 480 mil libras. Atualmente considera-se que o selo Plate 77 Penny Red é o Santo Graal da Filatelia. O Penny Red foi emitido em milhões de unidades em 1864, mas os selos de algumas chapas saíram com um erro nas suas perfurações. Todas as chapas com erro foram destruídas, mas alguns exemplares de número 77 chegaram a ser emitidos (figura 68). O exemplar que passou a fazer parte do acervo da Stanley Gibbons foi vendido a um investidor, no ano de 2012, por 550 mil libras. Hoje em dia, só se conhecem nove exemplares deste selo, tendo sido perdido o rasto de cinco dos mesmos.

O selo Edward VII 6d I.R. Oficial foi emitido em 1910, com a impressão “I.R. Official” sobreposta (figura 69). Ganhou o título de selo mais raro da Grã-Bretanha porque, após a sua emissão, foram recolhidos e marcados para destruição por ordem oficial, devido à morte do rei Eduardo VII. Apenas existe um exemplar conhecido deste selo e não está na coleção da Rainha Elizabeth II, ou num museu. Trata-se da unidade vendida pela Stanley Gibbons por 375 mil libras, atingindo um valor de 425 mil libras. Outros exemplares existentes deste selo, ainda que sem a impressão sobreposta, estão presentemente avaliados em 110 mil libras.

Tendo sido emitidos em 1976 na Grã-Bretanha para comemorar o centésimo aniversário da Sociedade das Rosas, alguns exemplares contêm um erro raro, uma vez que o seu valor de face não saiu na impressão (figura 70), apenas existindo três exemplares destes no mundo. Dois pertencem à Coleção Filatélica Real da Rainha Elizabeth II e o outro a um dos clientes da Stanley Gibbons, que o comprou por 125 mil libras.

O Prussian Blue foi emitido aquando da comemoração do jubileu de prata do Rei George V, em 1935 (Figura 71). Trata-se de um dos selos mais raros do Reino Unido, porque a cor impressa saiu num tom azul, ligeiramente diferente do que era suposto. Entre as duas opções de azul, o rei declinou a de tonalidade “prussian blue”. Mesmo assim, algumas folhas de “prussian blue” foram emitidas acidentalmente e, logo de seguida, destruídas. Os selos sobreviventes - apenas algumas centenas - chegam a valer 17.500 libras.

Por último, emitido em 1980, com 8 milhões de unidades, o selo Ano do Macaco 8f. É uma edição comemorativa, do primeiro selo do Ano Novo Chinês, emitido pela República Popular da China (figura 72). No crescente mercado de selos chinês todos os colecionadores o cobiçam. Em Novembro de 2006, esses selos custavam 275 libras. Hoje, são arrematados em leilões por mais de 2 mil libras, não sendo um selo acessível apenas a milionários, pois o seu valor é menos excêntrico que



Fig 67. Penny Black.



Fig 68. Selo Plate 77 Penny Red, 1864.



Fig 69. Selo Edward VII 6d I.R. Oficial, 1904.



Fig 70. Selo da Sociedade das Rosas com erro raro, 1976;



Fig 71. Selo “Prussian Blue”, 1935.

os valores dos selos referidos anteriormente. O motivo da valorização deste selo é curioso: é popular entre os colecionadores chineses por causa da cor vermelha e do número oito, referente ao seu valor de face (8f). Tanto a cor, como o número, são símbolos considerados auspiciosos na cultura chinesa, estando associados à sorte. Devido à sua representação gráfica ter presente estes dois elementos, a sua procura e aquisição subiram consideravelmente, pois é considerado um objeto de sorte (Wiltgen, 2013).



Fig 72. Selo Ano do Macaco 8f, 1980.

Tabela de análise:

| | Número de espécimes existentes | Erros de impressão | Sobrecargas e sobretaxas | Retirada de circulação | Tiragem | Temática | Local de impressão | Material base | Formato | Goma | Denteado | Valor |
|-----------------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------|------------------------|--------------|-----------------------|--------------------|---------------|---------|-------------|----------|---------------|
| British Guiana | 1 | Não | Não | Não | Desconhecida | Navio Britânico | Grá-Bretanha | Papel | 1: 0,7 | Deteriorada | Liso | 20 milhões £ |
| Swedish Treskilling Yellow | 1 | Cor | Não | Sim | 718.200 | Brasão Monárquico | Suécia | Papel | 1:1,4 | Deteriorada | Picotado | 1,6 milhões £ |
| Two Penny Blue | 357.146 | Não | Não | Não | 6.462.960 | Retrato Monárquico | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Liso | 950.000 £ |
| Penny Black | 237.237 | Não | Não | Não | 68.158.080 | Retrato Monárquico | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Liso | 675.000 £ |
| Plate 77 Penny Red | 5 | Placa | Não | Não | Desconhecida | Retrato Monárquico | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 550.000 £ |
| Selo Edward VII | 1 | Sobreposição | Não | Sim | Desconhecida | Retrato Monárquico | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 425.000 £ |
| Selo da Sociedade das Rosas | 3 | Valor facial | Não | Não | Desconhecida | Celebração Monárquica | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 125.000 £ |
| Prussian Blue | Quantidade escassa | Cor | Não | Sim | 200 | Celebração Monárquica | Grá-Bretanha | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 17.500 £ |
| Selo Ano do Macaco 8f | Milhões | Não | Não | Não | 8 milhões | Signo chinês | China | Papel | 1: 0,7 | Mint | Picotado | 2.000 £ |

Segundo estes critérios de avaliação de selos, podemos constatar que o número de espécimes existente é o parâmetro com maior influência no valor do selo, independentemente da tiragem de cada emissão.

A tiragem apresentada é referente ao número de selos emitidos, incluindo os mesmos com erros de impressão. Note-se o caso dos dois selos mais caros do mundo, o British Guiana e o Swedish Treskilling Yellow. Apesar do primeiro não possuir qualquer tipo de anomalia e o outro possuir um erro de cor, apenas existe um exemplar de ambos no mundo e, por esse motivo, é-lhes atribuído um valor astronómico.

Os erros de produção são igualmente fatores relevantes para a valorização dos selos, nomeadamente alterações de cor, descentragem, ausência de informação e

sobreposições. Sempre que um destes imprevistos ocorre, as unidades impressas com erros são anuladas, recolhidas e destruídas, precisamente porque, uma vez postas em circulação, se tornam espécimes raros e cobiçados. No entanto, se a maior parte dos selos da emissão possuir erros, os selos mais valiosos serão aqueles que não os possuam, pois existem em menos quantidade.

O cancelamento/retirada de circulação de selos, pode dever-se a diversos fatores. Dos selos analisados, dois foram afetados por essa circunstância: o selo Edward VII, devido à morte do rei sobre o qual reside a temática do selo, e o segundo, “Prussian Blue”, devido a um erro de cor.

Em relação aos outros elementos de valorização, nomeadamente o estado de conservação, por exemplo se um selo tiver o seu denteado danificado, ou em falta, este aspeto irá afetar drasticamente o seu valor. Assim como as suas perfurações, se estas forem imperfeitas e não tiverem sido aplicadas no sítio devido.

É comum a existência de bastantes exemplares do mesmo selo. No entanto, são raros os que se encontram em perfeitas condições, como o caso do selo Penny Black, em que existem muitas unidades, mas um em estado “mint”¹ é raro.

Principalmente em selos mais antigos, o estado da goma está normalmente deteriorada e possui marcas de aplicações anteriores.

Nestes selos especificamente, muitos possuem denteado liso, podendo ser automaticamente avaliados como os mais antigos da listagem.

Apesar dos selos apresentados não possuírem na sua maioria nenhuma sobrecarga ou sobretaxa, se houvesse alguma existente, o valor desse selo seria mais elevado, pois, normalmente, não são aplicadas novas cargas, ou sobretaxas, aos selos.

Apercebemo-nos que o parâmetro da temática também contribui para a valorização do selo. Nos selos apresentados, as dimensões política e cultural estão presentes. Como exemplo, o último selo desta listagem. Apesar de ter sido impresso em milhões de exemplares, foi muito procurado pela população chinesa, sendo perceptível o seu impacto em termos de desejo de aquisição.

Pode-se deduzir que o país emissor poderá emitir selos de temáticas que a população nacional sobrevalorize simbolicamente e, assim, a sua elevada procura confere ao selo um novo grau de raridade, pois as unidades disponíveis tornam-se escassas. Em termos de grafismo, consideramos que a sua dimensão é pouco relevante como atributo de valorização do selo. No entanto, e como já anteriormente mencionado, uma abordagem gráfica explícita, tendo em conta questões de escala, é essencial para que a mensagem que se pretende transmitir seja perceptível de forma clara e objetiva. Adicionalmente, a escolha do estilo gráfico a aplicar irá influenciar inevitavelmente a apreciação do resultado por parte do observador, fazendo com que o selo possa ser mais, ou menos, apelativo graficamente.

Foram ainda listados outros elementos de valorização, tais como o material base e o formato do selo, que, como já anteriormente referido, podem ser elementos de destaque. No entanto, não são características de resalte que valorizem monetariamente estes selos, assim como o valor de cada selo, que é mencionado para uma melhor noção da influência que cada parâmetro tem na atribuição de valor.

¹ A condição “Mint” não é apenas uma descrição do estado da goma de um selo, mas também do estado geral do próprio selo. A condição “Mint” é sinónimo de excelência, em comparação com selos sem uso, mas deteriorados, e a selos usados.

Podemos concluir, então, que os fatores que valorizam os selos referidos neste capítulo são principalmente a raridade de espécimes e os erros de impressão.

Parte destes elementos listados serão posteriormente constituintes do dispositivo final para a realização do projeto de design.

6.2. Filatelia corrente em Portugal

Relativamente à filatelia atual em Portugal, é de salientar o facto de os correios portugueses terem sido frequentemente referenciados, uma vez que conseguiram inovar ao longo dos últimos anos no mercado filatélico, apostando sobretudo na criatividade dos selos emitidos, com grande sucesso nacional e mundial. Uma opinião partilhada também por Nádía Carmo, que afirma na sua investigação (2011, p.26): “Existem selos postais nacionais que, pelas suas qualidades específicas, apostam na criatividade, na autenticidade e na vibração como forma de inovação, os quais têm sido reconhecidos internacionalmente e que são um motivo de orgulho português.”

Aquando do surgimento do selo, as suas temáticas retratavam sobretudo figuras monárquicas e religiosas. Atualmente, as emissões filatélicas procuram abordar temas de interesse internacional, levando os colecionadores e os avaliadores de selos de outros países a terem uma noção dos costumes, gastronomia, hábitos, gostos, entre outros, do país emissor. “But the iconic features of the postage stamp, in contrast to the design of coins and paper money, frequently change, and this permits a variety of images and messages (...) Postal themes stressing industrialization and modernization can also carry a message of the economic pride a country has in its status as an emerging developed country. And so, along with stamps showing raw materials and commodities for export” (Jack Child, 2005, pp. 119-123). Assim como mencionado pelo filatelista Miguel Grilo, em entrevista em anexo, para os colecionadores, temas de interesse como o património, ou outro relacionado com a cultura de um país, são mais apelativos.

Portugal, incluindo as regiões autónomas da Madeira e dos Açores, fazem emissões próprias de modo a promover a sua imagem a nível mundial. Consoante o nível de interesse das coleções lançadas, podendo o tema ser apelativo, ou não, para os colecionadores, o nível da procura dependerá do fator “temática”. Se uma emissão for bastante cobiçada, o seu número de vendas será elevado, pelo que irá contribuir para a movimentação económica filatélica do país (figura 73).

A dimensão gráfica de um selo é igualmente importante, pois há selos que são simples representações fotográficas. Tal pode provocar uma diminuição do interesse a nível visual, comparativamente a outras opções gráficas que podem ser exploradas sobre a mesma temática.

Seguidamente serão identificados alguns dos selos portugueses mais carismáticos, que tiveram uma grande aceitação a nível mundial. Tal deveu-se às qualidades singulares de cada selo, apostando na criatividade e inovação.

Estes selos tornaram-se reconhecidos internacionalmente, alcançando também o estatuto de objetos de destaque nacional.

Primeiramente, o selo concebido em 2001, em que os Correios de Portugal foram inovadores ao realizarem a primeira emissão conjunta entre Portugal e China (figura 74).



Fig 73. Observação de cetáceos - Açores, 2016. Emissão de divulgação e promoção das ilhas açorianas.



Fig 74. Selo em parceria com a China, 2001.

Seguiram-se outros exemplos importantes e inovadores, consagrando Portugal um marco histórico no mundo filatélico pela criatividade gráfica das suas emissões e parcerias estabelecidas.

O exemplo mais recente foi a emissão de selos lançada em 2007, numa parceria entre os CTT e a marca de atum Ramirez, onde a lata de conserva possuía no seu interior os selos, sendo o grafismo exterior da lata também dedicado a essa emissão (figura 1).

Outro selo mundialmente referenciado, foi o selo alusivo ao setor corticeiro, lançado em 2007, em que o material utilizado como suporte de impressão - a cortiça - constituiu uma grande inovação. Este selo (figura 2) foi pioneiro num mercado mais vasto, que utiliza a cortiça como matéria-prima, como por exemplo, o mercado da moda, ou da indústria gráfica. Antes da emissão do selo de cortiça, não havia postais, roupa, ou calçado confeccionados neste material.

Esta emissão de selos teve uma grande procura por colecionadores de outros países, esgotando rapidamente após a sua emissão. Assim, este selo acabou por ser um meio difusor desta matéria-prima nacional.

Em 2009 foi lançada uma emissão de selos singular, com a temática “Os Selos e os Sentidos”, representando os cinco sentidos (figura 3). A criatividade na representação dos sentidos foi um grande sucesso. Como exemplos, o olfato foi representado por meio de uma ilustração de uma chávena, de onde emanava um forte aroma a café, resultando num conjunto uniforme, e a audição foi representada pela ilustração de uma lima em alto relevo que, ao se passar na superfície com a unha, esta emitia um som áspero e abrasivo.

Igualmente em 2009, alguns países, entre os quais Portugal, emitiram um selo comemorativo do bicentenário de Louis Braille. A base do selo é a sua fácil acessibilidade de informação visual e a sua versatilidade de público-alvo, como sendo um selo inclusivo. Este fator tornou esta emissão de selos em Braille mundialmente aludida (figura 5). Foram utilizados os métodos tradicionais de impressões em Braille, tendo-se seguido muitas outras emissões filatélicas semelhantes, como o caso do primeiro selo africano em Braille em 2010.

Outro selo inovador e pioneiro concebido em Portugal foi o selo emitido em 2003, produzido com holograma, celebrando os 150 anos do primeiro selo português, o de D. Maria II (figura 4).

Mais recentemente, a criação filatélica portuguesa à qual foi atribuída o prémio de melhor selo do mundo, em 2017, foi o selo impresso em algodão (figura 75). Em 2013, Portugal já tinha igualmente emitido selos em material têxtil - a seda.



Fig 75. Selo português.
Prémio - O melhor selo do mundo, 2017.

Tabela de análise:

| | Número de espécimes existentes | Erros de impressão | Sobrecargas e sobretaxas | Retirada de circulação | Tiragem | Temática | Local de impressão | Material base | Formato | Goma | Denteado | Valor |
|--------------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------|------------------------|----------|--------------------|--------------------|---------------|---------|------|----------|-------------|
| Selo Portugal - China | Milhares | Não | Não | Não | 1,500 | União entre países | Portugal | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 0,26 € |
| Selo em cortiça | Milhares | Não | Não | Não | 230.000 | Setor corticeiro | Portugal | Cortiça | 1:1,4 | Mint | Picotado | 1 € |
| Selos dos Cinco Sentidos | Milhares | Não | Não | Não | Milhares | Cinco Sentidos | Portugal | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 0,32/0,80 € |
| Selo em Braille | Milhares | Não | Não | Não | Milhares | Louis Braille | Portugal | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 2,5 € |
| Selo com holograma | Milhares | Não | Não | Não | Milhares | Monarquia | Portugal | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 2,5 € |
| Selo em tecido | Milhares | Não | Não | Não | 55.000 | Indústria têxtil | Portugal | Algodão | 1:1,4 | Mint | Picotado | 2 € |

Como podemos observar, e tendo como base a listagem prévia dos elementos de valorização dos selos raros apresentados no capítulo anterior, estes selos são relativamente recentes e, como tal, existem em grande quantidade numérica e são facilmente adquiridos a preço económico e em bom estado.

Os fatores que os fizeram destacar a nível mundial foram, indubitavelmente, a sua temática e o fator criativo aplicado, por exemplo, ao material de impressão.

Uma temática nunca antes emitida em selo desperta o interesse mundial, constituindo, assim, um diferenciador chave para o seu sucesso, tal como uma emissão de selos de uma temática banal pode chamar a atenção pela originalidade de conceitos, como o caso da incorporação de aroma no selo representativo do sentido do olfato, ou do selo portador de um holograma, que os fizeram destacar-se como objetos precursores no mercado filatélico.

6.3. O selo como objeto simbólico

O selo, embora encarado por uns como um investimento a longo prazo, é, para outros, um objeto histórico de valor patrimonial, seja como forma de propaganda, de advertência, ou pela capacidade de conseguir celebrar e/ou representar um evento da história de um país.

No seguimento da análise de estudos de caso iniciada no ponto 6.1, as próximas referências serão de casos nacionais e internacionais. Estes irão permitir uma visão mais ampla da dimensão e importância que a filatelia tem na documentação e na preservação de eventos históricos.

O primeiro caso de estudo remonta a 1892, no reinado de D. Carlos. Após a sua ascensão ao trono houve um reaproveitamento dos selos do seu pai, D. Luís I. Estes foram retirados de circulação precocemente, ou seja, a sua emissão foi cancelada e os selos impressos e postos em circulação foram recolhidos. Posteriormente, foi-lhes aplicada a sobrecarga “provisório”, referindo-se ao selo e não à estampilha, ou franquia, mantendo deste modo os seus valores faciais. Consequentemente, continuaram a circular provisoriamente selos do reinado de D. Luís (figura 76), até serem emitidos os de D. Carlos.

Este selo de D. Carlos é simbólico, uma vez que não representa apenas um período histórico, como também constitui um testemunho de um episódio político nacional. O facto de ter adquirido uma sobrecarga fez aumentar também o seu valor atual para algumas dezenas de euros (Afinsa, 2011).

Outro selo que constitui um marco histórico é o de D. Manuel II com sobrecarga. Em 1910, após a revolução de 4 de Outubro, por não haver ainda selos emitidos pela república, foram aproveitados os selos da monarquia com o rosto de D. Manuel II, último rei de Portugal, sobre os quais foi aplicada a sobrecarga “República” (figura 77). Durante este período instável, marcado pelo regicídio, vários setores foram afetados, incluindo o da produção de selos, pelo que foram aproveitados e postos em circulação selos porteados e selos do arquipélago da Madeira, dado não existirem selos suficientes.

O terceiro caso de estudo remete-nos para 19 de Janeiro de 1919, quando foi instaurada a Monarquia do Norte na cidade do Porto. Esta resultou de um processo contra-revolucionário pelas juntas militares favoráveis à restauração da monarquia em Portugal em plena 1ª República. Este breve período, com duração de apenas vinte e cinco dias, de 19 de Janeiro a 13 de Fevereiro, foi, em traços gerais, a última manifestação de uma insurreição monárquica com recurso à força depois da implantação da República em Portugal, em 1910.

Este curto período de tempo foi suficiente para que se criasse um selo representativo de um novo regime, a favor do reinado de D. Manuel II (figura 78). O design gráfico do mesmo foi realizado rapidamente, para que a sua emissão e circulação pudessem ocorrer antes da chegada das forças republicanas à cidade. A Monarquia no Norte teve, assim, a edição de uma série de selos, com a representação das armas reais e a



Fig 76. Selos provisórios de D. Luís, no reinado de D. Carlos, 1892.



Fig 77. Selo de D. Manuel II, após a instauração da República, 1910.



Fig 78. Selo referente à Monarquia do Norte.

designação de “Reino de Portugal”. A sua impressão, através do método Litográfico, foi feita na cidade do Porto, o único local onde se podia realizar a emissão de um selo ainda monárquico.

Os selos apenas circularam durante um dia neste regime revolucionário, distribuídos por algumas estações de correio, pois as tropas republicanas entraram no Porto, pondo termo à Monarquia do Norte.

O quarto caso de estudo é relativo à Primeira Guerra Mundial, onde soldados portugueses, feitos reféns pelos alemães, apenas podiam enviar correspondência através da Cruz Vermelha para os familiares. A utilização deste selo específico constituía o porte de envio para que prisioneiros de guerra pudessem comunicar com os seus entes queridos (figura 79).

Foi, sem dúvida, um marco histórico, pois permitiu assegurar um direito humanitário e pessoal aos combatentes.

Sendo um dos atributos de valorização do selo a sua temática, os selos referentes à Cruz Vermelha durante o período de guerra têm um valor monetário mais elevado do que a maioria dos selos, possuindo um valor simbólico pela sua dimensão social.

Um selo que marca igualmente um período histórico foi o emitido em 1911, na Índia, data em que a mesma era uma colónia de Portugal, e houve um período de escassez de selos. Os correios solicitaram a importação de mais unidades, mas uma vez que o transporte era feito por barco e a sua chegada iria tardar, como solução optaram por picotar ao meio o selo em questão (figura 80). Este podia ser dividido e usado como dois selos singulares com a mesma taxa original, aplicando uma sobretaxa na área correspondente do novo selo.

Outro caso de estudo é o caso dos selos de 1961 a 1974 usados durante a guerra da independência de Angola.

Na Conferência de Berlim, em 1884, Portugal reivindicou a soberania dos territórios de Angola e Moçambique junto das outras potências europeias, de modo a obter recursos como o petróleo e minério. A partir dessa data, foram várias as expedições efetuadas aos territórios africanos. Décadas depois, Portugal deparou-se com guerras de independência, a primeira das quais a de Angola, que teve início quando um grupo de cerca de duzentos angolanos atacou a Casa de Reclusão Militar, em Luanda, marcando o início da Guerra Colonial Portuguesa. Seguiram-se Guiné-Bissau, em 1963 e Moçambique, em 1964. Influenciadas pelos movimentos de autodeterminação africanos do pós-guerra, o grande objetivo das organizações independentistas era libertar Angola do colonialismo e da exploração impostos por Portugal.

A partir da coleção de selos da mestrandia, constata-se que o material filatélico apresentado (envelopes, bilhetes e selos postais - figuras 81 e 82) foram objetos de propaganda da independência de Angola por parte do partido político no poder. Na figura 81 podemos observar uma mão erguendo uma arma, onde as cores utilizadas são referentes às cores utilizadas usualmente pelos movimentos revolucionários.



Fig 79. Selos da Cruz da Convenção de Genebra, 1890.



80. Selo da colónia portuguesa em 1911 - Índia. Picotado ao centro, cria dois selos singulares a partir do selo original.

Estes selos são considerados como peças completas, pois é um conjunto que possui postal¹ e selo agregado, sendo possível ganhar-se uma nova profundidade sobre o tema, pela maior representação de elementos gráficos que ajudam a contextualizar acontecimentos históricos relativos à soberania nacional de Angola.

À semelhança dos selos anteriores, os selos da independência de Angola são representativos de um período atribulado da história de Portugal, sendo igualmente transmissores de informação política desse mesmo país. Neste caso específico, os selos foram usados como um objeto de afirmação e de reivindicação pelo direito à liberdade. Ou por outras palavras, o selo foi utilizado para traduzir e expressar o desejo e o orgulho de um povo que sonhava em afirmar-se. Assim sendo, o selo foi considerado pelos seus utilizadores um símbolo de poder e de soberania nacional.

Tabela de análise:

| | Número de espécimes existentes | Erros de impressão | Sobrecargas e sobretaxas | Retirada de circulação | Tiragem | Temática | Local de impressão | Material base | Formato | Goma | Denteado | Valor |
|---------------------------------|--------------------------------|--------------------|--------------------------|------------------------|--------------|--------------------|--------------------|---------------|---------|------|----------|--------------|
| Provisórios D.Luís ² | 162.93 | Não | Sim | Sim | Desconhecida | Retrato monárquico | Portugal | Papel | 1:1 | Mint | Picotado | 175 € |
| D.Manuel II ³ | Desconhecido | Não | Sim | Sim | 300.000 | Retrato monárquico | Portugal | Papel | 1:1 | Mint | Picotado | 31.80 € |
| Monarquia do Norte | Desconhecido | Não | Não | Sim | Desconhecida | Revolução | Portugal | Papel | 1:1 | Mint | Picotado | 0.75 € |
| Cruz vermelha | Desconhecido | Não | Não | Não | Desconhecida | Cruz Vermelha | Portugal | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | 125 € |
| Selo da Índia | Desconhecido | Não | Sim | Não | Desconhecida | Retrato monárquico | Índia | Papel | 1:1 | Mint | Picotado | 14 € |
| Selos de Angola | Desconhecido | Não | Não | Não | Desconhecida | Independência | Angola | Papel | 1:1,4 | Mint | Picotado | Desconhecido |

1 Maximifilia é o termo correto de designação de postais.

2 A tiragem e o valor apresentados neste selo corresponde à sobrecarga, do selo de 50 reis, cor azul, de D.Luís. Esteve em circulação de 28 de Dezembro de 1893, até ser retirado a 31 de Dezembro de 1894.

3 A tiragem e o valor apresentados são referente aos selos que receberam sobrecarga, do selo de 1000 reis, de D.Manuel II. Os mesmos estiveram em circulação de 1 de Novembro 1910 a 30 de Março de 1913.

Nesta listagem de selos, verificamos que os mesmos são deveras importantes em termos simbólicos nacionais. A sua sobrevalorização rege-se pela sua importância do ponto de vista histórico e no modo como estes marcam uma determinada ocorrência.

Os dois primeiros casos são selos que foram reutilizados, no sentido em que lhes foi aplicada uma sobrecarga, de modo a adaptar os mesmos para um novo período histórico.

Os selos da Índia como colónia portuguesa registam, igualmente, um período da história, em que, numa altura de escassez de selos para correspondência, os correios tiveram como solução duplicar os selos de que dispunham. Ao inserir picotado no centro dos selos disponíveis, cada selo daria assim origem a dois. Este é um selo histórico, pois é um selo de tipologia única.

O selo da Monarquia do Norte é importante do ponto de vista cultural, pois é um acontecimento com pouco destaque, tendo, no entanto, ficado registado filatelicamente um acontecimento social da resistência do povo contra a república, onde centenas de pessoas se barricaram na cidade do Porto, recusando a implementação da mesma.

Assim como os selos representativos de Angola, em que estes transmitem, através da imagem gráfica, o afirmar do povo e o desejo de liberdade.

Já os selos da Cruz Vermelha foram sinónimos de consolação durante a guerra, possibilitando assim um conforto para aqueles que quisessem comunicar com os familiares através de cartas que possuíssem esse selo.

Os selos são um meio privilegiado de difusão cultural devido à sua função pública e de temporalidade.

Nuno Micaêlo, CTT

Um caso mais recente, referente a um evento histórico mediático, é o exemplo dos selos do Brexit.

Se o selo é considerado pela sociedade em geral como algo em desuso e o seu significado, outrora elevado, está a perder-se, este caso prova o contrário. A criação de diferentes selos por internautas sobre este caso específico, de modo a transmitirem a sua opinião sobre o mesmo, está a tornar-se polémica, revelando inequivocamente o poder simbólico na cultura e identidade nacional de que o selo ainda é portador.

Oficialmente, ainda não está decidido se será emitida uma série pelo Royal Mail, uma vez que muitos consideram uma afronta emitir um selo comemorativo sobre aquilo que consideram ser um acontecimento negativo. No entanto, este acontecimento despoletou a criação de selos entre a comunidade internauta, que desenvolve propostas de composições gráficas, algumas delas polémicas, sobre o Brexit. Esta reação demonstra bem a importância do selo enquanto instrumento de poder e objeto de soberania ainda nos dias de hoje. Estes objetos não oficiais não deixam de ter uma finalidade, sendo realizados com o propósito de sátira política. Mas também podem ser interpretados culturalmente e levados muito a sério na sua análise, pois demonstram o potencial do selo, que ainda detém função identitária e poder representativo das nações (Figuras 83, 84, 85 e 86).



Fig 83. Selo não oficial referente ao Brexit. Quando cortado pelo picotado, a rainha perde a ponta do nariz, sendo por isso um objecto de crítica social.



Fig 84, 85 e 86. Selos não oficiais e de crítica social, de temática referente à saída do Reino Unido da União Europeia.

A não inclusão dos selos do Brexit na tabela, foi devido aos mesmos não serem oficiais.

Em suma, podemos concluir neste capítulo que o principal fator de sobrevalorização destes selos são as sobrecargas.

Nos exemplos das sobrecargas “provisório” nos selos de D. Luís no reinado de D. Carlos, em 1892, e nos selos de D. Manuel II, em 1910, com sobrecarga “República”, estas aumentam significativamente o valor de um selo.

O segundo fator de importância nesta listagem é o selo enquanto objeto simbólico, interligado às temáticas representadas, que materializa períodos históricos e sociais através do seu grafismo. Estes parâmetros de maior valorização que foram destacados nesta listagem diferem, assim, dos parâmetros predominantes nas listagens anteriores.

7. Projeto Gráfico

7.1. Dispositivo de avaliação

Os diferentes elementos de valorização abordados até ao presente capítulo, foram dissecados e analisados nas tabelas dos três capítulos anteriores. Consoante os dados e valores das tabelas, elaborou-se um gráfico, por forma a ordenar esses atributos consoante a sua ordem de importância, tendo em conta o peso de cada um deles no valor de um selo, consoante os casos de estudo. O objetivo final é poder ter os mesmos como referência durante a conceção do projeto físico final - um bloco de selos.

No entanto, ao longo das listagens realizadas e da sua análise, foi possível concluir que muitos dos elementos de valorização estão interligados entre si, podendo ser agrupados e fazer, assim, uma diferenciação mais concisa.

Posto isto, e tratando-se de uma nova emissão, fatores tais como o denteado apenas poderão afetar o valor do selo em caso de rasgo, ou dobra, durante a sua vida útil. O mesmo se aplica à goma do selo, pois esta irá encontrar-se em perfeitas condições. Estes dois elementos foram agrupados, criando assim o fator “Estado de preservação”, apresentado como último fator de sobrevalorização.

Já o fator “Sobrecargas e sobretaxas”, encontra-se em penúltimo lugar, devido ao facto de estas não serem elementos com grande probabilidade de aplicação, principalmente em novas emissões.

As sobretaxas e sobrecargas advêm, normalmente, da retirada de circulação dos selos para aplicação das mesmas. No entanto, a retirada de circulação também pode ser devida a erros de impressão. Este último aspeto pode ditar a raridade de um selo. Durante a fase de impressão podem ocorrer anomalias, assim como durante a fase de acabamento, derivando em selos raros dentro da mesma emissão.

O fator “Retirada de circulação” encontra-se na quinta posição de sobrevalorização, sendo que, quando esta é imposta a uma emissão, é conferido um novo grau de raridade aos selos que já se encontram em circulação.

A temática, por si só, pode aumentar a procura a nível mundial, dependendo se este é de conteúdo de difusão de campanhas, representação de um marco histórico, eventos da atualidade, ou outros. É de salientar que temáticas nunca antes abordadas filatelicamente suscitam maior procura e interesse, podendo influenciar o valor do selo. O preço de aquisição desses selos também irá depender do poder de compra do país emissor, variando assim os valores de venda de cada selo. (Lehmann, 2018). Destes dois parâmetros, local de emissão e temática, surgiu o fator denominado “Dimensão cultural”, colocado na quarta posição.

Seguidamente, o fator criativo poderá destacar uma emissão de selos das restantes, tornando-a peculiar, tendo um papel imprescindível na divulgação do próprio selo. Dentro do fator criativo, podemos incluir o grafismo, sendo a linguagem gráfica usada para a criação do bloco, apelativa e concisa, transmitindo a mensagem de forma eficiente ao observador, como anteriormente referido por José Brandão e João Carlos Araújo.

A originalidade também pode englobar uma inovação a nível do formato do selo,

podendo este ter uma forma invulgar, ou ser impresso num material inovador, e tornar-se, assim, um selo pioneiro no mercado filatélico. Este conjunto de elementos será denominado por “Fator criativo” e será colocado na terceira posição.

Como observado anteriormente, um erro de impressão, ou de perfuração intencional, ou não intencional, em algumas unidades da emissão, é um dos aspetos que mais pode valorizar os selos. Como tal, o grupo “Erros de produção” é apresentado no segundo patamar de valorização.

O número de espécimes existentes de um selo revelou ser o fator mais relevante de valorização. Este baseia-se, não nas unidades produzidas, mas sim nas unidades em bom estado de conservação existentes. O número de espécimes existentes está inevitavelmente interligado à tiragem, que consiste, então, no número total de selos emitidos referido em catálogo das emissões de selos. Estes dois elementos formam um novo conjunto, denominado por “Espécimes”, e é, sem dúvida, o mais significativo. No caso em concreto do projeto prático, este fator será uma variável, pois o número de selos impressos dependerá da entidade emissora.

Todos os fatores acima mencionados resultam num sistema de avaliação de valor com base nos selos nacionais e mundiais analisados. Embora alguns elementos tenham sido excluídos, a análise comparativa dos elementos que mais elevam o valor de um selo, tais como a quantidade existente de um determinado selo, a temática, entre outras, interligada com a procura desse mesmo selo a nível mundial, concederam a estes mesmos elementos a sua presença no dispositivo final. Estes serão utilizados para a criação e sobrevalorização do objeto gráfico final, com o objetivo de se perceber a dimensão e o impacto que estes conseguem alcançar, tentando corresponder e inovar nos parâmetros escolhidos entre os pontos de sobrevalorização.

Assim, são estes os constituintes do dispositivo final de avaliação de selos, de modo a elaborar o bloco de selos. Este terá que ter em conta os seguintes parâmetros:

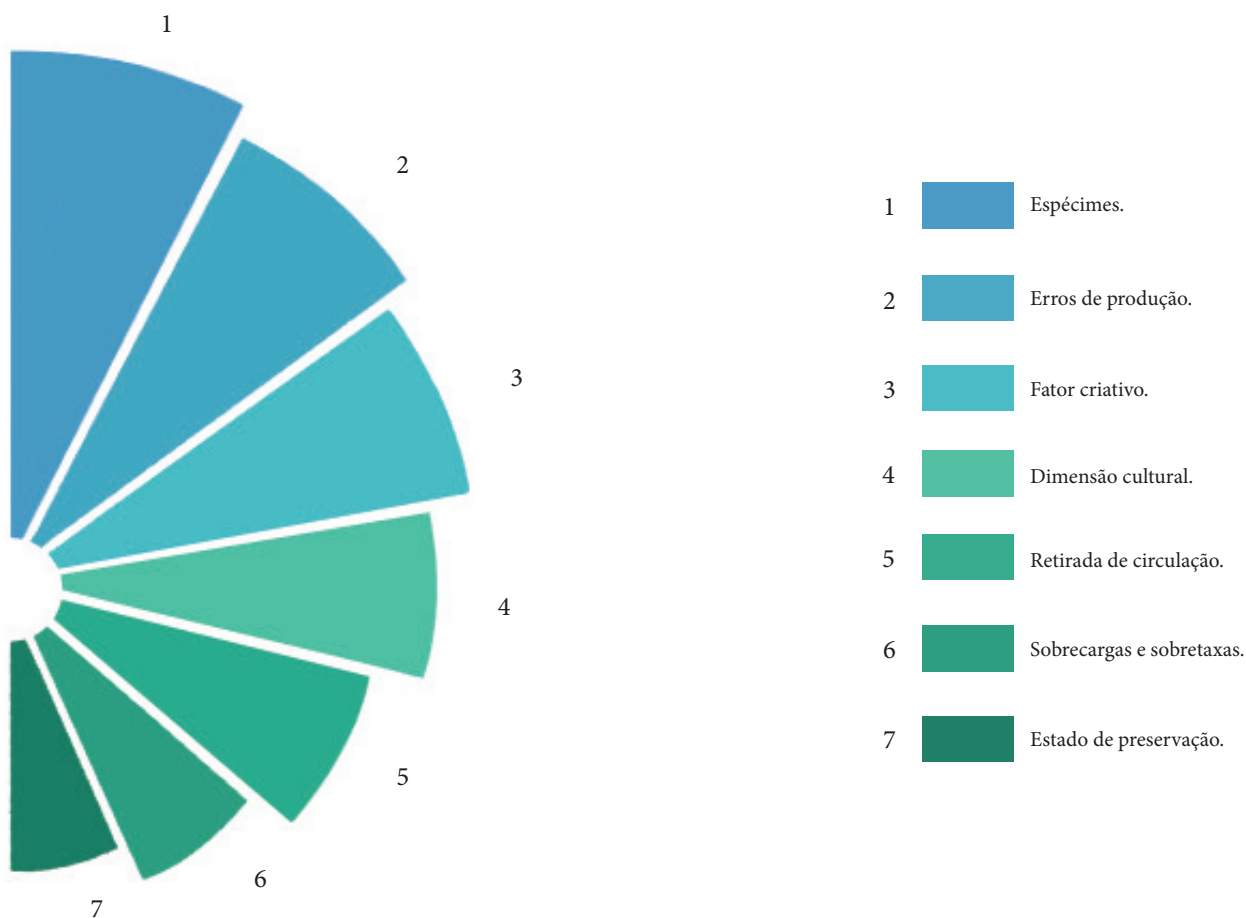


Fig 87. Gráfico com os parâmetros de avaliação de selos por ordem de relevância.

Segundo a listagem dos elementos, o que mais afecta o valor de um selo é o número de espécimes existentes. Quanto menos exemplares houver de um determinado selo, mais raro este será, como comprovado nas tabelas de avaliação dos capítulos anteriores. O selo “British Guiana” anteriormente apresentado, por ser o único exemplar, é avaliado em milhões de euros, tornando-o no selo mais caro do mundo.

Comparativamente aos erros de produção, que se encontram como segundo elemento de valorização, afetam igualmente o valor que um selo pode atingir. Como é o caso dos selos Swedish Treskilling Yellow e do Prussian Blue, que devido a erros de cor na sua impressão, estão entre os selos mais caros do mundo, avaliados em milhares de euros.

Como terceiro elemento, não sendo no entanto, o que mais eleva o valor de aquisição de um selo, o fator criativo é um fator de peso atual na emissão de novos selos. Apesar destes não serem de valor elevado, um selo peculiar desperta a curiosidade de colecionadores em todo o mundo. Daí, o valor movimentado por

uma emissão de selos conseguir atingir grandes quantias quando procurado em grandes quantidades.

Um pouco como o elemento anterior, também a dimensão cultural do selo poderá ser um fator de procura de emissões filatélicas. Consoante o país emissor e a temática abordada no selo, filatelistas de todo o mundo terão interesse nessa mesma emissão. O caso do selo chinês do ano do macaco, em que a China, possuindo uma população de biliões que cobiçava esse selo, o mesmo teve grande procura, tornando-se raro pelo motivo da sua temática.

O quinto fator “Retirada de circulação” confere ao selo alguma raridade, sendo que os valores dos selos anteriormente apresentados de D.Luís e de D.Manuel, nos casos de estudo do capítulo “Marcos Históricos”, são mais elevados do que selos que apresentem apenas a característica de selos com sobrecargas e sobretaxas, que é o sexto elemento de valorização.

Como último elemento, está o estado de preservação de um selo que, embora seja importante na atribuição de valor, será pouco significativo, uma vez que os selos de coleção se apresentam normalmente em bom estado.

7.2. Temática

Como é dedutível pela análise dos casos de estudo, os selos são difusores da representação identitária da cultura nacional de um país. São instrumentos gráficos de extrema importância, que permitem o retrato de acontecimentos, propagação de ideias, promoção de eventos, para mencionar apenas alguns aspetos. Os selos podem ter como objetivo demover, ou incentivar, a população conforme a mensagem que se pretenda transmitir.

A procura por uma temática atual, pouco explorada pelos serviços de correio postal a nível mundial, são fatores de valorização a estar presentes no objeto gráfico final.

Para identificar uma temática que refletisse a realidade das sociedades atuais, dos seus modos de vida e das diferenças entre as mesmas, foi necessário pensar sobre os significados do próprio conceito de nação face às sociedades globalizadas dos dias de hoje. Neste contexto foram identificadas duas tendências importantes para o objeto de estudo desta dissertação: a) por um lado as formas de comunicação entre membros de uma sociedade fazem-se cada vez menos através de correspondência fraqueada e cada vez mais através de meios digitais de comunicação global em rede; b) por outro lado, e o primeiro ponto não é alheio a esta realidade, existem cada vez mais comunidades a circular à escala global, desterritorizadas e criando novas realidades identitárias. São disto exemplo os grandes fluxos de imigrantes e refugiados. Neste sentido, são as próprias fronteiras - reais e imaginárias - que estão em reformulação nos dias de hoje. É por isso que se considera que utilizar o potencial de um selo para representação identitária da cultura nacional de um país deve incluir uma reflexão sobre os novos modos como essa identidade se pode expressar a partir da diversidade de comunidades que se encontram em circulação pelo mundo na actualidade. O bloco de selos a ser realizado, terá como temática a movimentação das comunidades para um país em específico, neste caso Portugal, correspondendo igualmente aos atributos de valorização filatélica identificados no capítulo anterior, de modo a criar um selo singular. Os principais atributos do projeto prático centram-se na dimensão cultural e fator criativo.

Assim sendo decidiu-se alargar a temática do bloco de selos a uma visão global do mundo actual, problematizando a própria noção de fronteira e de identidade nacional na actualidade.

Para aprofundar, esta questão, foi trabalhada a obra clássica *Comunidades Imaginadas*, de Benedict Anderson ([1983]-2005), onde o autor define uma nação enquanto uma comunidade política imaginada, limitada (cada indivíduo acredita pertencer a uma determinada comunidade) e, ao mesmo tempo, soberana. Na abordagem do autor, uma nação imaginada é aquela em que os seus membros nunca conhecerão todos os demais e na mente de cada indivíduo reside uma imagem da comunidade da qual participam. Ou seja, ainda que os limites de uma nação não existam empiricamente, os seus indivíduos são capazes de criar e imaginar as suas fronteiras. Foram-se criando comunidades baseadas nos mais variados conceitos, às quais cada indivíduo acredita pertencer, tentando incorporar-se dentro de uma,

ou várias comunidades.

O surgimento do nacionalismo, segundo Anderson, está relacionado com o declínio dos sistemas tradicionais de governabilidade (monarquia, na Europa, ou administração colonial na Ásia e Américas) e com a construção de uma nacionalidade baseada na identificação étnica, racial e/ou cultural. Esta identificação possuiria um projeto comunitário de união, baseado nas diferenças de um povo para o outro. A nação é um critério de distinção entre grupos e comunidades, através de fronteiras, e a consolidação de um sentimento nacionalista que englobasse toda a humanidade seria impossível.

Tal como os mapas e outros objectos gráficos analisados pelo autor, podemos considerar o selo como um objeto que contribui para a capacidade dos indivíduos se “imaginarem” como parte de uma comunidade. Neste caso, legitimarem uma determinada soberania nacional. É este potencial do selo que pretendemos actualizar através da criação de um exemplar relativo às diferentes comunidades e formas de imaginação da sua pertença tendo como objetivo difundir as suas diversidades e realçar a união entre as mesmas, demonstrando que até certo ponto, a cidadania atual está englobada como uma só em diversos países.

A complementar este conceito de “comunidade imaginada” de Benedict Anderson, utilizou-se como referência a palestra proferida por Arjun Appadurai para a EXD17, em Portugal, onde o problema das fronteiras e da migração de comunidades foi justamente abordado com grande relevo, promovendo um discurso de aceitação e o apoio para essas comunidades em trânsito pelo mundo, em grande maioria por razões económicas ou de fuga a cenários de guerra ou perseguição política. Appadurai defende que os limites de uma nação são monopólios que por vezes deixam de fora essas comunidades em trânsito.

Embora atualmente a comunicação e a circulação de bens e pessoas seja global, há aspetos políticos, sociais e económicos que levam a que os estados-nação mantenham a existência das fronteiras.

O caso dos refugiados humanitários são um exemplo disso mesmo, sendo representativos de movimentação de dinheiro para as grandes nações que os recebem, sendo que a realidade de quererem escapar à sua própria nação e procurarem formar uma nova comunidade entre as já existentes leva-os a enfrentar o problema da limitação de outras.

Na sua proposta de diálogo com os designers na sua conferência, Appadurai apresentou o conceito de fronteiras como um conceito anacrónico, que não soluciona o atual problema civilizacional decorrente da crescente vaga de migrações resultante de fatores económicos, ambientais e políticos. O que nos faz deparar com a atual crise humanitária.

A reforçar este ideal, o filósofo francês, Frédéric Neyrat, considera, igualmente, os atuais problemas ambientais incompatíveis com as atuais tendências políticas nacionalistas seguidas por alguns países: “Querer proteger-se, querer imunizar-se pelo nacionalismo e pelo regresso das fronteiras, pela tentativa de recriar uma identidade estrita contra os perigos ambientais, não fará senão reforçar o desastre ecológico” (Frédéric Neyrat, 2018).

As comunidades dependentes destas fronteiras podem ser referidas como cidadãos de um determinado país, mas assistimos igualmente à criação de novos grupos dentro deste, como o exemplo dos refugiados que procuram asilo noutra nação. Este grupo representa um problema mundial da sociedade atual e a sua temática já foi impressa em selos em diferentes anos, numa tentativa de abordar e sensibilizar a população (figura 88 e 89).

Uma dessas emissões foi feita pela Dinamarca, em 1966, no mesmo ano em que foi lançado o Protocolo sobre o Estatuto dos Refugiados (figura 90).

Com isto, podemos realçar a valorização simbólica do selo e o seu papel como objeto difusor de ideias e de propaganda. Como descrito por João Carlos Araújo: “Todas as mensagens comunicacionais podem ser objeto de propaganda. De certa maneira, os selos também foram utilizados como propaganda política. Nos reinados, as imagens dos reis eram a afirmação do regente; no tempo do fascismo implicavam uma mensagem de afirmação do regime, como é o caso do selo de Almada Negreiros “Tudo pela Nação””.

A criação de um selo com a temática da diluição de fronteiras e da presença de diversas nacionalidades no interior de um mesmo país pretende quebrar o atual conceito anacrónico de nação, reimaginando-o sem limites fronteiriços, onde os diferentes costumes, padrões de educação, relações sociais, instrução, negócios, artes, ciências, alimentação, festas, jogos, desportos, para mencionar apenas alguns, serão considerados igualmente como os mesmos elementos de outras nações, procurando traduzir esta mensagem numa imagem gráfica.

Assim, e tendo como base Portugal, será representada a agregação dos fluxos migratórios do país, imigrantes, emigrantes e refugiados como elementos que determinarão o aspeto gráfico do selo criando um objeto dinâmico e original na sua materialização, e atual na sua capacidade de apelar simbolicamente àquilo que são atualmente as discussões em torno das comunidades e das suas identidades.



Fig 88. Selos noruegueses: Refugiados.



Fig 89. Selo do Chipre: Refugiados, 1974.



Fig 90. Edição de selos dinamarqueses: Refugee 66S, 1966.

7.3. Projeto prático

Como anteriormente constatado, a temática é um dos principais elementos de valorização de um selo. Assim, o bloco de selos que se propõe toma em consideração a globalização, assumindo de que se trata de um fenómeno que contribui para a diminuição dos laços imaginários dos membros de diferentes comunidades, fazendo alusão à diluição de fronteiras impostas pelas diversas nações.

A apropriação do selo enquanto símbolo de identidade e soberania nacional para representar o tema das *comunidades* pretende refletir sobre o conceito de nação e, igualmente, sobre os seus limites culturais e a sua relação com o território, elementos que sustentam o sentimento de pertença e lealdade entre os seus membros.

Refletiu-se também sobre o facto de o mundo contemporâneo ser caracterizado por comunidades em permanente deslocação. As saídas do país de origem podem ser derivadas de crises económicas, guerras, catástrofes naturais, entre outras.

Estas deslocações em massa tendem a gerar pressão sobre os estados, territorial e culturalmente delimitados, originando em algumas das atuais crises humanitárias.

Dentro desta temática, teve-se em consideração a subtilidade da representação do tema, uma vez que gera diferentes opiniões, sendo necessário passar uma mensagem de configuração neutra. Assim, recorreu-se ao abstracionismo como forma de representação, fugindo ao figurativismo.

Outra vertente desta proposta de selo interliga-se com os dados demográficos e com a utilização do fator criativo para tentar representar as suas mesmas variações. Deste modo, e representando os países com maior taxa de imigrantes em Portugal, pretendeu-se representar a presença de cada comunidade em território nacional através de um selo dinâmico, que varia graficamente consoante as atualizações dos dados recolhidos. Todos os dados utilizados sobre comunidades migrantes foram recolhidos através de entidades oficiais que fazem a monitorização e recolha desses mesmos dados anualmente: Pordata¹, RIFA² e DGACCP³. O recurso a uma programa de computador para implementar a solução gráfica desenvolvida torna essa meta atingível, tornando o selo inovador, por ser mutável e em constante transformação. Esta questão será aprofundada posteriormente no ponto “Aplicações gráficas”.

No desenvolvimento do projeto prático optou-se por selecionar os gráficos com os respetivos dados, pela sua relevância na compreensão e visualização gráfica dos fluxos de migração totais, por países, ou por anos, que serão depois utilizados na composição gráfica dos selos.

1 Base de dados com estatísticas oficiais relativas à educação, saúde, fluxos migratórios, entre outros, relativamente a Portugal e a outros países da Europa.

2 Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo.

3 Direção Geral dos Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas.

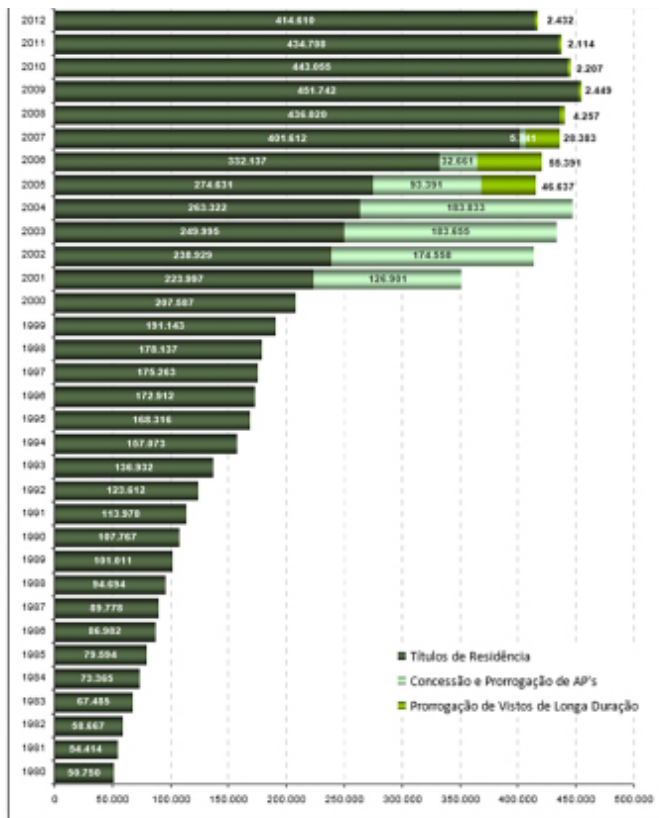


Fig 91. Dados de imigração (valores totais) de 1980 até 2012 - RIFA.

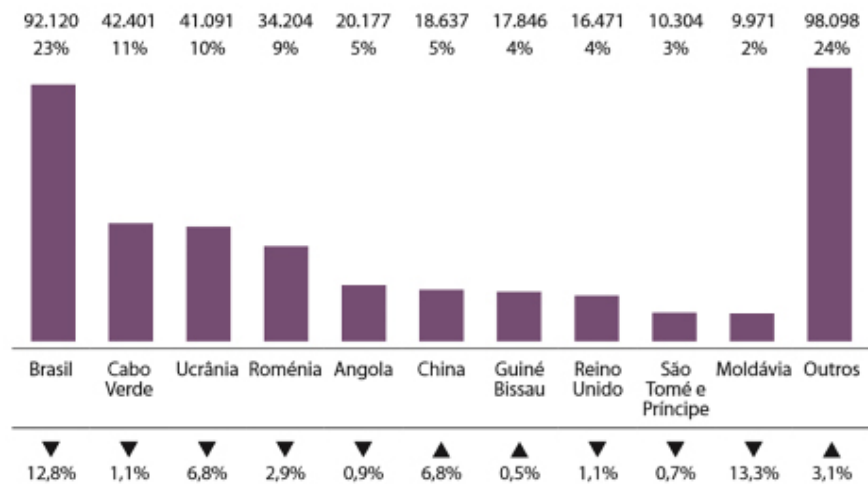


Fig 92. Dados de imigração de 2013 - RIFA.

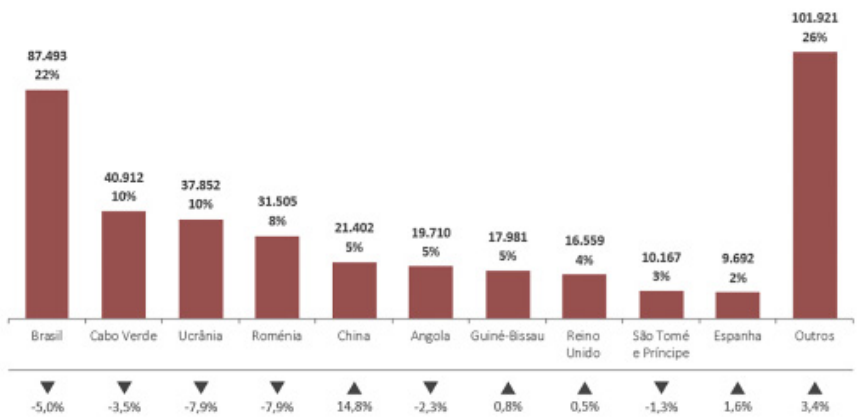


Fig 93. Dados de imigração de 2014 - RIFA.

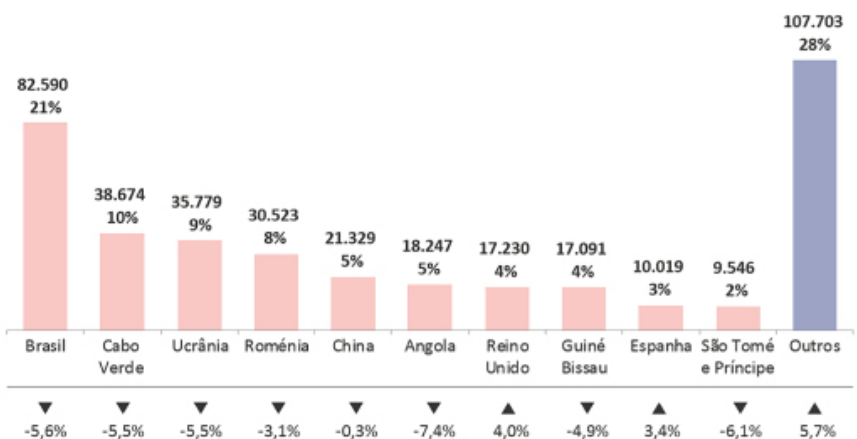


Fig 94. Dados de imigração de 2015 - RIFA.

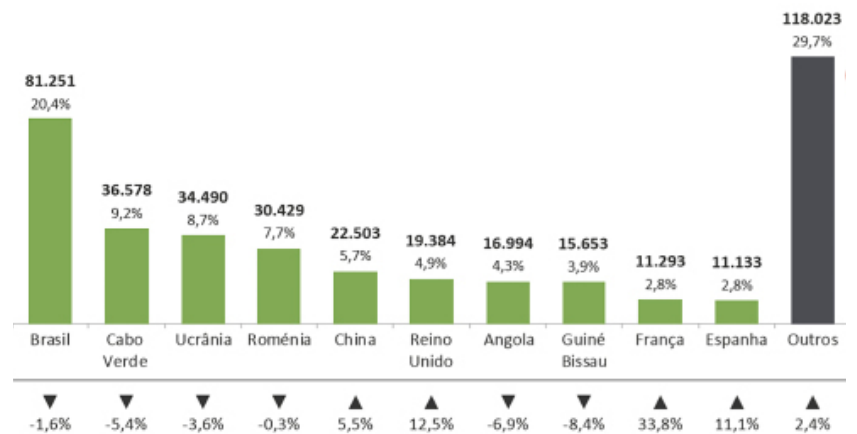


Fig 95. Dados de imigração de 2016 - RIFA.

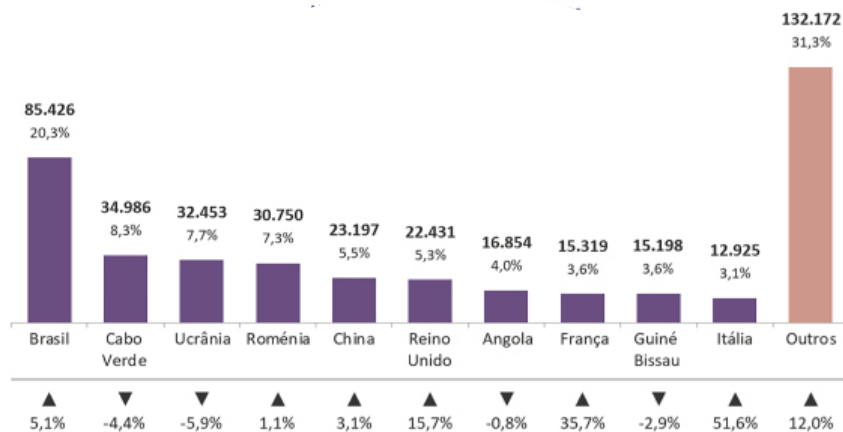


Fig 96. Dados de imigração de 2017 - RIFA.

| Anos | Emigrantes por tipo | | |
|------|---------------------|----------------------|----------------------|
| | Total | Emigrante Permanente | Emigrante Temporário |
| 2000 | 21.333 | 4.692 | 16.641 |
| 2001 | 20.223 | 5.396 | 14.827 |
| 2002 | 27.358 | 8.813 | 18.545 |
| 2003 | 27.008 | 6.687 | 20.321 |
| 2004 | x | 6.757 | x |
| 2005 | x | 6.360 | x |
| 2006 | x | 5.600 | x |
| 2007 | x | 7.890 | x |
| 2008 | ±x | ±20.357 | ±x |
| 2009 | x | 16.899 | x |
| 2010 | x | 23.760 | x |
| 2011 | 100.978 | 43.998 | 56.980 |
| 2012 | 121.418 | 51.958 | 69.460 |
| 2013 | 128.108 | 53.786 | 74.322 |
| 2014 | 134.624 | 49.572 | 85.052 |
| 2015 | 101.203 | 40.377 | 60.826 |
| 2016 | 97.151 | 38.273 | 58.878 |
| 2017 | 81.051 | 31.753 | 49.298 |

Fig 97. Tabela com os dados referentes ao número de emigrantes por tipo em Portugal, desde 2000, através do site Pordata. (Tabela completa contém os dados desde 1960).

Pode-se observar que existe uma grande divergência entre os dados relativos aos imigrantes e emigrantes. O valor máximo atingido na taxa de emigrantes foi de 134.624 em 2014 (figura 97) e o valor mais elevado da taxa de imigrantes rondou os 451.742 em 2009 (figura 91).

Ao iniciar a componente gráfica, e após vários estudos prévios e esboços sobre o tema, optou-se por explorar o uso de linhas para representar a variação de dados.

Nesta primeira versão, o selo apresentado consiste numa visualização de dados dos fluxos migratórios baseada nos dados de imigração e emigração adquiridos através das bases de dados RIFA e DGACCP.

Neste sentido, o gráfico para o ano em específico (2016), representaria as diferenciações anuais. Posteriormente e comparativamente a outro ano, poder-se-iam observar as oscilações dos dados apresentados, permitindo criar séries de selos muito limitadas, influenciando o fator de valorização mais relevante no mercado de selos, isto é, o número de espécimes existentes.

A implementação gráfica desta abordagem obrigaria ao desenvolvimento de uma aplicação informática capaz de ler os dados das migrações e gerar as visualizações conforme a maquete apresentada na figura 104.

De modo a representar as taxas de emigração e imigração de Portugal, foram verificados os países de origem com maior taxa anual de imigrantes para Portugal, segundo os dados RIFA:

| NACIONALIDADE | Stock | | | Fluxos | | |
|----------------------|---------|---------|----------|--------|--------|----------|
| | TOTAL | Homens | Mulheres | TOTAL | Homens | Mulheres |
| | 397.731 | 192.801 | 204.930 | 46.921 | 23.977 | 22.944 |
| Afeganistão | 38 | 25 | 13 | 5 | 4 | 1 |
| África do Sul | 839 | 389 | 450 | 227 | 112 | 115 |
| Albânia | 47 | 21 | 26 | 12 | 5 | 7 |
| Alemanha | 10.030 | 5.142 | 4.888 | 1.587 | 821 | 766 |
| Andorra | 9 | 6 | 3 | 7 | 4 | 3 |
| Angola | 16.994 | 7.791 | 9.203 | 1.479 | 737 | 742 |
| Apátrida | 12 | 6 | 6 | 6 | 2 | 4 |
| Arábia Saudita | 98 | 53 | 45 | 72 | 38 | 34 |
| Argélia | 315 | 181 | 134 | 44 | 22 | 22 |
| Argentina | 438 | 212 | 226 | 37 | 26 | 11 |
| Arménia | 89 | 40 | 49 | 12 | 7 | 5 |
| Austrália | 298 | 149 | 149 | 44 | 25 | 19 |
| Áustria | 757 | 394 | 363 | 196 | 101 | 95 |
| Azerbaijão | 35 | 17 | 18 | 6 | 4 | 2 |
| Bahamas | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| Bahrain | 11 | 10 | 1 | 1 | 1 | |
| Bangladesh | 2.799 | 2.309 | 490 | 437 | 282 | 155 |
| Barbados | 5 | 1 | 4 | | | |
| Bélgica | 2.853 | 1.538 | 1.315 | 594 | 322 | 272 |
| Belize | 6 | 3 | 3 | | | |
| Benin | 12 | 11 | 1 | | | |
| Bermudas | 3 | 2 | 1 | | | |
| Bielorrússia | 626 | 214 | 412 | 33 | 13 | 20 |
| Bolívia | 104 | 26 | 78 | 15 | 6 | 9 |
| Bósnia e Herzegovina | 54 | 16 | 38 | 3 | 2 | 1 |
| Botswana | 4 | 1 | 3 | | | |
| Brasil | 81.251 | 30.938 | 50.313 | 7.059 | 2.996 | 4.063 |
| Bulgária | 7.019 | 3.489 | 3.530 | 857 | 355 | 502 |
| Burkina Faso | 17 | 12 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| Burundi | 6 | 4 | 2 | | | |
| Butão | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Cabo Verde | 36.578 | 16.899 | 19.679 | 1.991 | 924 | 1.067 |
| Camarões | 169 | 118 | 51 | 53 | 42 | 11 |

Fig 98. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

| NACIONALIDADE | Stock | | | Fluxos | | |
|-------------------------------|---------|---------|----------|--------|--------|----------|
| | TOTAL | Homens | Mulheres | TOTAL | Homens | Mulheres |
| | 397.731 | 192.801 | 204.930 | 46.921 | 23.977 | 22.944 |
| Cambodja | 19 | 7 | 12 | 4 | | 4 |
| Canadá | 738 | 395 | 343 | 76 | 39 | 37 |
| Cazaquistão | 528 | 220 | 308 | 35 | 14 | 21 |
| Chade | 4 | 2 | 2 | | | |
| Chile | 216 | 93 | 123 | 31 | 10 | 21 |
| China | 22.503 | 11.314 | 11.189 | 2.839 | 1.342 | 1.497 |
| Chipre | 29 | 13 | 16 | 17 | 8 | 9 |
| Colômbia | 886 | 317 | 569 | 103 | 46 | 57 |
| Comores | 1 | 1 | | | | |
| Congo | 83 | 33 | 50 | 25 | 12 | 13 |
| Congo (República Democrática) | 225 | 123 | 102 | 24 | 15 | 9 |
| Cook (Ilhas) | 1 | 1 | | | | |
| Coreia do Sul | 215 | 91 | 124 | 21 | 11 | 10 |
| Costa do Marfim | 132 | 94 | 38 | 19 | 8 | 11 |
| Costa Rica | 61 | 23 | 38 | 11 | 3 | 8 |
| Croácia | 222 | 93 | 129 | 58 | 22 | 36 |
| Cuba | 965 | 427 | 538 | 89 | 41 | 48 |
| Desconhecido | 15 | 9 | 6 | 1 | | 1 |
| Dinamarca | 658 | 369 | 289 | 149 | 89 | 60 |
| Djibuti | 5 | 3 | 2 | | | |
| Dominica | 5 | 1 | 4 | | | |
| Egipto | 279 | 192 | 87 | 44 | 20 | 24 |
| El Salvador | 38 | 21 | 17 | 4 | 3 | 1 |
| Emiratos Árabes Unidos | 9 | 7 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Equador | 342 | 160 | 182 | 93 | 56 | 37 |
| Eritreia | 130 | 93 | 37 | 167 | 132 | 35 |
| Eslováquia | 207 | 61 | 146 | 62 | 25 | 37 |
| Eslovénia | 117 | 55 | 62 | 38 | 16 | 22 |
| Espanha | 11.133 | 5.619 | 5.514 | 2.214 | 1.182 | 1.032 |
| Estados Unidos da América | 2.705 | 1.400 | 1.305 | 501 | 274 | 227 |
| Estónia | 157 | 35 | 122 | 45 | 12 | 33 |
| Etiópia | 53 | 28 | 25 | 18 | 15 | 3 |
| Fidji (Ilhas) | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | |
| Filipinas | 750 | 224 | 526 | 81 | 35 | 46 |
| Finlândia | 998 | 541 | 457 | 216 | 113 | 103 |
| França | 11.293 | 6.005 | 5.288 | 3.475 | 1.833 | 1.642 |
| Gabão | 22 | 12 | 10 | 8 | 2 | 6 |
| Gâmbia | 151 | 110 | 41 | 23 | 13 | 10 |
| Gana | 141 | 87 | 54 | 20 | 14 | 6 |
| Geórgia | 617 | 332 | 285 | 27 | 13 | 14 |
| Granada | 4 | 2 | 2 | | | |
| Grécia | 327 | 159 | 168 | 107 | 54 | 53 |
| Guatemala | 43 | 20 | 23 | 3 | 1 | 2 |
| Guiana | 7 | 4 | 3 | 1 | 1 | |
| Guiné | 1.363 | 943 | 420 | 198 | 113 | 85 |
| Guiné Bissau | 15.653 | 8.354 | 7.299 | 951 | 427 | 524 |
| Guiné Equatorial | 55 | 30 | 25 | 2 | | 2 |
| Haiti | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 | |
| Holanda | 6.840 | 3.644 | 3.196 | 1.165 | 632 | 533 |
| Honduras | 32 | 11 | 21 | 6 | 1 | 5 |
| Hong Kong | 11 | 6 | 5 | 2 | 1 | 1 |
| Hungria | 520 | 178 | 342 | 91 | 39 | 52 |
| Iémen | 18 | 15 | 3 | 5 | 5 | |
| Índia | 7.244 | 4.931 | 2.313 | 1.024 | 638 | 386 |
| Indonésia | 157 | 87 | 70 | 41 | 25 | 16 |
| Irão | 652 | 362 | 290 | 135 | 68 | 67 |
| Iraque | 228 | 128 | 100 | 131 | 79 | 52 |
| Irlanda | 1.031 | 567 | 464 | 233 | 141 | 92 |
| Islândia | 66 | 28 | 38 | 13 | 7 | 6 |
| Israel | 135 | 72 | 63 | 30 | 19 | 11 |
| Itália | 8.523 | 5.027 | 3.496 | 3.106 | 1.900 | 1.206 |
| Jamaica | 15 | 9 | 6 | 3 | 3 | |
| Japão | 440 | 190 | 250 | 43 | 20 | 23 |
| Jordânia | 189 | 111 | 78 | 90 | 52 | 38 |
| Kosovo | 21 | 10 | 11 | 1 | | 1 |
| Kuwait | 6 | 4 | 2 | 3 | 3 | |

Fig 99. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

| NACIONALIDADE | Stock | | | Fluxos | | |
|-------------------------------|---------|---------|----------|--------|--------|----------|
| | TOTAL | Homens | Mulheres | TOTAL | Homens | Mulheres |
| | 397.731 | 192.801 | 204.930 | 46.921 | 23.977 | 22.944 |
| Laos | 6 | 3 | 3 | 1 | 1 | |
| Lesoto | 3 | | 3 | | | |
| Letónia | 349 | 98 | 251 | 48 | 13 | 35 |
| Líbano | 218 | 131 | 87 | 77 | 41 | 36 |
| Libéria | 13 | 11 | 2 | | | |
| Líbia | 96 | 54 | 42 | 14 | 6 | 8 |
| Liechtenstein | 8 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 |
| Lituânia | 585 | 184 | 401 | 97 | 32 | 65 |
| Luxemburgo | 166 | 98 | 68 | 27 | 18 | 9 |
| Macau | 2 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| Macedónia | 33 | 11 | 22 | 9 | | 9 |
| Madagáscar | 7 | | 7 | 1 | | 1 |
| Malásia | 60 | 25 | 35 | 10 | 5 | 5 |
| Malawi | 17 | 3 | 14 | 4 | 1 | 3 |
| Maldivas | 3 | 2 | 1 | | | |
| Mali | 57 | 46 | 11 | 10 | 4 | 6 |
| Malta | 24 | 12 | 12 | 6 | 3 | 3 |
| Marrocos | 1.576 | 783 | 793 | 92 | 44 | 48 |
| Maurícias (ilhas) | 22 | 12 | 10 | 8 | 5 | 3 |
| Mauritânia | 25 | 21 | 4 | 3 | 3 | |
| México | 474 | 183 | 291 | 81 | 36 | 45 |
| Moçambique | 2.848 | 1.246 | 1.602 | 342 | 166 | 176 |
| Moldávia | 6.125 | 2.786 | 3.339 | 249 | 99 | 150 |
| Mongólia | 27 | 8 | 19 | 4 | | 4 |
| Montenegro | 12 | 7 | 5 | 1 | 1 | |
| Myanmar (Birmânia) | 9 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| Namíbia | 16 | 3 | 13 | 1 | 1 | |
| Nepal | 5.835 | 3.863 | 1.972 | 1.348 | 785 | 563 |
| Nicarágua | 15 | 2 | 13 | 1 | | 1 |
| Níger | 1 | | 1 | | | |
| Nigéria | 478 | 301 | 177 | 121 | 82 | 39 |
| Noruega | 573 | 315 | 258 | 104 | 53 | 51 |
| Nova Zelândia | 45 | 22 | 23 | 11 | 4 | 7 |
| Palau | 1 | 1 | | | | |
| Palestina | 73 | 41 | 32 | 19 | 11 | 8 |
| Panamá | 32 | 7 | 25 | 9 | 5 | 4 |
| Paquistão | 3.175 | 2.133 | 1.042 | 468 | 310 | 158 |
| Paraguai | 103 | 30 | 73 | 18 | 9 | 9 |
| Peru | 284 | 108 | 176 | 28 | 14 | 14 |
| Polónia | 1.576 | 472 | 1.104 | 426 | 144 | 282 |
| Qatar | 4 | 3 | 1 | 1 | | 1 |
| Quénia | 75 | 28 | 47 | 20 | 10 | 10 |
| Quirguistão | 27 | 10 | 17 | 1 | 1 | |
| Reino Unido | 19.384 | 10.204 | 9.180 | 3.066 | 1.664 | 1.402 |
| Reino Unido (British Subject) | 7 | 2 | 5 | | | |
| República Centro-Africana | 8 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 |
| República Checa | 310 | 102 | 208 | 85 | 25 | 60 |
| República Dominicana | 136 | 43 | 93 | 16 | 7 | 9 |
| Roménia | 30.429 | 16.591 | 13.838 | 2.479 | 1.480 | 999 |
| Ruanda | 26 | 7 | 19 | 9 | 1 | 8 |
| Rússia | 4.283 | 1.494 | 2.789 | 314 | 115 | 199 |
| Samoa | 1 | | 1 | | | |
| Santa Lúcia | 1 | | 1 | | | |
| São Cristóvão e Nevis | 17 | 12 | 5 | 6 | 3 | 3 |
| São Tomé e Príncipe | 8.968 | 4.003 | 4.965 | 548 | 237 | 311 |
| Senegal | 1.356 | 877 | 479 | 113 | 54 | 59 |
| Serra Leoa | 60 | 36 | 24 | 15 | 7 | 8 |
| Sérvia | 188 | 74 | 114 | 26 | 13 | 13 |
| Seychelles | 7 | 5 | 2 | 1 | 1 | |
| Singapura | 38 | 14 | 24 | 10 | 6 | 4 |
| Síria | 470 | 259 | 211 | 427 | 240 | 187 |
| Somália | 51 | 29 | 22 | 2 | 1 | 1 |
| Sri Lanka | 77 | 51 | 26 | 19 | 9 | 10 |
| Suazilândia | 4 | | 4 | | | |
| Sudão | 50 | 37 | 13 | 9 | 6 | 3 |

Fig 100. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

| NACIONALIDADE | Stock | | | Fluxos | | |
|-------------------|---------|---------|----------|--------|--------|----------|
| | TOTAL | Homens | Mulheres | TOTAL | Homens | Mulheres |
| | 397.731 | 192.801 | 204.930 | 46.921 | 23.977 | 22.944 |
| Suécia | 2.633 | 1.497 | 1.136 | 749 | 423 | 326 |
| Suíça | 1.557 | 823 | 734 | 314 | 157 | 157 |
| Tailândia | 1.475 | 1.022 | 453 | 297 | 187 | 110 |
| Taiwan | 39 | 17 | 22 | 9 | 2 | 7 |
| Tajiquistão | 16 | 9 | 7 | 5 | 3 | 2 |
| Tanzânia | 27 | 16 | 11 | 1 | 1 | |
| Timor Leste | 188 | 124 | 64 | 59 | 40 | 19 |
| Togo | 37 | 19 | 18 | 6 | 6 | |
| Tonga | 1 | | 1 | | | |
| Trindade e Tobago | 7 | 3 | 4 | 2 | | 2 |
| Tunísia | 203 | 121 | 82 | 22 | 13 | 9 |
| Turquemenistão | 5 | 2 | 3 | | | |
| Turquia | 696 | 347 | 349 | 71 | 29 | 42 |
| Ucrânia | 34.490 | 16.700 | 17.790 | 1.240 | 568 | 672 |
| Uganda | 25 | 14 | 11 | 5 | 4 | 1 |
| Uruguai | 127 | 63 | 64 | 20 | 11 | 9 |
| Uzbequistão | 968 | 538 | 430 | 58 | 25 | 33 |
| Vanuatu | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| Venezuela | 2.356 | 970 | 1.386 | 453 | 179 | 274 |
| Vietname | 124 | 53 | 71 | 68 | 32 | 36 |
| Zâmbia | 5 | | 5 | 2 | | 2 |
| Zimbabwe | 37 | 16 | 21 | 7 | 4 | 3 |

Fig 101. População residente por nacionalidade e sexo - 2016.

| País | Entradas de estrangeiros | Entradas de portugueses | | |
|---------------|--------------------------|-------------------------|---|---|
| | | N | Em percentagem das entradas de estrangeiros | Posição relativa nas entradas de estrangeiros |
| Alemanha | 1,751,360 | 8,810 | 0.5 | .. |
| Angola | .. | 3,908 | .. | .. |
| Austrália | 93,335 | 72 | 0.1 | .. |
| Áustria | 158,746 | 561 | 0.4 | .. |
| Bélgica | 149,155 | 3,442 | 2.3 | .. |
| Brasil | 36,868 | 1,294 | 3.5 | 10.º |
| Cabo Verde | .. | .. | .. | .. |
| Canadá | .. | 845 | .. | .. |
| Dinamarca | 90,961 | 656 | 0.7 | .. |
| Espanha | 534,574 | 7,646 | 1.4 | .. |
| EUA | 1,051,031 | 857 | 0.1 | .. |
| França | 235,000 | 18,700 | 8.0 | 1.º |
| Holanda | 199,091 | 1,961 | 1.0 | .. |
| Irlanda | 76,888 | 426 | 0.6 | .. |
| Itália | 280,078 | 354 | 0.1 | .. |
| Luxemburgo | 22,888 | 3,355 | 14.7 | 2.º |
| Macau (China) | 1,447 | 150 | 10.4 | .. |
| Moçambique | .. | 1,439 | .. | .. |
| Noruega | 58,508 | 427 | 0.7 | .. |
| Reino Unido | 824,782 | 30,543 | 3.7 | 7.º |
| Suécia | 163,005 | 380 | 0.2 | .. |
| Suíça | 167,407 | 10,123 | 6.0 | 4.º |
| Venezuela | 287,499 | 532 | 0.2 | .. |

Fig 102. Principais países destino de emigração de Portugal no ano de 2016, segundo os dados da DGACCP.

Todavia, os países com maior taxa de emigração (figura 102) não correspondem aos mesmos países com maior taxa de imigração. Assim, ao observar os dados de emigração totais de Portugal, de 2016, consoante os números apresentados nos relatórios da DGACCP constatamos que:

- Alemanha: 112.430 emigrantes portugueses;
- Austrália: 19.460 emigrantes portugueses;
- Áustria: 2.615 emigrantes portugueses;
- Bélgica: 35.249 emigrantes portugueses;
- Brasil: 142.526 emigrantes portugueses;
- Cabo Verde: 1.520 emigrantes portugueses;
- Canadá: 143.160 emigrantes portugueses;
- Dinamarca: 2.457 emigrantes portugueses;
- Espanha: 100,027 emigrantes portugueses;
- Estados Unidos da América: 148,208 emigrantes portugueses;
- França: 700,201 emigrantes portugueses;
- Holanda: 16,868 emigrantes portugueses;
- Irlanda: 3,866 emigrantes portugueses;
- Itália: 6,305 emigrantes portugueses;
- Luxemburgo: 60,897 emigrantes portugueses;
- China: 2,011 emigrantes portugueses;
- Moçambique: 5.182 emigrantes portugueses;
- Noruega: 3,166 emigrantes portugueses;
- Reino Unido: 131,000 emigrantes portugueses;
- Suécia: 3,775 emigrantes portugueses;
- Suíça: 216,378 emigrantes portugueses;
- Venezuela: 26,245 emigrantes portugueses;

Deste modo, os países representados na visualização de dados de 2016, são, respetivamente: Angola, Cabo Verde, Canadá, China, Guiné, Brasil, Espanha, Reino Unido e Roménia, conseguindo, assim, um equilíbrio entre países com diferentes fluxos, sendo que no recurso a uma aplicação informática para gerar a visualização de dados, poderiam ser representados menos, ou mais, países.

A visualização de dados é apresentada em formato circular, de modo a dar mais uniformidade, é referente aos dados de emigração e imigração em Portugal de 2016 (valores totais por países).

Tendo os pontos de cada país no mapa mundo como referência, foi possível criar uma dinâmica interligada com a área de cada país, diversificando no dimensionamento que cada país ocupa. A ligação e a noção ao espaço territorial de cada país é importante, de modo a perceber a sua área que, embora não tenha influência nas taxas de migração, é um fator distintivo de cada nação, uma característica singular. De ano para ano, os países com maior, ou menor, taxa de imigração, ou emigração, podem variar, sendo que, na sua representação anual, poderia haver a mudança representativa de um determinado país, assim como a sua área a ocupar no gráfico.

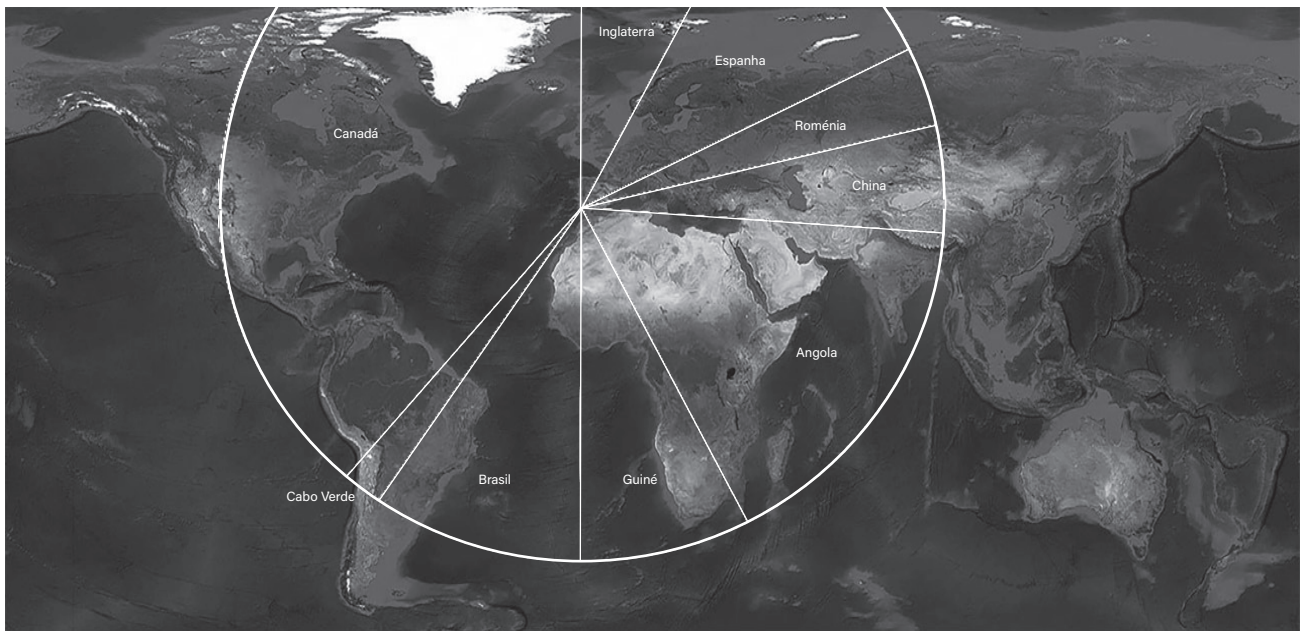


Fig 103. Delineamento das áreas dos respetivos países a representar.

Dentro da área referente a cada país, as linhas são formadas do ponto mínimo ao ponto máximo da percentagem de imigrantes do país em Portugal e de emigrantes portugueses nesse mesmo país. Os pontos dos valores máximos e mínimos de cada país interligam com os mesmos pontos dos países da área posterior e subsequente, criando, desta forma, uma composição mais dinâmica, na qual se pode observar variações (fig. 104).

Nesta proposta, o sistema de representação de cores (complementares) das variações numéricas, correspondem da seguinte forma: a cor azul, aos países onde a taxa de emigração é mais elevada, ou seja, mais portugueses se deslocam para esse país, enquanto que as áreas representadas pela cor laranja são referentes a países em que o número de imigrantes em Portugal é superior ao número de portugueses a emigrar para esse mesmo país.

Tendo essa base, as percentagens mais elevadas do gráfico na área do país correspondente, à cor azul, traduz-se na taxa de emigrantes para esse país, e a sua taxa mais baixa ao número de imigrantes desse respetivo país para Portugal. Os de cor laranja, o seu inverso, a maior taxa da área representativa do país é referente ao número de imigrantes oriundos do mesmo para Portugal e a sua taxa mais baixa, o número de Portugueses emigrantes nesse país.

Como se pode observar na figura 102, a variação é notória, sendo que, como exemplo, a taxa de portugueses a emigrar para o Canadá é bastante elevada comparada com a vinda de canadianos para Portugal. No entanto, essas percentagens são mínimas comparadas com os números de brasileiros. Atualmente existem 81 mil brasileiros em Portugal e apenas entraram no seu país 1.294 portugueses no ano de 2016.

Já a Espanha conta com uma entrada de 7.646 portugueses no mesmo ano, sendo que o número de espanhóis imigrados em Portugal ronda os 11.133.

A proposta onde as linhas representam os fluxos migratórios atuais nacionais, cria uma proposta harmoniosa, da integração de diversas nações e as percentagens em cada país, de modo a que se obtenha uma perceção dos fluxos migratórios.

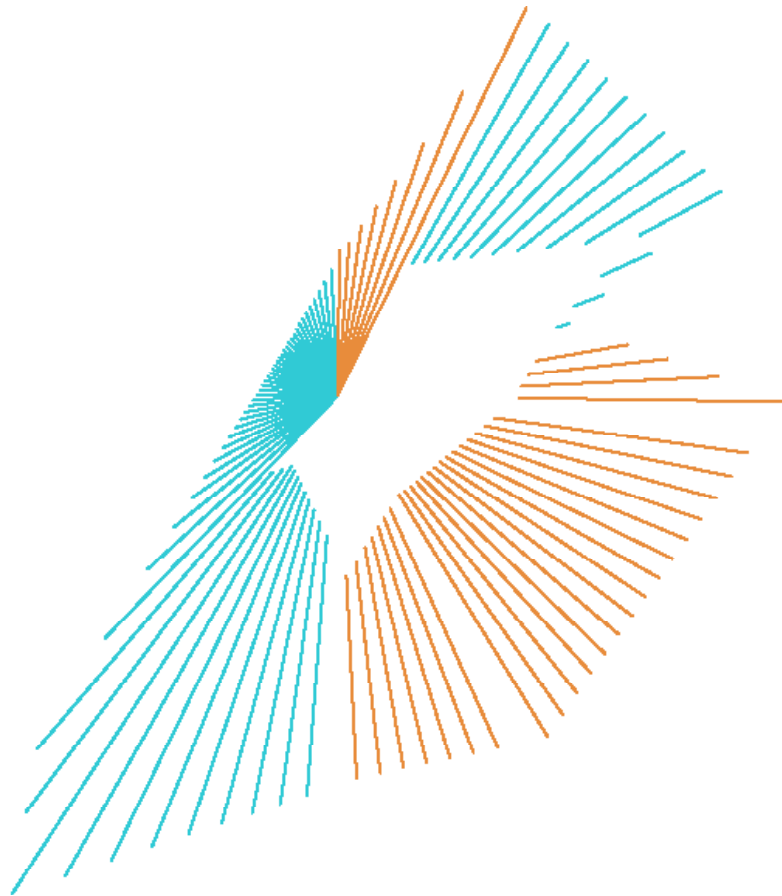


Fig 104. Visualização de dados eferente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016.

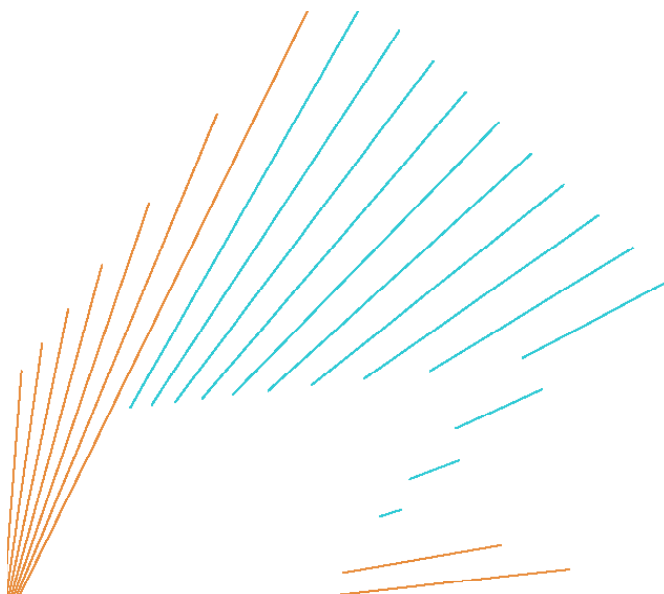


Fig 105. Visualização de dados referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016.

No Borders

Generative stamp: Visualização de dados
RIFA e DGACCP, 2016.

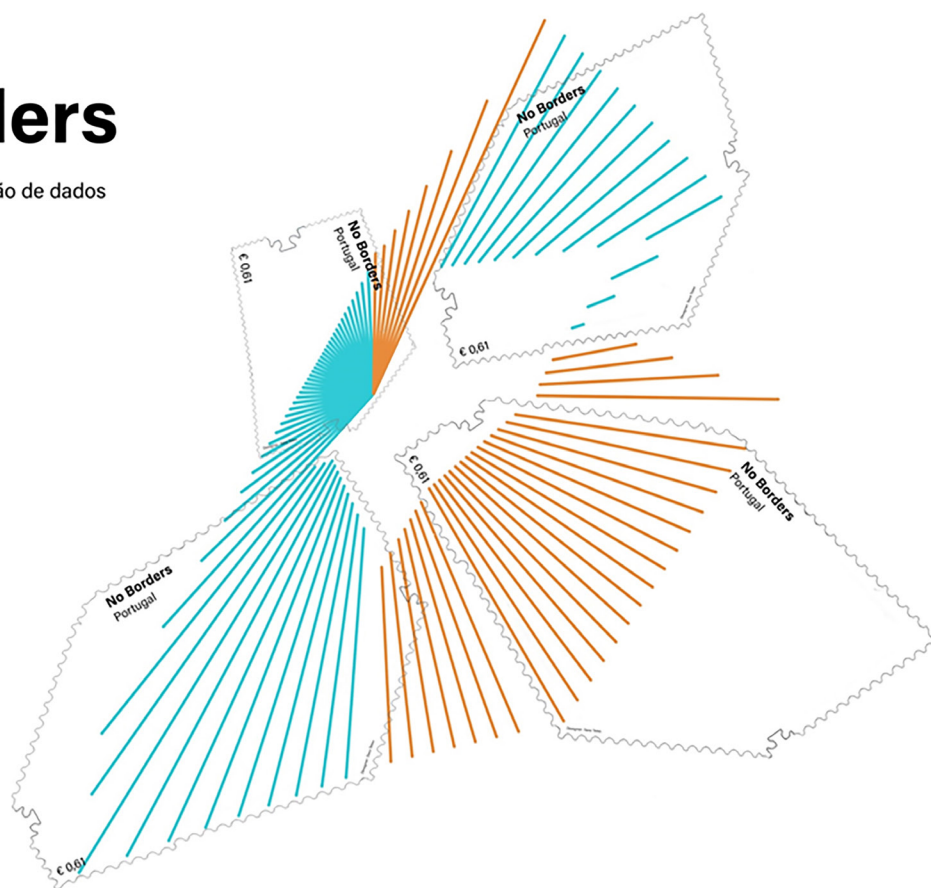


Fig 106. Proposta dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

Nesta segunda versão, de modo a elaborar um selo mais objetivo e conciso, desenvolveu-se uma nova proposta, igualmente anual, as percentagens da imigração, referente ao ano de 2016, se encontram representadas pela escala, ou seja, quanto maior a percentagem de imigração, maior o corpo de letra.

Nesta proposta, o formato do selo funciona como um contentor onde se encontram as diversas comunidades imigrantes em Portugal, sendo uma metáfora do território português.

No seu design, encontram-se tipografadas as diferentes línguas representativas da comunidade de cada país. Os valores representados foram definidos com base no número total de imigrantes de cada país, destacando-se aqueles cuja percentagem de imigrantes em Portugal é mais elevada. A versão policromática corresponde às cores mais representativas da bandeira do respetivo país.

A percentagem total de imigrantes em Portugal é, representada pela composição tipográfica de expressões de cada língua nativa, recorrendo ao tipo de letra Acumin.

À semelhança da primeira proposta, o selo seria dinâmico, uma vez que a sua representação varia consoante a taxa de imigração anual. Porém, de modo a evitar séries semelhantes de ano para ano – caso não haja diferenças significativas de valores anuais - a sua composição seria generativa, onde o posicionamento das palavras no bloco de selos teria um comportamento aleatório, tornando cada selo único.



Fig 107. Selo tipográfico referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016 - versão monocromática.



Fig 108. Selo tipográfico referente aos dados de imigração e emigração de Portugal em 2016 - Versão pol :romática.

De modo a explorar outros modos de representação, desenvolveu-se uma terceira visualização de dados, onde a representação da percentagem de imigrantes em Portugal é feita com base na área de um polígono de seis lados. Os vários polígonos correspondentes a cada comunidade são justapostos lado a lado, de modo a formar uma malha de hexágonos irregulares de lados adjacentes.

Na sua representação, os países encontram-se identificados pelas suas siglas, que se traduzem nas seguintes:

BR - Brasil, com 81.251 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 20.4% dos imigrantes em Portugal em 2016;

CV - Cabo Verde, com 36.578 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 9.2% dos imigrantes em Portugal em 2016;

UA - Ucrânia, com 34.490 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 8.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

RO - Roménia, com 30.429 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 7.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

CN - China, com 22.503 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 5.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

GB - Grã-Bretanha, com 19.384 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 4.9% dos imigrantes em Portugal em 2016;

ANG - Angola, com 16.994 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 4.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

GW - Guiné Bissau, com 15.653 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 3.9% dos imigrantes em Portugal em 2016;

FR - França, com 11.293 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 2.8% dos imigrantes em Portugal em 2016;

E - Espanha, com 11.133 mil de imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 2.8% dos imigrantes em Portugal em 2016;

D - Alemanha, com 10.030 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 2.5% dos imigrantes em Portugal em 2016;

STP - São Tomé e Príncipe, com 8.968 mil de imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 2.2% dos imigrantes em Portugal em 2016;

I - Itália, com 8.523 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 2.1% dos imigrantes em Portugal em 2016;

IND - Índia, com 7.244 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.8% dos imigrantes em Portugal em 2016;

BG - Bulgária, com 7.019 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

ND - Holanda, com 6.840 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

MD - Moldávia, com 6.125 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.5% dos imigrantes em Portugal em 2016;

NEP - Nepal, com 5.835 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.4% dos imigrantes em Portugal em 2016;

RUS - Rússia - com 4.283 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 1.0% dos imigrantes em Portugal em 2016;

PAK - Paquistão - com 3.175 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

B - Bélgica, com 2.853 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

MOC - Moçambique - com 2.848 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

BD - Bangladesh - com 2.799 mil de imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.7% dos imigrantes em Portugal em 2016;

USA - Estados Unidos, com 2.705 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.6% dos imigrantes em Portugal em 2016;

S - Suécia, com 2.633 mil de imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.6% dos imigrantes em Portugal em 2016;

YV - Venezuela - com 2.356 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.5% dos imigrantes em Portugal em 2016;

MA - Marrocos - com 1.576 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

PL - Polónia - com 1.576 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

CH - Suíça - com 1.557 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

T - Tailândia - com 1.475 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

SN - Senegal - com 1.356 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.3% dos imigrantes em Portugal em 2016;

IRL - Irlanda - com 1.031 mil imigrantes, correspondendo a uma percentagem de 0.2% dos imigrantes em Portugal em 2016;

A sua forma orgânica alude a uma molécula, interligando diferentes nações e formando uma comunidade geral.

O selo cumpre a sua função como meio de comunicação, transmitindo a informação relativa às comunidades de maior percentagem presentes em Portugal. Na conceção da representação de cada comunidade, as mesmas traduzem-se num hexágono, em que a sua composição na malha é gerada de forma aleatória, alusiva à uniformidade e inclusão, sendo que a dimensão respetiva de cada país é representada consoante a sua percentagem de imigrantes em Portugal. Adicionalmente, de modo a identificar os países, os mesmos são representados pelas suas siglas a nível mundial, utilizando a fonte tipográfica, Acumin Variable. As siglas variam igualmente em termos de dimensão e espessura, consoante a respetiva percentagem.

O título do mesmo, *No Borders* (presente igualmente na versão anterior), foi inspirado na palestra da Experimenta Design de 2017, na qual Arjur Appadurai discursou sobre as diferentes comunidades e as diferentes dimensões da globalização, como já anteriormente referido. O título remete para a alusão a uma comunidade unânime, em que cada país está presente em outros, seja em pequena, ou em grande percentagem.

Este é um selo versátil, uma vez que o seu conceito pode ser estendido a outros países, de modo a representar as suas comunidades.

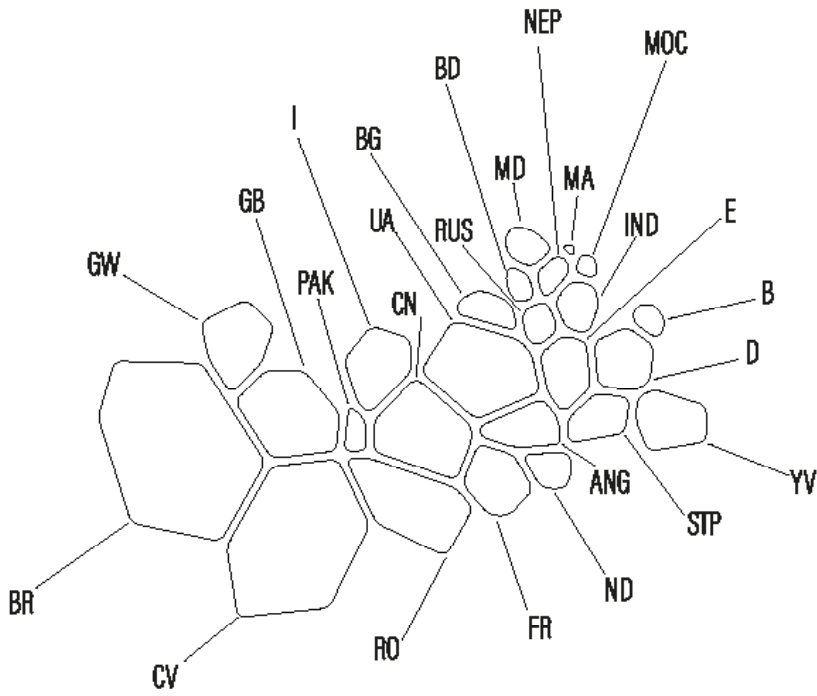
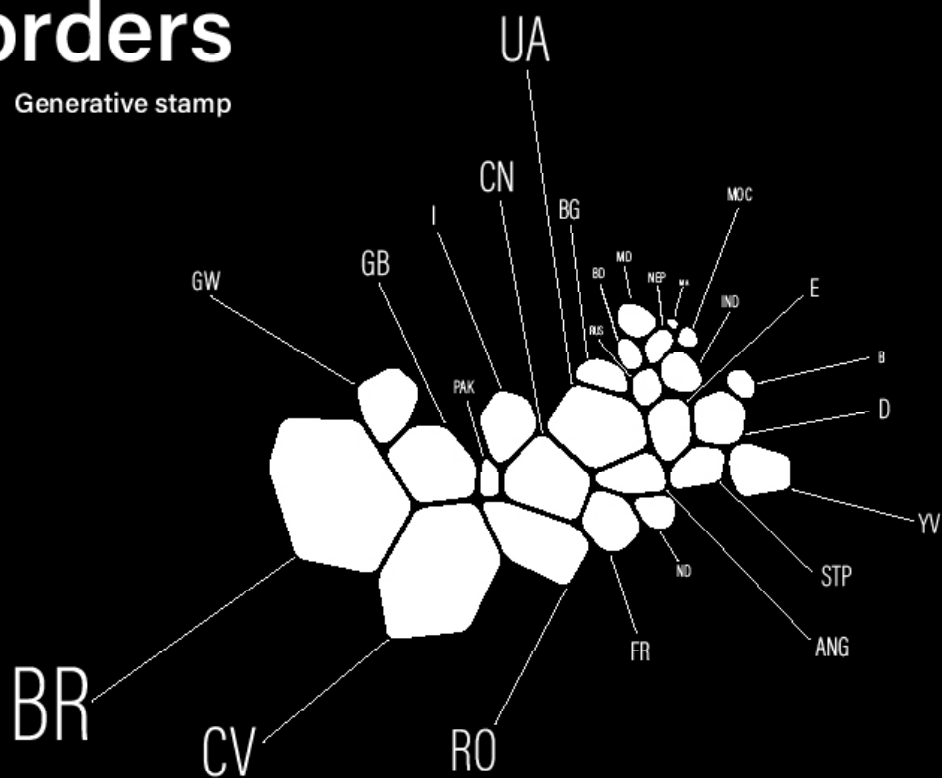


Fig 109. Estudo do selo molecular referente aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

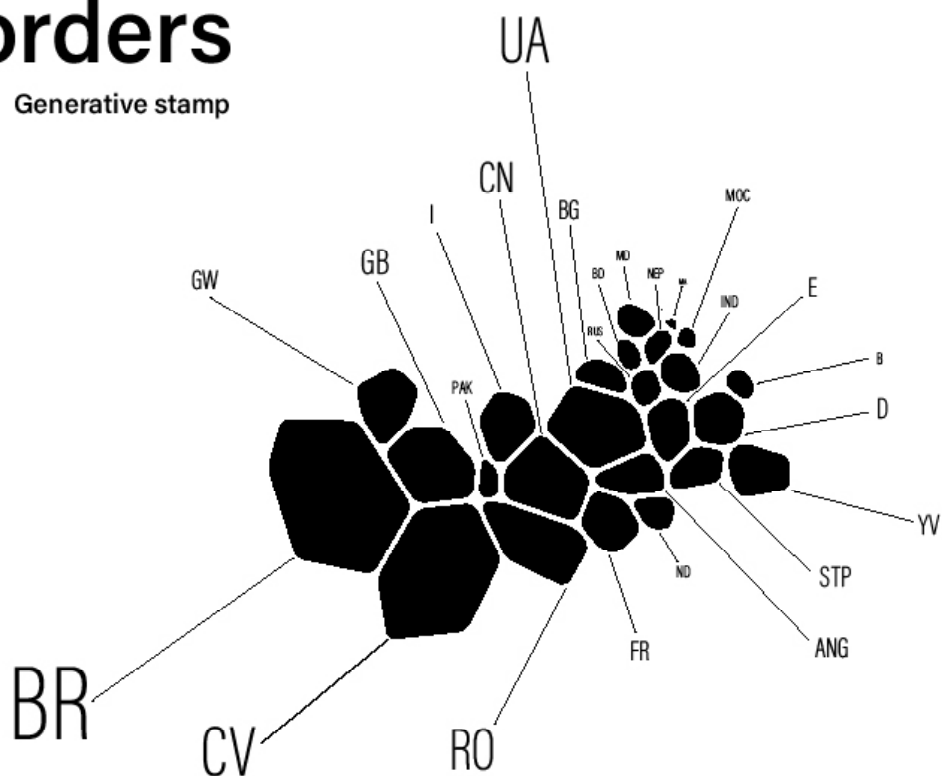
No Borders

Generative stamp



No Borders

Generative stamp



Figs 110 e 111. Propostas monocromáticas dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

7.4. Composição do selo

Dentro das três versões apresentadas, a proposta final baseou-se na terceira versão.

Como suporte para este bloco de selos, procurou-se ter em consideração soluções ecológicas.

A questão ambiental é um problema mundial atual, pois a poluição do meio ambiente é prejudicial a todas as formas de vida. Este parâmetro é relevante para a própria sociedade na medida em que acaba por afetar toda a população.

Tendo esta problemática mundial como base, a criação deste selo procurou igualmente traduzir-se numa solução dentro do ramo filatélico.

A produção de uma primeira emissão em folha de trigo, torna o selo inovador enquanto objeto gráfico filatélico e sustentável, sendo um fator valorizado por colecionadores de selos.

A folha de trigo é um produto de alta qualidade, tão acessível quanto o feito a partir de árvores e que funciona em impressoras comuns.

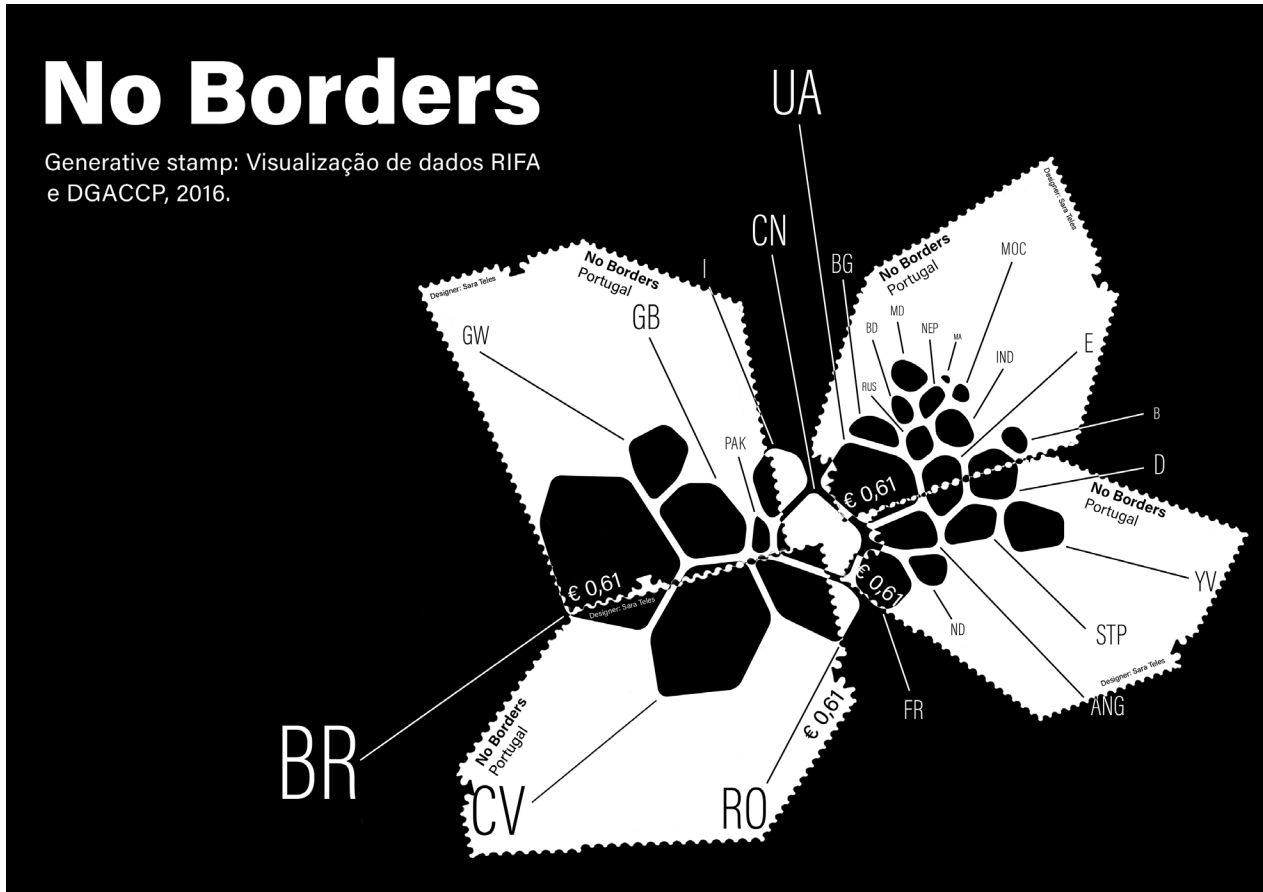
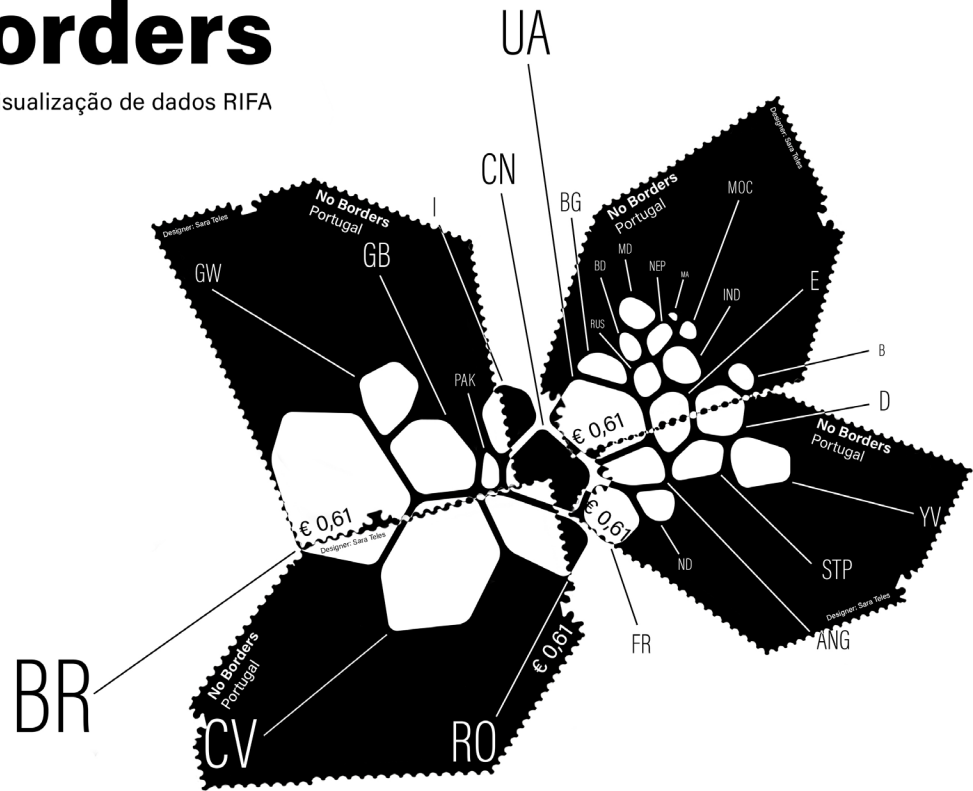
A produção é realizada a partir de 80% de fibra de resíduos de palha de trigo e 20% de fibra de madeira.

Outra inovação, seguindo os padrões da valorização de selos, encontra-se no formato dos próprios selos, em que se procurou criar uma nova forma, nunca antes abordada.

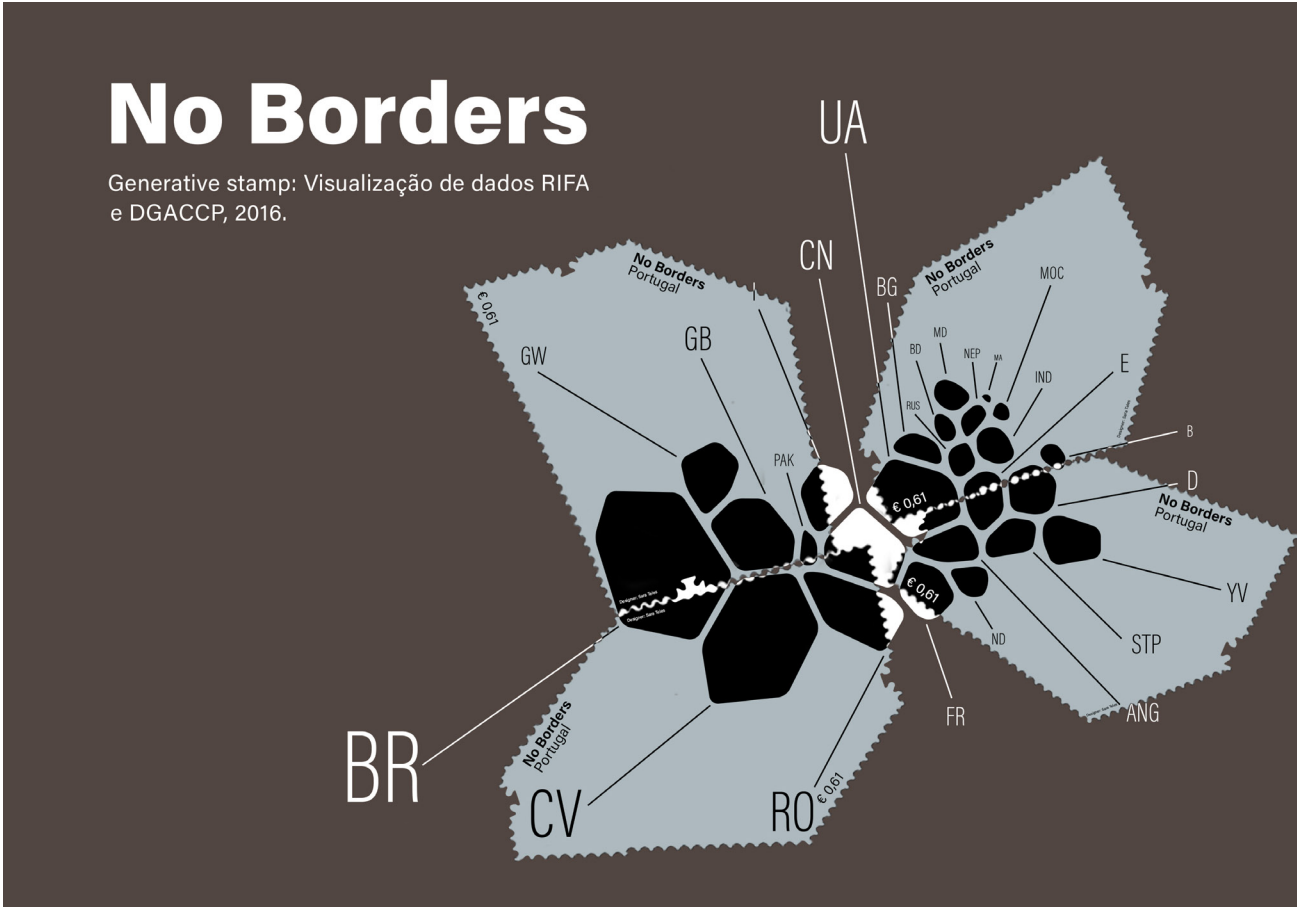
O bloco possui assim uma quadra de selos, onde cada selo é referente a uma determinada área representada no bloco. Podendo picotar-se um selo do fluxo migratório de determinados países. Como exemplo (figura 114, 115, 116, 117 e 118), podemos destacar o selo referente aos países da Grã-Bretanha, Guiné Bissau e Paquistão, como igualmente um selo referente às percentagens dos países de São Tomé e Príncipe, Venezuela e Holanda, entre os demais.

No Borders

Generative stamp: Visualização de dados RIFA e DGACCP, 2016.



Figs 112 e 113. Propostas monocromáticas dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.



Figs 114. Proposta policromática dos selos referentes aos dados de imigração em Portugal, no ano de 2016.

7.5. Produção gráfica

Outros aspetos a ter em consideração para a criação do bloco e respetivos selos são os métodos de produção gráfica.

Como já anteriormente mencionado a representação das áreas de cada comunidade é uma variável, baseada na percentagem de imigrantes em Portugal. Sendo um selo mutável, e em que a posição dos hexágonos na malha é gerada de forma aleatória, o mesmo é considerado generativo.

Design Generativo é um método no qual o resultado – imagem, modelo, som etc – é gerado por um algoritmo, usando geralmente um programa de computador. Várias editoras usaram este método na criação de capas de livros, como o caso da Faber Finds, que através de um algoritmo gera capas personalizadas de várias obras literárias fora de circulação, impressas em impressão digital (print on demand). Assim, o selo além de variar anualmente, de acordo com as atualizações das bases de dados, varia aleatoriamente, tornando cada exemplar único.

A introdução da programação no processo criativo de produções de design gráfico veio expandir as possibilidades criativas. Neste caso dos objetos físicos gráficos, o programa irá tornar cada selo diferente do próximo a ser impresso, fazendo com que uma impressão posterior de selos não seja igual à precedente.

De acordo com os métodos de impressão dos CTT, desde o momento da realização do design do selo até ao momento de impressão, poderá haver a necessidade de redimensionar a imagem, de forma a preencher na totalidade o espaço reservado à mesma.

A maioria das impressões são realizadas na Casa da Moeda, com impressoras Giebler, as máquinas que recebem os ficheiros condicionantes do material e do processo. No entanto, há variáveis que incluem impressões no estrangeiro, sendo que, nos últimos dois anos, todas as impressões efetuadas têm sido em offset (INCM 2007). Os locais de impressão no estrangeiro situam-se em Heidelberg, na Alemanha, na empresa BPOST; na Bélgica, que utiliza impressoras ROLAND 704 3B P 2/2 e na empresa francesa Cartor, que utiliza nas suas impressões as impressoras Speedmaster XL 75.

Em relação ao papel usado pelos CTT na impressão de selos, este normalmente é o papel certificado FSC, com características fosforescentes¹ e fluorescentes², contendo filigranas, para garantir a autenticidade do selo, sendo gomados no seu verso.

Também é possível a impressão de selos personalizados requeridos por utentes nos CTT, em *print on demand*, não sendo, no entanto, selos oficiais de catálogo, mas que podem, igualmente, ser usados para troca de correspondência, uma vez que possuem valor facial. Estes podem ser impressos em folhas de doze ou vinte e cinco selos iguais, todos com orientação vertical, ou horizontal, em que a mancha útil pode ir até à margem do selo.

1 Fenómeno geral denominado de luminescência, sendo um tipo de fotoluminescência relacionado à capacidade que uma espécie química tem de emitir luz.

2 Fenómeno pelo qual uma substância emite luz quando exposta a radiações do tipo ultravioleta, raios catódicos ou raios X, que são absorvidas e se transformam em luz visível.

Nesta proposta de bloco de selos, a realização do mesmo recorreria a um software que gerasse representações visuais a partir das bases de dados Pordata, RIFA e DGACCP, de acordo com o comportamento descrito na maquetes apresentadas. Seguidamente, a reprodução seria feita por método de impressão digital - *print on demand*.

7.6. Conclusões do projeto prático

Relativamente ao trabalho prático, para identificação da área correspondente a cada comunidade, recorreu-se à tipografia.

A representação semelhante a uma molécula, traduz a união de diferentes nações como um único órgão, como comunidades que não estão fixas a fronteiras nacionais.

A implementação do selo dinâmico passaria pelo desenvolvimento de uma aplicação informática, que se iria traduzir num selo que se adapta às mudanças migratórias do mundo moderno, conforme as percentagens de imigração de diversas nações num determinado território delimitado pelas suas fronteiras terrestres.

Diversas comunidades, baseadas nos mais variados conceitos, são representadas e agrupadas de modo a estabelecer uma ligação de uniformidade, pondo em questão as noções de nacionalismo e o seu desenvolvimento enquanto entidade.

O principal ponto de inovação neste bloco de selos foi a temática, onde se aborda uma questão atual, enraizada no conceito de nação enquanto comunidade imaginada, nunca explorado no campo filatélico.

Outra vertente inovadora, que engloba o uso de um algoritmo que proporciona a criação de um selo mutável. A visualização de dados, bem como a composição generativa dos hexágonos, permite que a representação visual varie consoante o número de imigrantes em Portugal nesse respetivo ano.

Este conceito, enfatiza as diferentes nacionalidades em Portugal, e o mesmo poderia ser aplicado em emissões nacionais noutros países, que poderiam retratar os países mais representativos no seu território. Assim, seria possível ter a perceção da percentagem de portugueses em diversos países, transmitindo igualmente informação anual da população em relação ao território a uma escala global.

A temática e a conceção do selo como uma visualização de dados dinâmica, não foram as únicas inovações. O material base do selo e o seu formato também foram estudados de forma a criar valor no mercado filatélico, de acordo com os atributos de valorização do selo mencionados no ponto 7.1.

8. Conclusão

A presente investigação procurou, a um primeiro nível mais estrutural desenvolver uma perceção do percurso do selo, desde a sua criação até ao seu destinatário, assim como da sua atual função, num mundo cada vez mais digitalizado.

Procurou-se desta forma identificar um conjunto de acontecimentos históricos, culturais e sociais, que permitem perceber o papel do selo postal enquanto meio de representação gráfica desses acontecimentos. Foram ainda identificados um conjunto de situações excecionais, como casos de estudo dos selos de Angola e dos selos da monarquia do norte, em que o selo foi usado em situações extremas como garante da legitimação de uma certa identidade, geralmente ligada à noção de soberania nacional. A partir deste pressuposto desenvolveu-se uma reflexão sobre as dimensões gráficas dessa capacidade de um objeto de reduzidas dimensões e muitas das vezes efémero, poder conter uma capacidade de representar valores culturais complexos.

Tentou-se ainda refletir sobre o papel do design e sobre as suas possíveis contribuições para formulação de uma mensagem clara que permita atingir o vasto o público alvo, quer sejam utilizadores do selo para correspondência ou para fins de colecionismo. Neste âmbito, e através das entrevistas realizadas, ficou claro que a escolha da temática a representar é um dos aspetos mais relevantes no design de um selo.

Foram ainda identificados os diversos processos que fazem parte da cadeia de produção de um selo. Desde a centragem, passando pela impressão, aplicação do picotado, entre outras. Neste sentido foi igualmente considerado o facto relevante de que qualquer anomalia que possa ocorrer num destes processos, resultando em versões com defeitos, pode constituir um fator de desvalorização ou valorização do selo, no contexto dos seus regimes de valor.

Por último, esta investigação dedicou-se à identificação e sistematização dos requisitos de valorização do selo, através de vários casos de estudo, o que permitiu perceber e realçar aqueles que especificamente contribuem para a procura de um selo no mundo contemporâneo, nomeadamente a sua dimensão cultural, que abrange a temática representada e o interesse desse mesmo tema à escala nacional e internacional; o fator criativo, que engloba o formato do selo e o material em que o mesmo é impresso; os espécimes existentes, que podem à priori ser controlados consoante o número de selos emitidos; e obviamente, os erros de impressão, que caso ocorram, o valor dessas unidades será mais elevado que os restantes selos da mesma emissão, como comprovado no ponto dos selos mais raros.

Todo o trabalho de levantamento desenvolvido teve como objetivo a identificação de um dispositivo gráfico de análise dos elementos de valorização de um selo que poderiam ser aplicados, de forma inspiradora, à realização de um novo bloco. Sendo a temática um dos aspetos mais importantes identificados nesse dispositivo, procedeu-se a uma reflexão sobre o lugar do selo na sociedade contemporânea tendo em conta fatores como a globalização e o movimento de comunidades

à escala global, atravessando fronteiras e criando novas comunidades. Assim procurou-se que a proposta de selo final fosse ela própria dinâmica e representasse o atravessamento de fronteiras, utilizando como título a expressão de Arjun Appadurai: No Borders. De alguma forma foram também as próprias fronteiras tradicionais da concepção de um selo que se procurou ultrapassar, utilizando como recurso uma aplicação gráfica de atributos de valorização filatélica.

O projeto foi concluído com entusiasmo, e a investigação pretende ser um contributo para a concepção de selos postais a desenvolver no âmbito do design de comunicação filatélico.

Como consideração final, prende-se a questão de se a utilização do selo postal será preservada. Segundo a investigação, podemos afirmar que o selo é um objeto ainda em uso que contribui para a afirmação de países e de comunidades, sendo ainda bastante valorizado entre as demais. Sendo igualmente um objeto de coleção, a sua procura continua bastante ativa, contrariando assim, o ideal de que o selo se está a tornar um objeto em desuso.

9. Referências Bibliográficas

Afinsa - Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa. (2011). *Catálogo de selos postais e marcas pré-adesivas* (27ª edição., Vol. 1-2). Lisboa: Afinsa.

Afinsa - Instituto de Expertização da Filatelia Portuguesa. (2013). *Selos postais e marcas pré-adesivas - Portugal, Açores, Madeira 2000-2013* (29ª edição). Lisboa: Afinsa.

Andacht, F. (2002). *L'imaginaire d'un petit pays : Approche sémiotique de l'identité sociale à travers des timbres-poste* (Número 2., Vol. 30).

Disponível em: id.erudit.org/iderudit/006727ar

Último acesso a: 11 de Junho, 2017.

França, J. (1974). *A Arte em Portugal no Século XX: 1911-1961*. Lisboa: Bertrand Editora.

Anderson, B. (1983). *Comunidades Imaginadas*. London: New Edition.

Appadurai, A. (1999). *Introduction: commodities and the politics of value. The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Associação Filatélica e Numismática de Santa Catarina. (Março, 2009). *Boletim informativo N° 59*. AFSC.

Barron, J. The New York Times. (6 de Setembro de 2018). *An inverted Jenny surfaces*.

Disponível em:

<https://www.nytimes.com/2018/09/06/nyregion/inverted-jenny-stamp.html>

Último acesso a: 15 de Maio, 2017.

Baudrillard, J. (1968). *O sistema dos objectos*. Perspectiva S.A. (s.I).

Belam, M. The Guardian. (29 de Dezembro de 2017). *North Korean stamps commemorate Hwasong-15 missile launch*.

Disponível em:

<https://www.theguardian.com/world/2017/dec/29/north-korean-stamps-commemorate-hwasong-15-missile-launch>

Último acesso a: 7 de Fevereiro, 2018.

Benjamin, W. (1988). *The Collector*. England: Harvard University.

Cardoso, E. (1984). *A Filatelia temática - História, aspectos e regras*. Lisboa: Edição de autor.

- Cardoso, E. (1985). *Noções Elementares de Filatelia*. F.A.O.J.
- Cardoso, E. (1993). *A Maximafile na Actualidade*. Lisboa: Edição de autor.
- Carmo, N. (2011). *Design de série de selos: Espécies Cinegéticas de Portugal*. Universidade Técnica de Lisboa.
- Child, Jack. (2005). *The Politics and Semiotics of the Smallest Icons of Popular Culture: Latin American Postage Stamps*. University of Texas Press.
- Coleção de selos digital. Disponível em: <http://sarateles.blogs.sapo.pt/>
Último acesso a: 29 de Março, 2018.
- Costa, L. (2012). *Lígia Duro, capas de livro através de programação*.
Disponível em:
<http://p3.publico.pt/cultura/livros/3726/ligia-duro-capas-de-livro-atraves-de-programacao>
Último acesso a: 9 de Dezembro, 2018.
- CTT. *Condições gerais de utilização do produto meuselo*.
Disponível em:
<https://www.ctt.pt/loja-online/condicoes-gerais-meuselo.html?com.dotmarketing.htmlpage.language=3>
Último acesso a: 5 de Março, 2017.
- Diário de Notícias. (25 de Setembro de 2010). *Obras inéditas do “modernista esquecido” Abel Manta*.
Disponível em:
<https://www.dn.pt/artes/artes-plasticas/interior/obras-ineditas-do-modernista-esquecido-abel-manta--1671067.html>
Último acesso a: 17 de Setembro, 2018.
- Diário de Notícias. (31 de Dezembro de 2017). *Selos: de prova de pagamento a objeto de culto*.
Disponível em:
<https://www.dn.pt/artes/interior/selos-de-prova-de-pagamento-a-objeto-de-culto-9016699.html>
Último acesso a: 11 de Abril, 2017.
- Diretor de filatelia dos CTT para o Diário de notícias. (31 de Dezembro de 2017). *Selos: de prova de pagamento a objeto de culto*.
Disponível em:
<https://www.dn.pt/artes/interior/selos-de-prova-de-pagamento-a-objeto-de-culto-9016699.html>
Último acesso a: 2 de Julho, 2018.

Dozois, M. The New York Times. (24 Julho de 2016). *What You Collect: The Ordinary and the Odd*.

Disponível em:

<https://www.nytimes.com/interactive/2016/07/24/arts/design/the-keeper-collectors-reader-submissions.html>

Último acesso a: 10 de Março, 2018.

Enciclopédia Einaudi. (1984). *Memória-História* (Vol. 1). Imprensa Nacional - Casa da Moeda.

Eskilson, S. (2007). *Graphic Design, A New History*. (s.l.), (s.n.).

Experimentadesign.

Disponível em: <http://www.experimentadesign.pt/e/pt/0100.html>

Último acesso a: 15 de Janeiro, 2019.

Ferreira, L. (2006). *Um certo olhar pela filatelia*. (s.l.): Edições Húmus.

Gavin. (2008). *Faber Finds generative book covers*.

Disponível em:

<http://blog.fabric.ch/index.php?/archives/62-Faber-Finds-generative-book-covers.html>

Último acesso a: 12 de Janeiro, 2019.

Jorge, M. (2013). *A evolução na dimensão gráfica e funcional do Selo Postal Português*. IPL.

Kehoe, S. (2016). *The Stamp of a Nation: Images of Tibetan Postal Stamps, Then and Now*.

Disponível em:

<https://seaghkehoe.com/2016/11/19/the-stamp-of-a-nation-images-of-tibetan-postal-stamps/>

Último acesso a: 18 de Novembro, 2018.

Kopytoff, I. (1999). *The cultural biography of things*. In a. Appadurai (Ed.) *The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lehmann, R. (2018). *10 países onde a filatelia é mais lucrativa que a Bolsa*.

Disponível em:

<https://forbes.uol.com.br/listas/2018/06/10-paises-onde-a-filatelia-e-mais-lucrativa-que-a-bolsa/>

Último acesso a: 12 de Agosto, 2018.

Lobo, P. Revista de História da Arte. (16 de Junho 2015). *Almada Negreiros and Maritime stations: the portrait of Portugal that the dictatorship wanted to erase* (N.º2., Série W). Instituto de História da Arte. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

Disponível em: https://issuu.com/ihafcshunl/docs/rhaw_1parte__1-250_

Último acesso a: 15 de Julho, 2017.

Lobo, P. Revista de História da Arte. (16 de Junho 2015). *Almada Negreiros and Maritime stations: the portrait of Portugal that the dictatorship wanted to erase* (Número 2., Série W). Instituto de História da Arte. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

Disponível em: https://issuu.com/ihafcshunl/docs/rhaw2_2_parte__250-503_

Último acesso a: 15 de Julho, 2018.

McCauley, J. Creativebloq. (2018). *Savage Brexit stamps are the best of British*.

Disponível em:

<https://www.creativebloq.com/news/poke-readers-address-royal-mails-lack-of-brexite-stamps>

Último acesso a: 3 de Julho, 2018.

Michels, K., & Schoell-Glass, C. (2002). *Aby Warburg et les timbres en tant que document culturel, Sémiologie et herméneutique du timbre-poste* (Número 2., Vol. 30).

Disponível em: URI : id.erudit.org/iderudit/006734ar DOI : 10.7202/006734ar

Último acesso a: 29 de Junho, 2017.

Neyrat, F. Público. (2018). *O asteróide somos nós*.

Disponível em:

<https://www.publico.pt/2018/08/08/culturaipsilon/entrevista/elementos-para-uma-nova-ecologia-politica-1840351>

Último acesso a: 1 de Janeiro de 2019.

Mário Paiva. (2015). *Espécies Ameaçadas e Património Mundial*.

Disponível em: <https://o-filatelista.blogspot.pt/2015/07/>

Último acesso a: 2 de Abril, 2017.

Owen, W. (2002). *Mapping: An Illustrated Guide to Graphic Navigational Systems*. (s.l): (s.n).

Pereira, P, presidente da Federação Portuguesa de Filatelia. (05.12.2015). *Mercado da Filatelia “continua bastante ativo”*

Disponível em:

<http://www.tsf.pt/sociedade/interior/mercado-da-filatelia-continua-bastante-ativo-4916906.html>

Último acesso a: 15 de Julho, 2018.

Price, E. BBC (12 de Dezembro de 2017). *Postage stamp to mark UK leaving EU: Whittle and Todd*.

Disponível em:

<http://www.bbc.com/news/av/uk-politics-42328884/postage-stamp-to-mark-uk-leaving-eu-whittle-and-todd>

Último acesso a: 16 de Dezembro, 2017.

Royal Mail, Game of Thrones.

Disponível em:

<http://shop.royalmail.com/issue-by-issue/game-of-thrones/icat/gameofthrones>

Último acesso a: 6 de Setembro, 2018.

Royal Mail, Star Wars.

Disponível em:

<http://shop.royalmail.com/issue-by-issue/star-wars/icat/starwars>

Último acesso a: 6 de Setembro, 2018.

Sanlez, A. Dinheiro Vivo. (2017). *Investimento em selos cai 60% em dez anos*.

Disponível em:

<https://www.dinheirovivo.pt/poupanca/investimento-em-selos-cai-60-em-dez-anos/>

Último acesso a: 8 de Agosto, 2018.

Santander. (2017). *Colecionar nunca passou de moda*.

Disponível em:

<http://conteudos.xl.pt/mypopular/colecionar-nunca-passou-de-moda/>

Último acesso a: 10 de Outubro, 2018.

Schmitz, H. (2016). *Postage Stamp Design* (1ª edição). Niggli: Zurich. Heidelberg.

Disponível em:

<https://www.speedmastergetinspired.com/franca-cartor-security-printing/?lang=pt-br>

Último acesso a: 19 de Setembro, 2018.

Scott, D. (1995). *European Stamp Design: A semiotic approach to designing messages*. Great Britain: Academy Editions Ltd.

Scott, D. (2002). *Présentation: Sémiologie et herméneutique du timbre-poste Sémiologie et herméneutique du timbre-poste* (Número 2., Vol. 30).

Disponível em: id.erudit.org/iderudit/006726ar

Último acesso a: 27 de Junho, 2017.

Shan, S. (25 de Agosto de 2016). *China, Hong Kong and Vietnam boycott stamp collecting exhibition in Taipei*.

Disponível em:

<http://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2016/08/25/2003653824>

Último acesso a: 12 de Julho, 2018.

Sotheby's. (2014). *The World's Most Famous Stamp*.

Disponível em:

<https://www.sothebys.com/en/videos/the-worlds-most-famous-stamp>

Último acesso a: 9 de Maio, 2017.

Sousa, I. (2010). *CTT - Aqui há selo ecológico*.

Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/686618/ctt-aqui-ha-selo>

Último acesso a: 13 de Julho, 2018.

Stampworld.

Disponível em: <https://www.stampworld.com/pt/>

Último acesso a: 16 de Março, 2019.

Stanleygibbons.

Disponível em: <https://www.stanleygibbons.com/>

Último acesso a: 16 de Março, 2019.

Tosco, U. (1970). *Les timbres-poste* (15ª edição). Paris: Grange Batelière.

Vaillé, E. (1962). *História breve do selo postal*. Editorial Verbo, Lisboa.

Visita Guiada VII, episódio 23. (20.11.2017). *Pintura de Almada Negreiros nas Gares Marítimas de Alcântara e da Rocha Conde de Óbidos*.

Disponível em: <http://www.rtp.pt/play/p3373/e316947/visita-guiada>

Último acesso a: 21 de Novembro, 2017.

WikiHow. *Como Descobrir o Valor de um Selo*.

Disponível em:

<http://pt.m.wikihow.com/Descobrir-o-Valor-de-um-Selo#/Imagem:Find-The-Value-Of-a-Stamp-Step-1.jpg>

Último acesso: 10 de Março, 2017.

9.1. Bibliografia

Agenda de Portugal.

Disponível em: <https://www.viralagenda.com/pt/>

Último acesso: 10 de Março, 2017.

A página da educação. *Exploração do espaço.*

Disponível em: <http://www.apagina.pt/?aba=7&cat=172&doc=13154&mid=2>

Último acesso: 6 de Maio, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *La formación cultural del diseñador.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_formacion_cultural_del_disenador

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *Diseño e innovación.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/disenoe_innovacion

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *Diseño, innovación y consumo simbólico.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/disenoinnovacion_y_consumo_simbolico

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *El símbolo de una comunidad.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_simbolo_de_una_comunidad

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *La función social del diseño: realidad y utopía.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_funcion_social_del_diseno_realidad_y_utopia

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Archivo de Norberto Chaves. *Más sobre la marca-país.*

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/mas_sobre_la_marca_pais

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Arquivo de Norberto Chaves. *El poder de la marca en la cultura*.

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_poder_de_la_marca_en_la_cultura

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Arquivo de Norberto Chaves. *Marca gráfica de destino turístico*.

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/marca_grafica_de_destino_turistico

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Arquivo de Norberto Chaves. *La disolución del sujeto y una posible recuperación cultural*.

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/la_disolucion_del_sujeto_y_una_posible_recuperacion_cultural

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Arquivo de Norberto Chaves. *Marca cromática y semántica del color*.

Disponível em:

http://www.norbertochaves.com/articulos/texto/marca_cromatica_y_semantica_del_color

Último acesso: 21 de Julho, 2017.

Árvores Vivas. (2007). *Selo de cortiça em Portugal*.

Disponível em:

<https://arvoresvivas.wordpress.com/2007/12/20/selo-de-cortica-em-portugal/>

Último acesso: 20 de Novembro, 2018.

Azevedo, V. Jornal Expresso. (01.12.2016). *Portugal prepara criação de agência espacial e investe mais €30 milhões na ESA*.

Disponível em:

<http://expresso.sapo.pt/sociedade/2016-12-01-Portugal-prepara-criacao-de-agencia-espacial-e-investe-mais-30-milhoes-na-ESA>

Último acesso: 7 de Abril, 2017.

Barata, J. (1953). *100 anos do selo do correio português 1853-1953*.

Disponível em:

<http://www.tribop.pt/MBx/Selos/Cem%20anos%20de%20selos%20postais.pdf>

Último acesso: 15 de Dezembro, 2016.

Barbosa, C. (2004). *Manual prático de produção gráfica*. (s.I): Principia.

Bertin, J. (1967). *Semiology of graphics*. (s.I): (s.n).

Branco, M. Sábado. (2019). *Mais de 176 mil estrangeiros pediram nacionalidade portuguesa em 2018*.

Disponível em:

<https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/mais-de-176-mil-estrangeiros-pediram-nacionalidade-portuguesa-em-2018?fbclid=IwAR28VjKZayCyT4LTNw7fjqu1HARyagoHrJK1iGtO5JWyC8Idiz-WObYYg>

Último acesso: 18 de Março, 2019.

Child, J. (2005). *The Politics and Semiotics of the Smallest Icons of Popular Culture: Latin American Postage Stamps* *Latin American Research Review* (Number 1., Vol. 40). (s.I): (s.n).

CTT. *Selos*.

Disponível em:

<https://www.ctt.pt/femce/category.jsp?shopCode=LOJV&categoryCode=3002>

Último acesso: 5 de Dezembro, 2016.

Meirelles, I. (2013). *Design for information*. Rockport.

Ebay. *Space US Stamp Collections and Lots*.

Disponível em:

http://www.ebay.com/sch/Space-US-Stamp-Collections-and-Lots/683/bn_2309416/i.html

Último acesso: 28 de Abril, 2017.

EDBMB. *Crazy errors in philately*.

Disponível em:

<http://www.edbmb.net/stamps/index-2A.php?rubriek=43&PHPSESSID=2b5fc6e7ef035aeffdcefc98d8cd709c#>

Último acesso: 23 de Setembro, 2018.

Fernandes, C. Mundo educação. (s.d). *Nacionalismo*.

Disponível em:

<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/nacionalismo.htm>

Último acesso: 20 de Março, 2017.

História de Portugal. (2011). *D.Maria II*.

Disponível em: <http://www.historiadeportugal.info/d-maria-ii/>

Último acesso: 30 de Dezembro, 2016.

História de Portugal. (2011). *D.Manuel II*.

Disponível em: <http://www.historiadeportugal.info/d-manuel-ii/>

Último acesso: 30 de Dezembro, 2016.

INCM. (2007). *Relatório e contas*. Imprensa Nacional Casa da Moeda. (s.I): (s.n).

Information is beautiful.

Disponível em:

<https://informationisbeautiful.net/visualizations/because-every-country-is-the-best-at-something/>

Último acesso: 5 de Janeiro, 2019.

Kullberg, C. (2006). *Selos de Portugal - Álbum I a XII*. (S.I): Edições Húmus.

Kullberg, C. (2007). *Selos de Portugal - Album A*. Edições Húmus.

Leote, J. (2006). *Os Selos Nativos da Índia Portuguesa - Algumas Considerações*. (s.I): Edições Húmus.

Disponível em:

https://www.fep.up.pt/docentes/cpimenta/lazer/html/ebook/bfd001_p.pdf

Último acesso: 14 de Maio, 2017.

Materiales inteligentes. *Termocrómicos*.

Disponível em: <https://www.inteligentes.org/>

Último acesso: 5 de Junho, 2017.

Mereles, C. Politize. (2017). *Anarquismo: Você conhece essa ideologia?*

Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Anarquismo>

Último acesso: 30 de Maio, 2017.

Minota, K. (s.d). *Termocromismo: Os efeitos da temperatura em pigmentos e corantes*.

Disponível em:

<http://sensing.konicaminolta.com.br/2014/04/termocromismo-os-efeitos-da-temperatura-em-pigmentos-e-corantes/>

Último acesso: 4 de Junho, 2017.

Mundo português. (2018). *CTT ganham prémio de melhor selo do mundo*.

Disponível em:

<https://www.mundoportugues.pt/ctt-ganham-premio-de-melhor-selo-do-mundo/>

Último acesso: 13 de Dezembro, 2018.

Nes, I. (2012). *Dynamic Identities*. Amesterdão: Bis Publishers.

Observador. (25 de Abril de 2016). *Cadernetas digitais? Os cromos querem-se é no papel*.

Disponível em:

<https://observador.pt/2016/04/25/cadernetas-digitais-os-cromos-querem-no-papel/>

Último acesso: 28 de Setembro, 2017.

Observador. (2016). *Veículo espacial com tecnologia portuguesa chega a Marte*.

Disponível em:

<https://observador.pt/2016/10/14/veiculo-espacial-com-tecnologia-portuguesa-chega-a-marte/>

Último acesso: 9 de Abril, 2017.

Oino.site. *Tibethistory*.

Disponível em: <http://oino.site/hashtag/tibethistory>

Último acesso: 16 de Setembro, 2017.

Ollman, B. *Dialectical Marxism*.

Disponível em:

https://www.nyu.edu/projects/ollman/docs/what_is_marxism.php

Último acesso: 24 de Março, 2017.

Pinterest. *Caravelas*.

Disponível em:

[https://www.pinterest.pt/search/pins/?q=caravelas%20portuguesas&rs=typed&term_meta\[\]=caravelas%7Ctyped&term_meta\[\]=portuguesas%7Ctyped](https://www.pinterest.pt/search/pins/?q=caravelas%20portuguesas&rs=typed&term_meta[]=caravelas%7Ctyped&term_meta[]=portuguesas%7Ctyped)

Último acesso: 1 de Março, 2017.

Plataforma de cidadania monárquica. (2013). *Monarquia do nosso tempo*.

Disponível em:

<https://plataformacidadaniamonarquica.wordpress.com/2013/11/13/monarquia-no-nosso-tempo/>

Último acesso: 30 de Dezembro, 2016.

Professora Cássia. (16 de novembro de 2010). *História dos meios de comunicação*.

Disponível em:

<http://historiadosmeiosdecomunicacao.blogspot.pt/2010/11/atividades-propostas.html>

Último acesso: 24 de Janeiro, 2017.

Projectar o futuro. (2017). *Colecionar nunca passou de moda*.

Disponível em:

<http://conteudos.xl.pt/mypopular/colecionar-nunca-passou-de-moda/>

Último acesso: 23 de Julho, 2017.

Público (2014). *O melhor selo do mundo é do designer João Machaco*.

Disponível em:

<https://www.publico.pt/2014/07/04/p3/noticia/o-melhor-selo-do-mundo-e-do-designer-joao-machado-1820711>

Último acesso: 3 de Julho, 2017.

RTP. *O fim do império colonial em África - Independência de Angola.*

Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_de_Independ%C3%Aancia_de_Angola

Último acesso: 16 de Agosto, 2018.

Santos, J. CM. (2017). *Portimão recebe o maior evento filatélico do ano.*

Disponível em:

<http://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/portimao-recebe-o-maior-evento-filatelo-do-ano>

Último acesso: 12 de Fevereiro, 2017.

Santos, J. CM. (2017). *Dia do selo celebra-se em Lisboa.*

Disponível em:

<http://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/dia-do-selo-celebra-se-em-lisboa>

Último acesso: 20 de Dezembro, 2016.

Santos, J. CM. (2017). *Temas para os selos portugueses de 2018.*

Disponível em:

<http://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/os-temas-que-vaio-dar-selo-em-2018>

Último acesso: 23 de Março, 2017.

Selos emitidos com defeitos.

Disponível em:

<http://www.filatelia.carlos-fonseca.com/erros.htm>

Soares, C. (s.d) *Noções de Filatelia Temática.* (s.I): (s.n).

Sousa, T, Jornal Público (2006). *O mundo em 2026.*

Disponível em:

<https://www.publico.pt/espaco-publico/jornal/o-mundo-em-2026-57612>

Último acesso: 8 de Setembro, 2018.

Termos filatelia.

Disponível em: http://www.cfnt.org.br/textos/dic_termos.html

Último acesso: 5 de Dezembro, 2016.

The Collectible Stamps Gallery.

Disponível em: <http://www.collectiblestampsgallery.com>

Último acesso: 25 de Agosto, 2018.

The guardian. (2016). *UK's second most valuable stamp sells for £495,000.*

Disponível em:

<https://www.theguardian.com/money/2016/mar/10/plate-77-penny-red-uk-second-most-valuable-stamp-495000>

Último acesso: 16 de Abril, 2017.

Torres, G. BBC. (18 dezembro 2016). *Por que há uma nova corrida espacial pela conquista da Lua, como na Guerra Fria.*

Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/geral-38318061>

Último acesso: 27 de Abril, 2017.

Viviane Soares. Ekonomista. (2017). *É colecionador de selos? Descubra alguns segredos.*

Disponível em: <http://www.e-konomista.pt/artigo/colecionador-de-selos/>

Último acesso: 19 de Janeiro, 2017.

William Owen. (2002) *Mapping: An Illustrated Guide to Graphic Navigational Systems.* (s.l): (s.n).

(2010). *Originais de selos: 100 da República.* Academy Editions.

10. Anexos

Informações adicionais relativamente às aplicações gráficas

O próprio cliente pode fazer o upload da sua imagem, ou escolher uma imagem da galeria de imagens dos próprios CTT. Posteriormente, o cliente pode autorizar, ou não, que a imagem do selo passe a fazer parte integrante da galeria de imagens do site dos CTT, podendo estes reproduzi-la sob a forma de selo em qualquer ocasião.

O cliente pode, ainda, selecionar o tipo de papel, com as arestas lisas ou picotadas, bem como o escalão de peso desejados, a que corresponderá um determinado valor facial (franquia) que irá figurar nos selos. Este valor facial pode ser personalizado pelo cliente, sendo o valor escolhido uniforme para todos os selos contidos na folha de selos requerida. Os selos personalizados são válidos para efeitos de franquia postal até ao final do ano seguinte ao da respetiva impressão.

A imagem personalizada deve ter o formato JPG, uma resolução mínima de 300 dpi, e uma dimensão máxima de 3 mb (ideal 425 X 285 píxeis para imagem horizontal e 315 X 395 píxeis para imagem vertical). Após carregar a imagem para ser impressa em folhas de selos, esta pode ainda levar alguns ajustamentos de qualidade no dispositivo.

São proibidas imagens que sejam contrárias à lei, à ordem e à moral pública, de qualquer outra condição social ou pessoal, bem como as que constituam publicidade ilícita. O cliente é titular de todos os direitos de propriedade intelectual ou industrial sobre as imagens, textos, logótipos, marcas, nomes comerciais ou quaisquer outros elementos, e em caso de qualquer destes elementos seja objeto de direito pertencente a terceiro, o cliente terá que declarar que possui todas as licenças e autorizações necessárias para a utilização dos mesmos.

A entrega das folhas de selos personalizados, em território nacional, será efetuada pelos CTT no prazo máximo de sete dias úteis a contar da validação das imagens e confirmação do pagamento.

Em caso de alguma queixa relacionada com a impressão de selos personalizada utilizando direitos de terceiros, todas as despesas serão responsabilidade do cliente.¹

¹ CTT. *Condições gerais de utilização do produto meuselo*. Disponível em: <https://www.ctt.pt/loja-online/condicoes-gerais-meuselo.html?com.dotmarketing.htmlpage.language=3>

Entrevista completa a José Brandão (Designer):

- Como descreveria a sua relação com a área filatélica?

“A minha relação com a filatelia é muito antiga, porque eu trabalho com os Correios desde 1978, sendo que, em 1982, fiz os primeiros selos e até agora estimo ter feito mais de 200.

Não há nenhuma área da vida profissional e do conhecimento que garanta estarmos completamente à vontade, sobretudo as áreas de natureza criativa, pois nunca são iguais. Mesmo um cirurgião, que faz sempre a mesma operação, basta só variar a pessoa, para ele ser confrontado com situações que não são exatamente iguais. É muito difícil que as coisas se repitam. Isto para dizer que a filatelia é uma secção que produz também livros, para os colecionadores, e são livros que são vendidos em estações de correio e que estão associados à filatelia, sendo duplamente valorizados por incluírem sempre uma série de selos respeitantes ao tema. A minha relação não é diretamente com a filatelia, mas mais com os Correios e depois, pouco a pouco, foi sendo com a filatelia.

Trabalhei também com a imagem visual dos Correios, que era da minha autoria. Hoje o que existe é uma variação da minha imagem. Foram centenas, ou milhares de euros, que pagaram para quem desenhou a mudança.”

- O que representa o selo para si enquanto designer?

“Não faço realmente uma coleção de selos. Comecei a guardar selos exatamente na época em que comecei a desenhar, há 40 anos, mas depois verifiquei que era uma coisa infinita e que retinha uma grande disponibilidade de tempo. Eu tinha uma assinatura que me permitia receber todos os selos que eram emitidos em Portugal. Mas para lhe dar a importância do selo, existe um filme, “Charade” de 1963, que é referente ao problema de uma enorme fortuna, supunhamos um milhão, que toda a gente cobiça, e que gera disputas. Vem-se a saber que o milhão eram 3 selos. Só para lhe dizer que ponto é que, por vezes, o selo pode ter um desempenho social e económico invulgar, pois podem adquirir valores desproporcionados, sendo só um bocadinho de papel.”

- Qual é a função do selo hoje?

“A filatelia em si vale dinheiro, é uma espécie de pequenas notas que durante anos, e em tempos que não havia tanta facilidade em transferir dinheiro, pois havia poucas pessoas que tivessem cheques (há 50 anos), as pessoas que queriam fazer compras, compravam selos e metiam dentro de um envelope para pagar a despesa.

Têm valor fiduciário, isto é, o seu valor advém da confiança que as pessoas têm em quem emitiu o selo. Têm que ser impressos em condições de segurança, porque ao imprimir um milhão de selos com valor facial de 60 cêntimos, na sua totalidade representam 600 mil euros se forem vendidos. Portanto só pode ser impresso em tipografias de alta segurança.

Franquiar cartas sempre foi a função primordial do selo que infelizmente tem vindo a ser perdida, porque cada vez mais as máquinas nos postos de correio emitem um recibo que desempenha a mesma função. No meu atelier, disponho de selos e a qualquer momento, se precisar de colocar uma carta nos correios, tenho uma maneira de franquiar sem ter que perder tempo.”

- Que antevisão faz do futuro dos selos?

“O selo está a ser destruído. Está a ser sustentado praticamente pelos colecionadores. Eu não domino esse mundo, e se houver uma rutura ou um descrédito, o selo perde a sua função. Eu tenho aqui selos que nada têm a ver com a minha atividade filatélica, mas com funções de escritório, pois tenho uma pasta com selos, poupando, assim, uma ida aos correios. Quando tenho que enviar determinadas cartas, coloco um selo e envio. E essa função está cada vez a diminuir mais, uma

vez que faturas, orçamentos e recibos que antigamente eram enviados em papel, são enviados agora digitalmente. Isso está a colocar em risco o selo, porque o selo está a ficar circunscrito praticamente a 10% da sua função primordial.”

- Considera os selos instrumentos de propaganda?

“Todas as mensagens comunicacionais podem ser objeto de propaganda. De certa maneira, os selos também foram utilizados como propaganda política. Nos reinados, as imagens dos reis eram a afirmação do regente, no tempo do fascismo implicavam uma mensagem de afirmação do regime, como é o caso do selo de Almada Negreiros “Tudo pela Nação”.

Houve selos heróicos e reconfortantes para a população durante a Segunda Guerra Mundial para com o horror do que era a guerra. A grande preocupação dos governos era tranquilizar a população em relação aos familiares que estavam a morrer, e o selo também transmitia essa mensagem. Houve, sobretudo na América do Norte, selos desse tipo e até promovendo campanhas para comprar ações para sustentar a guerra.”

- Quais as qualidades gráficas que considera importantes no Design de selos?

“Ao conceber um selo temos que acrescentar sempre qualquer elemento que valorize a imagem central, se não será simplesmente uma imagem. Criei alguns selos que, pela inevitabilidade do tema, tinham que ter só um bom enquadramento do que eu estava a representar.

Na emissão do Cavalo Lusitano, (figura 43) conseguiu-se criar essa ligação. Pretendia-se exprimir as cinco ofertas das capacidades dos nossos cavalos. As cinco modalidades retratadas foram: equitação de trabalho, escola portuguesa de arte equestre, toureio, ensino e atrelagem de competição. Este tipo de informação é, normalmente, dado por especialistas e frequentemente escolhem-me a mim porque sei dos assuntos. Mas nestes selos foram utilizadas técnicas que eu não domino completamente. Foi necessário um trabalho de “Photoshop” absolutamente excepcional, uma vez que as fotografias fornecidas foram tiradas em contextos muito maus, cheias de pessoas e carros por trás das imagens dos cavalos. Estes selos nunca foram da minha especial predileção. Foram premiados por razões que me escapam e, em geral, muitos dos prémios que se atribuem não estão em consonância com o meu pensamento. Não acho o bloco interessante, acho que criei selos muito melhores do que estes, mas os prémios muitas vezes são atribuídos por critérios que não se compreendem e esta série acabou por ser premiada pelo governo francês em 2009.

Há sempre um grande problema na área da comunicação que é o seguinte: quando se cria um selo, e isto é válido para mulheres e homens, somos sempre impressionados, por exemplo, por uma fotografia de uma mulher muito bonita, mas a certo ponto, já não sabemos se achamos o selo bonito, ou se é a mulher que é bonita. Mas esse fator é um fator profundo em nós próprios, vem da nossa estrutura animal. O mesmo se passa com uma pintura muito bonita, um pôr do sol, a dada altura qual é o papel que o designer tem? É conseguir dar um enquadramento, ou uma apresentação, desse tema com condições que o favoreçam e que o tornem ainda mais expressivo. Utilizei o caso da atração pessoal para dizer que nós ficamos fascinados com uma paisagem impressionante, ou com um edifício impressionante. No entanto, há sempre um papel do designer, nesse caso mais reduzido, que tem bastante importância em mostrar e escolher o melhor enquadramento para valorizar esse tema.”

- De que forma a sobrevalorização de um selo advém da sua conceção gráfica? Pode dar exemplos por favor?

“Como sabe, a grande revolução do selo, foi quando se começou a pagar a despesa antecipadamente. Se fosse enviada uma carta de Inglaterra para Portugal, chegava paga a Portugal, no pressuposto de que as cartas enviadas para Inglaterra iriam pagas de Portugal. Foi uma invenção absolutamente extraordinária que data do século XIX.

O selo em si, graficamente falando, começou a ganhar importância ao longo do tempo. Ao princípio era muito

formal, tendo a maior parte dos selos, não só cá como no estrangeiro, a cara do rei. Era um timbre de valor, como as moedas e as notas com as faces dos reis.

Com o tempo, apareceram os chamados colecionadores. Os colecionadores juntam e organizam os selos, aumentando assim a procura dos selos e valorizando-os.

Uma das coisas que valoriza muito os selos são erros e anomalias.

O aparecimento dos colecionadores originou uma maior preocupação em fazer selos que fossem bastante atrativos visualmente, e que exprimissem outros acontecimentos que não fossem simplesmente o rei, ou o valor, mas que fossem comemorativos, de eventos e de pessoas. E assim, cada vez mais, cuidar do aspeto visual dos selos tornou-se um fator primordial.

O selo tem que ser bastante eficaz e muito explícito. Não pode ser confuso, não pode ter excesso de informação e tem que ser algo, por assim dizer, “limpo”. Um bom exemplo, é o caso da emissão filatélica dedicada ao design industrial.”

- Qual a importância do selo na sua carreira enquanto Designer?

“É muito importante com certeza, mas é tão importante como tantos outros. Talvez se me quiser perguntar qual a parte mais importante, a intervenção mais profunda e constante na minha vida, direi que é o livro.

O livro é mais importante do que o selo. Já perdi a conta, mas tenho cerca de 1300 livros desenhados por nós.

Mesmo assim, a arquitetura do livro é sempre muito importante, por muito simples que aparente, mesmo que seja a preto e branco, por muito simples que seja feito, por muito texto que tenha, tudo isso tem de ser cuidado.

Eu tenho uma paixão por livros. Ainda não era designer, ainda não sabia o que isso era e já colecionava livros desde pequenino. Acho que os livros ainda não foram ultrapassados. Gosto muito das novas tecnologias, mas o livro tem esta capacidade extraordinária que posso procurá-lo sabendo onde está. O livro está a ser reformulado todos os dias, mas não está a ser destruído.”

- Pode-nos falar um pouco sobre alguns designs de selos por si realizados?

“Criei o design da série filatélica referente aos 250 anos do nascimento de Mozart, e tenho algo a acrescentar, é que nenhum designer deve saber, senão eu, que existem em Portugal dois documentos originais do Mozart, um deles com a sua assinatura e que foram trazidos pelo rei D. Fernando para o Palácio Nacional da Ajuda. Utilizei-os como fundo no bloco e no selo. É um documento muito interessante, uma carta com composições que está assinada por Mozart.

Criei selos na área musical e também trabalhei na área de museus. Noutro caso, o diretor de filatelia sabia que tenho uma perdição por Darwin, além de estar inteirado sobre as suas teorias. É uma figura histórica, talvez uma das mais importantes do séc. XIX. Assim, criei o design da série filatélica sobre Darwin. Criei igualmente o design dos selos para o Museu dos Coches e para a Fundação Gulbenkian (trabalho para eles desde 1982).

É também da minha autoria a emissão dedicada ao Cartaz, tema incluído na emissão anual “Europa”, de 2003. Todos os anos, os emissores de selos (correios) dos vários países do Mercado Comum estabelecem um tema.

Nesse ano, o tema era o cartaz, e por pena minha não vi o que os outros fizeram, mas fui confrontado com um enorme problema: estaria a homenagear os cartazes e os designers que os fizeram? Se referirmos, por exemplo, a Coca-Cola, o cartaz era formidável, mas quando visse o selo ficava-se sem saber se estávamos a homenagear o cartaz e o designer, ou a marca! Como utilizar uma imagem não muito comercial que dê mais importância ao autor, sabendo que um cartaz é sempre publicidade, mesmo que não seja persuasiva?

Uma outra questão é que os cartazes foram sempre feitos a uma escala consideravelmente maior relativamente ao selo, normalmente com pelo menos 70cm, enquanto um selo tem 24mm por 36mm, uma escala 20 vezes menor. Havia que ser um conhecedor dessa dificuldade técnica. A primeira grande dificuldade era o cartaz de Sebastião Rodrigues, pois não se conseguiam reduzir as letras com qualidade. As letras que estão neste selo (figura 44) foram compostas posteriormente

à redução do cartaz, por mim, uma vez que ao reduzir o cartaz, as letras ficariam desfocadas. Utilizando a mesma fonte Albertus, sobrepondo ao cartaz reduzido e fazendo o mesmo espaçamento, ficou exatamente igual à redução do cartaz, mas com letras nítidas e claras. Para os outros cartazes, escolhemos outros designers como Fred Kradolfer e João Machado. Os cartazes de Almada Negreiros para o filme “A Canção de Lisboa” não foram escolhidos, pois dariam uma má redução devido à grande quantidade de informação.

Outros selos por mim realizados em emissões filatélicas foram sobre a Ourivesaria Arcaica, a Assembleia da República (onde é representada antes do terramoto de 1755 com base num desenho do séc. XVIII), a homenagem a Mário Soares, na qual se escolheu uma boa fotografia com um bom enquadramento, as emissões Orpheu, Wagner, Verdi, entre muitas outras.”

Entrevista completa a João Carlos Araújo (Designer):

- O que representa o selo hoje?

“O Selo Postal, originariamente, tinha como função franquiar correspondência. Posteriormente, desenvolveram-se outras finalidades. Como os Selos passaram a difundir Arte e Cultura Nacionais, tornando-se um veículo de difusão das mesmas, desenvolveu-se então a Arte de Colecionar Selos, chamada Filatelia, e que passou a ser um novo segmento de mercado ampliando sua capacidade de receita.”

- Quais as estratégias e decisões implicadas na emissão de um selo atualmente?

“No Brasil, as emissões são escolhidas levando-se em conta a relevância do tema, que devem ser de interesse para o país. No segundo semestre, é promovida Audiência Pública, onde são recebidas as solicitações de emissão, e posteriormente as mesmas são levadas a uma Comissão Filatélica, que analisa e escolhe aqueles que devem fazer parte da Programação Filatélica do ano seguinte. Leva-se em conta diversas temáticas, como (Eventos, Flora, Fauna, Cultura, Meio ambiente, etc).”

- Qual é o mercado dos selos? Pode descrever-nos como funciona e as suas características?

“O Selo Postal ainda mantém sua característica original como franqueador de correspondência, contudo o seu maior potencial refere-se exatamente no Mercado Filatélico, onde os Colecionadores procuram desenvolver as suas coleções e enriquecem o mercado, valorizando os Selos Postais e difundindo internacionalmente a Cultura dos povos.”

- Qual é a sua perceção da procura dos selos por parte do mercado?

“É muito difícil fazer um prognóstico mundial. No Brasil sentimos falta de incentivo à Filatelia, mas temos exemplos de outros países (Ex. Portugal, Inglaterra, Bélgica), e nessa óptica é um mercado que ainda pode ser muito bem explorado, pois os lançamentos sempre poderão acompanhar as evoluções da sociedade. E, como Publicitário, vejo que falta uma boa campanha publicitária que coloque o Selo dentro de grandes eventos.”

- O que torna a emissão de um selo viável?

A relevância do tema.

- Qual o processo técnico da realização de um selo?

“Atualmente utiliza-se muito a Computação Gráfica, mas não se deve esquecer a conceção do Selo por meio da ilustração direta, valorizando o Artista independente do Canal de criação.”

- Quais as qualidades gráficas que considera importantes no design de selos? Quais as características que um selo precisa de ter para ser valorizado?

“O Selo Postal precisa, primeiramente, de ser relevante, porém acoplado a isso ele deve ter uma Arte bem desenvolvida e um excelente processo de impressão aplicado em um suporte (Papel) de boa qualidade.”

- De que forma a sobrevalorização de um selo advém da sua conceção gráfica? Pode dar exemplos, por favor?

“Não acredito na sobrevalorização pela conceção gráfica. O que valoriza mesmo é o Tema acoplado e a raridade,

e, no meu entender, essa valorização pode ser determinada pelo quantitativo de selos em cada emissão.”

- Pode-nos falar um pouco dos selos realizados por si que considera mais relevantes?

“Não vou me estender muito, porém vou ressaltar o Bloco Produtos de Exportação, que procurou destacar a importância do desenvolvimento da agricultura em uma área irrigada e que anteriormente era quase que improdutivo (norte da Bahia/Brasil), e também a criação de folhas de Selo Personalizado, voltados para o desenvolvimento do turismo no Rio de Janeiro (Maravilhas do Rio e Praias Cariocas).”

- Considera os selos instrumentos nacionais?

“Com certeza. É um grande instrumento de divulgação da Cultura de um povo, já que o mesmo transmite desde o folclore, fauna, flora, personalidades, eventos, preocupações e comprometimentos com a sustentabilidade, preservação de valores, etc.”

Entrevista completa a Miguel Grilo (Filatelista):

- Como surgiu o seu interesse na área da filatelia?

“Inicialmente, as cartas traziam o selo e toda a gente recebia cartas, e estas traziam os selos, toda a gente achava piada colecionar. Um dia o meu cunhado trouxe uma coleção de selos da Polónia com uns barcos e propôs-me um negócio de trocar alguns selos de Portugal por esses. E começou assim. A seguir a essa primeira série da Polónia vieram outras séries de outros países. Não era bem uma coleção, era juntar selos e o interesse acabou por vir.”

- A sua coleção é somente nacional, ou também mundial?

“No seguimento da história, o meu cunhado trazia selos de todo o mundo e eu ia juntando. Até que decidi mesmo fazer a coleção de Portugal. Comprei um catálogo da Afinsa, que era a empresa que produzia catálogos e uma pessoa assim podia-se orientar desde o número um até ao último selo que tinha saído. Fui colecionando até colecionar todos os selos portugueses, até fiz duas coleções completas. Mas tenho selos dos outros países. Optei por fazer uma coleção internacional temática, é mais fácil quando se está a colecionar selos do mundo, pois não é possível colecionar os selos todos do mundo, optei por uma temática relativa aos países, de datas históricas. De cada país tenho selos de determinada data. Faço uma coleção internacional temática.”

- Descreveria, sendo colecionador de selos, que este é um passatempo que requer um grande investimento de tempo e dinheiro?

“O colecionador pode optar por coleções baratas ou caras, fica ao critério. Conheço coleções temáticas baratas. O que interessa é o tema, pode haver selos baratos e caros nesse mesmo tema.

Para muita gente, a filatelia é um negócio e uma profissão. Qualquer pessoa que trabalhe com selos sabe que é um grande investimento de tempo.”

- O que é o selo para si?

“Para mim o selo é algo de valor, algo colecionável que, como o caso das pedras preciosas, está sempre a valorizar. Para além de um hobby, é um investimento. Se um dia vender vai render tanto, ou mais, do que o investimento inicial.”

- Que qualidades e características são necessárias para a sobrevalorização de um selo?

“A característica mais importante é realmente a escassez. Se uma pessoa tiver um selo raro catalogado, este tem um valor altíssimo. Há outras características que também influenciam e que são capazes de fazer disparar o valor de um selo, como por exemplo os erros de impressão nas sobrecargas. Quem apanhar um selo com um erro de impressão numa sobrecarga, tem um selo que vale 4 ou 5 vezes mais que um selo normal.”

- Atualmente como descreveria o mercado da filatelia a nível nacional/mundial?

“A Filatelia a nível internacional continua muito ativa, continua a dar dinheiro, as pessoas continuam a investir porque os selos são algo que valoriza.

A nível nacional, está um pouco parado por causa da crise de 2009. Muitos colecionadores venderam as coleções para o estrangeiro e muitos comerciantes fecharam, ou mudaram de ramo. De momento, é um mercado em baixa a nível

nacional. Os correios portugueses também não ajudam nada a tornar de novo rentável e a incentivar as pessoas para investir em selos.

O selo tem que estar em contacto com as pessoas. Antigamente todos tinham contacto com selos, toda a gente tinha selos em casa, que chegavam nas cartas, pois o selo era obrigatório. Mesmo quem não colecionava tinha acesso a eles. Muitas crianças dessa época começavam a colecionar selos simplesmente por os verem e a coleção mantinha-se de pais para filhos. Hoje em dia, os CTT substituíram os selos por etiquetas com os valores e portes. Os correios estão a “dar um tiro no próprio pé”, porque em vez de fomentar o conhecimento do selo e divulgá-lo, estão a extinguir o selo como prova de pagamento dos portes de envio. Não admira que as últimas estatísticas digam que os correios tiveram um decréscimo no comércio dos selos. Os velhos morrem e os novos não sabem o que é um selo. O negócio do selo acabou em Portugal e a culpa é dos próprios correios. Obviamente um autocolante não gasta tanto dinheiro na sua impressão como um selo, que tem que pagar ao designer e as impressões nas tipografia, mas os correios têm que investir para ter retorno. A maioria das vendas hoje em dia são para colecionadores estrangeiros.”

- Considera que os valores movimentados pela filatelia num país o afeta positivamente a nível económico de alguma forma?

“Afeta sempre, pode afetar muito, ou afetar pouco. Em países com PIB elevado, a venda de selos não influencia muito o PIB do país, tal como a China. Mas há países extremamente pequenos em que a principal fonte de rendimento é a exportação de selos, tal como as ilhas do Pacífico, ou o Liechtenstein, que produzem selos e exportam esses mesmos selos. A filatelia e o selo para alguns países é extremamente importante e vital. Para Portugal, poderia ajudar mais no negócio das exportações, mas está muito mal gerido e cada vez será pior.”

- Os selos de outros países a nível mundial dão uma perceção do que estes têm para oferecer a nível de interesses do mesmo?

“Têm a ver com as emissões de cada país, há países que fazem isso melhor e países que fazem isso pior. Portugal é talvez dos países que faz isso pior, emite muito poucos selos com monumentos, ou com atrações turísticas. Normalmente por ano saem 3 ou 4 emissões de selos sobre a comida que não interessam a ninguém. Tivemos várias séries nos últimos anos sobre o pão, chouriço, enchidos, etc. Qualquer estrangeiro que vê um selo com um chouriço, a Espanha também tem chouriço, assim como outros países também têm enchidos, e não vêm propriamente por causa de um selo com um chouriço visitar Portugal. Penso que não será uma grande publicidade turística para Portugal. Se produzissem selos com coisas boas de Portugal, imagens boas, paisagens e monumentos que atraíssem as pessoas, isso seria uma grande publicidade de Portugal através dos selos para os colecionadores que colecionam selos de todo o mundo, pois acabariam por chegar esses selos aos quatro cantos do mundo.

Há países que realmente fazem isso, aproveitam o selo para publicitar o país e para mostrar o que o país tem. Há outros que fazem isso pior, como é o caso de Portugal. Mas penso que se acaba por ter uma perceção, pois se as pessoas virem bastantes selos desse país, acabam por ter uma perceção sobre o que esse país tem e de como ele é, pois aparece sempre algo relacionado com este.”

- Considera os selos objetos de propaganda?

“Já foi mais, hoje em dia já não têm o poder que tinham antigamente. Antes todos os dias chegavam cartas a casa, toda a gente tinha contacto com o selo, havia poucas televisões, apenas rádio. E vê-se por os países durante a guerra que o selo foi utilizado para propaganda. Em Portugal inclusive a seguir ao 25 de Abril. Como campanhas cívicas contra o tabagismo. Em 1977 houve uma campanha contra os fogos militares, assim como outras que aproveitaram o selo como

meio de divulgação. Hoje em dia, com a internet e com os telemóveis, com esses meios de divulgação e propaganda, a somar que agora nas cartas já nem selos são colados. Os selos já não têm muito peso de propaganda.”

Entrevista completa a Vitor Baltar (Filatelista):

-Quando começou o negócio de colecionador e venda de selos?

“Um dos primeiros negócios de venda de selos para filatelia, surgiu em Inglaterra, pouco mais de uma dúzia de anos após a emissão do primeiro selo inglês, por um indivíduo que veio a ser um dos gigantes do comércio filatélico: Gibbons.

Quando foi emitido o primeiro selo postal em Portugal, já havia comércio filatélico noutros países. Gibbons começou o negócio num espaço na loja de um familiar e em 1865 emitiu o primeiro catálogo de selos ingleses. Em Portugal, o primeiro catálogo foi emitido em 1894.

O primeiro leilão filatélico em Portugal foi em 1939.”

- Quais considera serem os elementos imprescindíveis (circuito do selo) neste negócio filatélico?

“O negócio dos selos tem três vertentes:

1- o negócio da entidade emissora / correios, cujas actividades especulativas mais afectam a filatelia e os filatelistas, levando-os ao desinteresse (recordo que houve países que recorriam à emissão de selos, especialmente temáticos, para obterem divisas estrangeiras, lançando mão a todos os estratagemas para conseguirem melhores resultados).

2 – o comércio entre coleccionadores /comerciantes /leiloeiros, que nalgumas situações mais extremas conseguem reduzir ficticiamente a oferta ou aumentar ficticiamente a procura, para obter mais lucros, o que tanto pode aumentar o interesse pelos selos, como reduzi-lo. Há algumas dezenas de anos, os selos do Vaticano atingiram elevadas cotações e de repente caíram para valores baixíssimos, que ainda hoje se mantêm, depois do mercado ter sido inundado por selos iguais que até então eram escassos. O desinteresse pelo Vaticano instalou-se e ainda hoje poucos se interessam pelos seus selos.

3- A demanda por um selo também dita o seu valor, pois mesmo que um selo raro esteja em boas condições ele pode não ser tão procurado por colecionadores. A relação do selo com um grande evento histórico ou mesmo o preço do selo pode influenciar sua demanda.

Na área da filatelia, existem outros objetos que podem acrescentar valor a uma coleção como é o caso de um envelope com um selo raro ou um carimbo, desde que em bom estado de conservação.

Os comerciantes têm de saber jogar com estes factores, para ter lucros e muitos deles para não fecharam as portas. Mas são raros (se é que existem) os comerciantes que hoje conseguem sobreviver só com a filatelia. Sobrevivem mas a negociar também materiais filatélicos, numismáticos e de outras áreas do coleccionismo.”

- Considera simples a aquisição de um selo específico dependendo do seu grau de raridade no mercado?

“A esmagadora maioria dos selos consegue-se comprar, sem dificuldade. Mas para selos mesmo raros, pode-se passar uma vida inteira à procura, sem se conseguir ver nenhum... muito menos comprá-lo!”

- Como descreveria o mercado actual da filatelia?

“Os grandes negócios com selos fazem-se discretamente envolvendo a maior parte das vezes investidores e lavagem de dinheiro. Um selo raro ou com procura por investidores, que pode corresponder a uma transacção de milhões, circula facilmente para qualquer parte do mundo, dentro de um pequeno envelope ou numa carteira de bolso. Mas a esmagadora

maioria dos selos (portugueses ou estrangeiros) são um péssimo negócio para quem os colecciona, e tanto pior quanto mais modernos forem.

Os correios portugueses, a partir de 1977, começaram a enveredar pelo lucro fácil nas emissões filatélicas. Descrevo algumas das mais interessantes:

a) em 1977, a série Europa foi emitida com um bloco, em que metade da tiragem foi negociada previamente com 2 comerciantes (um português e outro suíço).

No dia da emissão, ao fim da manhã já o bloco se tinha esgotado nos guichets dos correios e à tarde esses comerciantes já o vendiam para diversas partes do mundo a cerca de 10 vezes mais que o valor facial. Eram selos de uma emissão “Europa” que era moda coleccionar-se nessa altura, pelo que a procura era muita.

b) a partir de 1978, as emissões Europa passaram a incluir um selo com um valor facial extremamente elevado, que nem era utilizável para taxar correspondência. Só para “caçar” dinheiro ao filatelista!

c) em 1979, a mesma série Europa teve uma emissão com tarja fosforescente, que foi vendida nos correios no dia da emissão, mas só vendiam uma a quem adquirisse três sem tarja.

d) na década de 90, foram emitidos em Portugal quase tantos selos como nos primeiros 100 anos de emissões. Isto poderia parecer normal, não fora os selos terem deixado de circular na correspondência (actualmente apenas 5% das cartas circulam com selo). Muitos selos nunca chegam a circular em correspondência porque nem sequer são fornecidos aos “guichets” dos correios. Só se vendem na filatelia dos CTT e é necessário adquirir toda a série!

e) durante muitos anos, pelo menos nas décadas de 80 e 90, os correios vendiam selos com 20% de desconto sobre o valor facial, a comerciantes estrangeiros que comprassem selos acima de uma certa quantidade. Depois retiravam de circulação essas emissões, ao fim de alguns anos, para evitar que os selos adquiridos e que não se tinham vendido, fossem revendidos em Portugal e utilizados na correspondência. No entanto, havia vários destes comerciantes que faziam periodicamente uma feira num hotel de Lisboa, onde vendiam essas “sobras” abaixo do valor facial, e ainda tinham lucro!

Esta panorâmica, noutros países, não é diferente e nalguns é muito pior. É enorme a lista de emissões proibidas pela federação internacional de filatelia (FIP), nas competições filatélicas, levando a desclassificações ou a perda de pontos por quem as expuser. Face a isto, é natural que quem apreciou a filatelia se venha a desinteressar e que dificilmente ela venha a conquistar novos adeptos...”

- Houve algum decréscimo nos últimos anos do número de colecionadores?

“Há 4 ou 5 décadas, na nossa classe de escola ou na nossa rua, havia imensas pessoas que colecionavam selos. Nos dias das emissões havia filas nos correios para comprar os selos que eram emitidos.

Um comerciante filatélico de Coimbra, disse há anos numa entrevista a um jornal, que das várias centenas de filatelistas que foram seus clientes, só lhe restavam alguns que se contam pelos dedos das mãos!

É mais raro actualmente encontrar colecionadores de selos, do que cartas a circular com selos. Isto é assim na maior parte dos países (em França, onde os selos não são retirados de circulação, o desinteresse pela filatelia foi tal que os comerciantes estão “afogados” em selos novos que compraram para ficarem em “stock”, alguns com cotações altas de catálogo, e os vendem ao valor facial se alguém os quiser usar em franquias nas cartas), no entanto há alguns onde o entusiasmo por procura de selos, vai contra esta corrente (caso da China), por razões que desconheço.”

- Qual a sua opinião sobre o impacto do negócio filatélico a nível económico nacional?

“Face ao que referi em respostas anteriores, ao elevadíssimo número de emissões de selos em todo o mundo e sabendo que houve diversos países em que uma das principais receitas económicas era a emissão de selos postais (ex: Liechtenstein), a emissão de selos foi um bom negócio.

Actualmente tenho sérias dúvidas que a filatelia tenha relevância económica para a maioria dos países. A grande maioria daqueles que compravam selos, deixaram de o fazer! Os negócios de peças raras ou históricas, continuam a fazer-se, mas não parece que tenha importância económica porque as transacções com este material escapam a contribuições ou impostos.

- Durante os seus anos de trabalho, qual foi o selo mais difícil de ser adquirido?

“Os mais difíceis, ainda não consegui!... Houve várias peças que me provocaram momentos de angústia até conseguir ganhar a licitação do leilão, mas isso faz parte do prazer que a filatelia nos dá. Haverá talvez um caso mais curioso, de uma peça com uma marca de censura usada em Lisboa, de que se conhece o carimbo por estar num museu, mas se discutia entre colecionadores da área, se o carimbo tinha realmente sido utilizado, quando, uns meses depois aparece um dessas peças à venda num leilão na internet. Passei momentos de forte ansiedade para adquirir a referida peça e só no final do leilão, quando pude consultar o histórico das licitações, verifiquei que fui o único interessado que visitou aquele lote. Até hoje nunca vi nenhuma outra peça com aquele carimbo.”

- Quais considera ser os critérios e mecanismos de sobrevalorização de um selo?

“Mais importantes são as manobras especulativas (de notar que os catálogos e preços filatélicos são feitos por comerciantes, que naturalmente valorizam mais aquilo que têm para vender e desvalorizam aquilo que não têm) e depois a raridade.”

Evolução do projeto gráfico

Num dos primeiros temas a ser abordados, sobre a notícia da participação de Portugal na exploração espacial, referenciado na bibliografia, resolvi escolher quatro temas principais para a realização dos selos sobre as explorações espaciais e a rivalidade das super potências. Os quatro temas são as forças que irão comandar o futuro da expansão espacial, pois tudo rege em torno dos mesmos: A força militar, política, económica e religiosa.

O uso de siglas para cada poder seria a representação do próprio selo em si, com recurso a tintas fotocromáticas para a elaboração do mesmo. Estas são tintas de alto contraste que atuam aquando expostas ao sol. Assim sendo, quando não expostas, as mesmas são invisíveis, ou seja, existiriam dois selos num só, pois o mesmo teria duas vertentes que poderiam ser observadas.

O material base seria em tecido, pois é um material inovador na área da filatelia que permite ao selo tornar-se mais resistente do que em papel, como é normalmente impresso.

Seguidamente encontra-se um teste realizado com o material base, em que a sigla corresponde a um símbolo de poder, inspirado no símbolo representativo da anarquia.



Segundo a mudança da temática para as comunidades, procurou-se elaborar algo de sentido crítico às mesmas, utilizando igualmente o recurso das tintas fotocromáticas.

Nesta proposta crítica, numa primeira instância, sem ser visível a aplicação da tinta fotocromática, apenas seria visível uma fita representativa da união das diferentes nações, formando um laço. Na segunda vertente, ao incidir luz solar no selo, seria possível observar uma pomba sufocada nesse mesmo laço. Retratando assim os pontos obscuros das sociedades e dos jogos de poder, em que umas comunidades beneficiam à custa de outras.

Uma segunda vertente crítica foi realizada, utilizando o figurativismo como representação, assim como igualmente as tintas posteriormente mencionadas.

O conceito apela para a liberdade de expressão de comunidades que não tem igualmente a mesma força enquanto nação como outras.

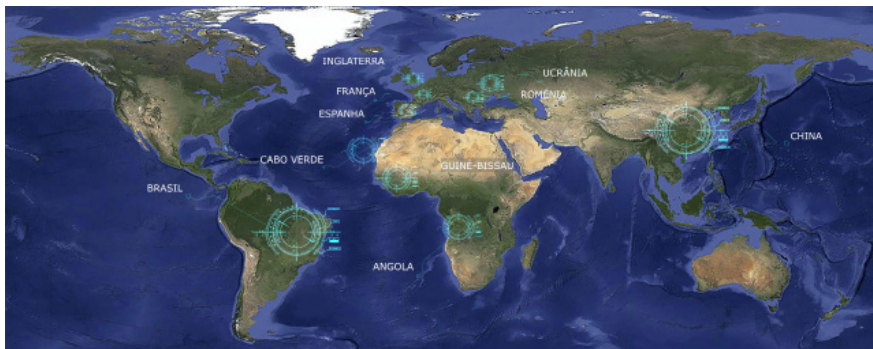


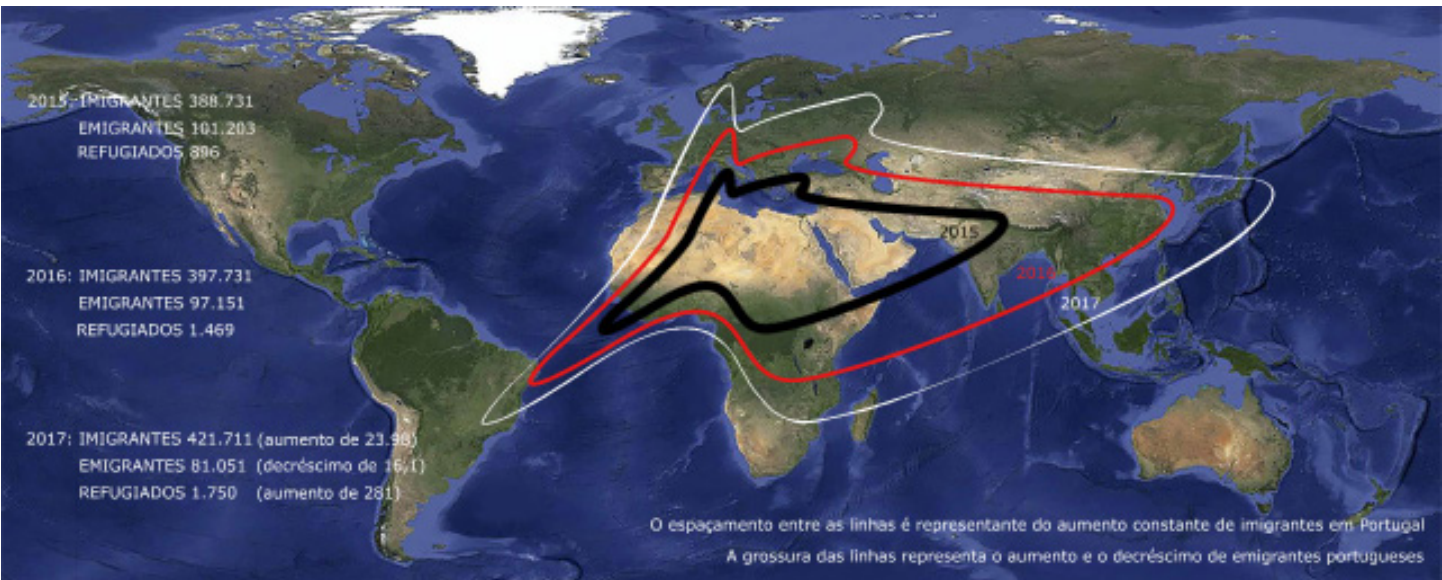
Nesta conceção é-nos apresentada uma forma resultante da união dos pontos representativos dos países no mapa mundo de onde provem o maior número de imigrantes para Portugal. O simbolismo das linhas remete tanto ao aumento como à diminuição da quantidade em anos consecutivos dos distintos pontos. Por exemplo, podemos observar que no ano de 2009 para 2010 houve uma quebra de imigrante oriundos da Guiné, de 5% para 4 %, sendo que o ponto da linha referente ao ano 2010 se encontra mais próximo do mesmo ponto da linha representativa do ano anterior. Assim como um aumento de imigração proveniente do Brasil pode ser constatada no ano de 2009 para 2010, onde há um maior espaçamento entre as linhas.

A espessura das linhas representa a taxa de emigrantes em Portugal, sendo que esta é variável consoante os anos de maior ou menor fluência. De acordo com os dados, e sendo a representação feita desde o ano de 2009, a taxa de imigrantes foi sempre a crescer, daí a sua espessura seja sempre em expansão, decaindo apenas em 2015 e 2016. Assim sendo, no ano de 2011, onde os números de imigração rondaram os 100 mil, a espessura da linha correspondente desse ano é correspondente a 1, em 2012 os valores rondaram os 121 mil, e a sua espessura correspondente é de 1,2 e assim sucessivamente.

A diversidade e a variação de fluxos era algo a ser retratado, pois representa de forma metafórica da diluição de fronteiras, onde novas formas e culturas são assimiladas e aceites. A inspiração gráfica têm como referencia os mapas topográficos, sendo que estes representam através de linhas as informações de relevo, através de curvas de nível.

Ambos os exemplos, podem ser aplicados a qualquer país, com os dados oficiais de referencia aos mesmos critérios.

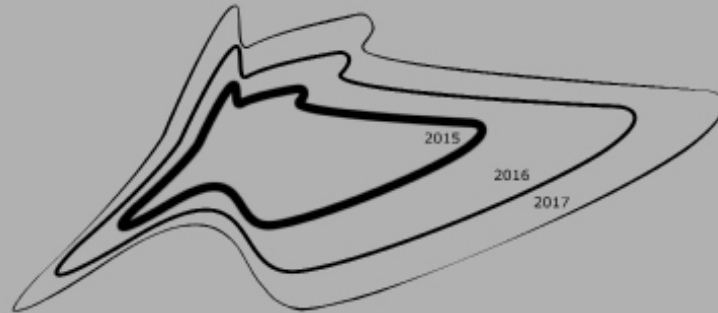




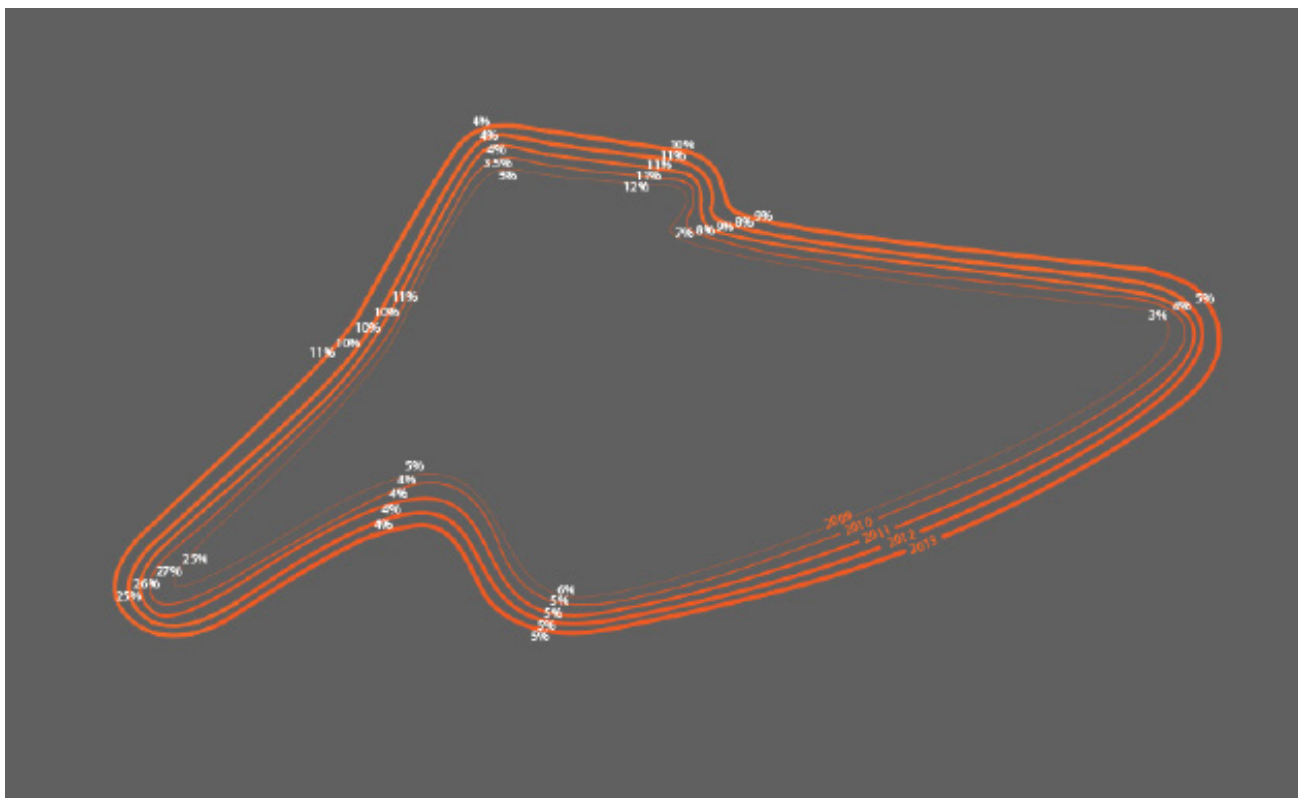
2015: IMIGRANTES 388.731
 EMIGRANTES 101.203
 REFUGIADOS 896

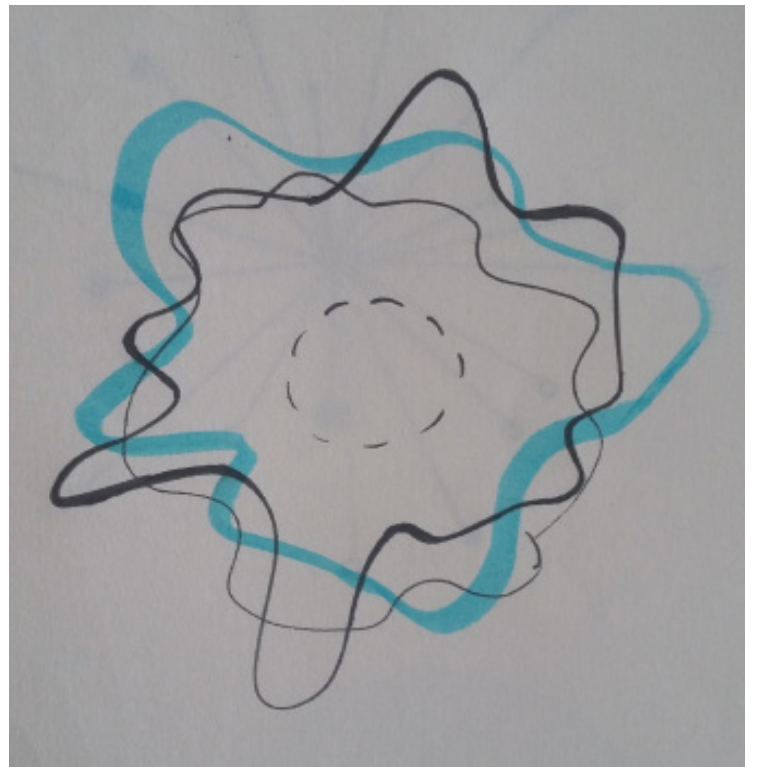
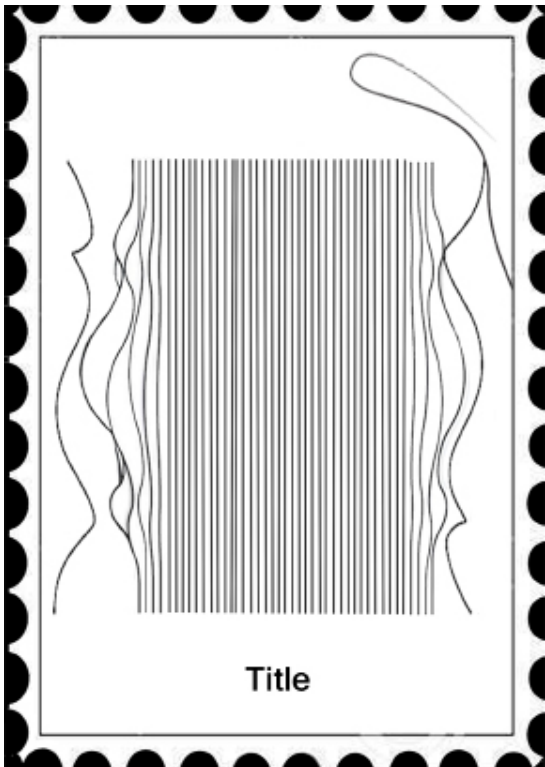
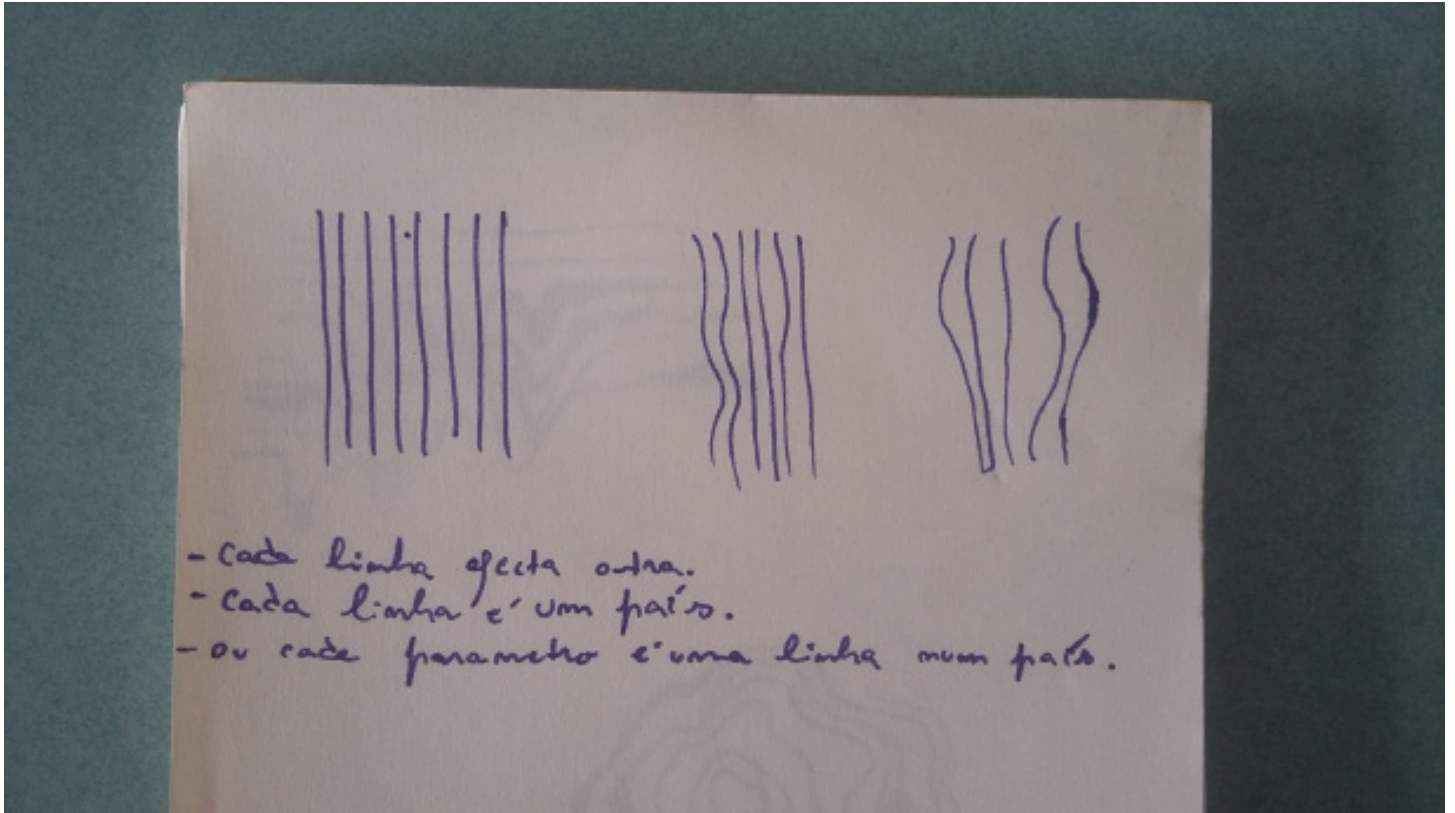
2016: IMIGRANTES 397.731
 EMIGRANTES 97.151
 REFUGIADOS 1.469

2017: IMIGRANTES 421.711 (aumento de 23,98)
 EMIGRANTES 81.051 (decréscimo de 16,1)
 REFUGIADOS 1.750 (aumento de 281)



O espaçamento entre as linhas é representante do aumento constante de imigrantes em Portugal
 A grossura das linhas representa o aumento e o decréscimo de emigrantes portugueses





Ao iniciar a componente abstrata, e, após vários estudos prévios de esboços dentro da temática escolhida, e dentro do percurso abstracionista, optou-se explorar o uso de formas, figuras, padrões, entre outros.

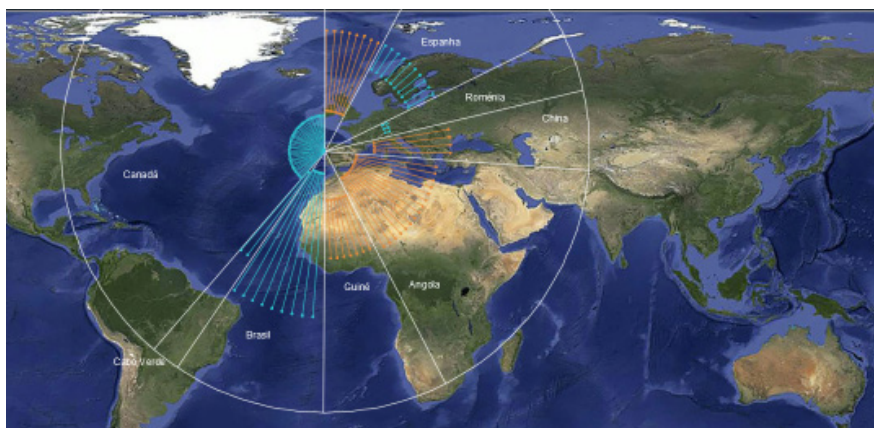
Segundo os estudos, o recurso a um data vis representaria as informações dos fluxos migratórios numa composição coerente e ao mesmo tempo abstrata.

Sendo um data vis, contém bastante informação que pode ser analisada e interpretada.

O data vis seguidamente apresentado em formato circular, de modo a dar mais uniformidade, é referente aos dados concretos de imigração em Portugal, assim como os números de emigrantes desde 2004, até 2017.

Embora o design não seja figurativo, é perceptível pela temática do selo, que a sua representação se trata de variações quantitativas (variação dos fluxos).

O gráfico encontra-se dividido uniformemente, de modo a que cada secção seja representativa de cada ano. Dentro da área referente de cada país, ambos os dados são marcados, e interligados entre o ponto mais alto e o ponto mais baixo de cada ano, sendo que a representação exterior das variantes corresponde à percentagem total de imigrantes anuais em Portugal, e o interior à percentagem de emigrantes portugueses no estrangeiro (bastante menor relativa à taxa de imigração).



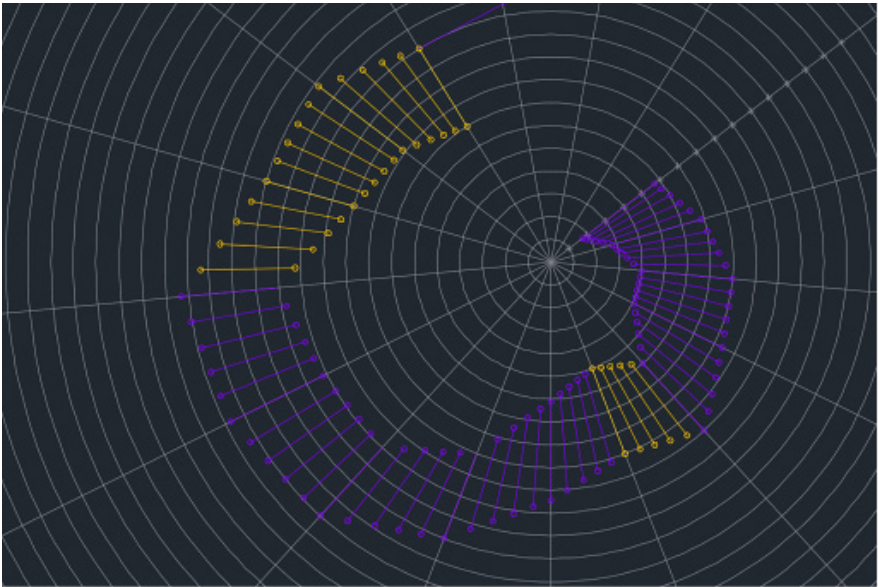
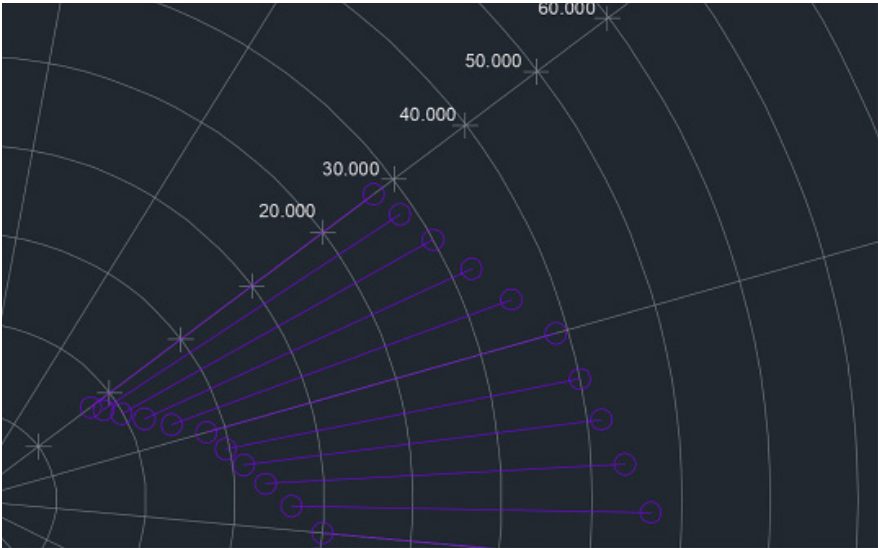
Referente às linhas representativas das variáveis de migração, sempre que há uma diminuição do fluxo de emigração ou imigração, esta é representada por uma cor complementar da que representa o aumento do mesmo critério no gráfico. Referente à emigração, do ano de 2004 para 2005, houve um aumento de 28 mil para 39 mil, que é representado pela cor púrpura. Enquanto que uma diminuição nesse parâmetro, como no ano de 2014 para 2015 (descida de 134 mil para 101 mil) é representada pela sua cor complementar. O mesmo conceito é aplicado aos fluxos de imigração.

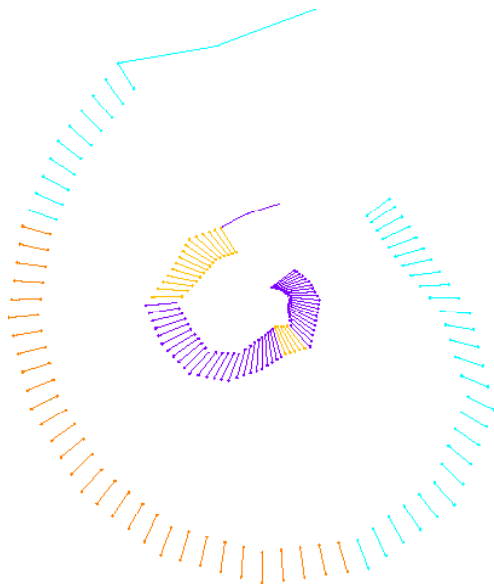
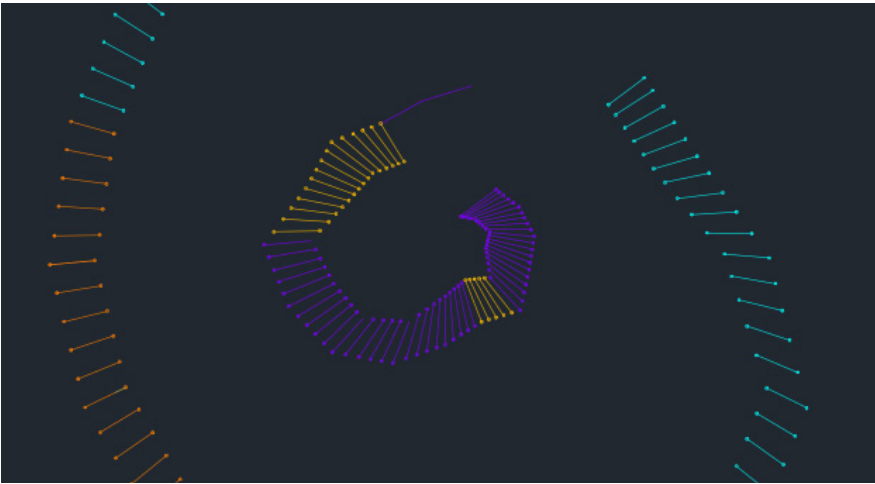
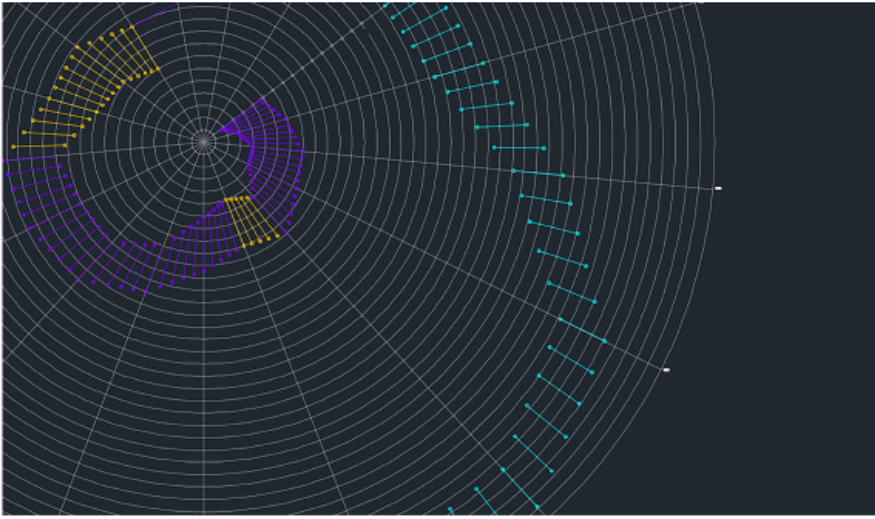
Havendo uma grande discrepância numeral entre estes dois pontos de observação, há uma quebra numeral no gráfico entre cada abordagem. Sendo representados valores até aos 400 mil.

Como já referido, a grande divergência numérica entre os dados relativos aos imigrantes, que procuram sediar-se em território nacional, e emigrantes, portugueses que se deslocam para outros países, o valor máximo atingido na taxa de emigrantes foi de 134.624 em 2014, e o valor mais elevado da taxa de imigrantes rondou os 451.742 em 2009.

Na representação anual, e devido à sua geometria, o mesmo gráfico poderá ser visto de qualquer ângulo, conseguindo ser feita a sua interpretação.

Os dados recolhidos para a criação deste gráfico foram referentes à Pordata e RIFA (números totais):





Traduz-se, assim, numa composição de variáveis, resultando num gráfico abstrato com informação embutida. Este selo não seria apenas representativo dos dados migratórios anuais, mas sim um selo adaptável que atualizaria os seus dados consoante a recolha de dados anual. Esta componente referente à elaboração de um algoritmo para um selo personalizável e mutante, é abordada no capítulo seguinte: “Aplicações gráficas”.

Neste exemplar, os últimos anos não estão representados, sendo que daria lugar à própria atualização, em que no ano seguinte, representar-se-ia um novo ano, sendo sempre visível os dados referentes aos últimos seis anos.

Em continuidade da criação do bloco de selo, com base no conceito anterior, a resolução gráfica foi adaptada para ser mais precisa nos dados fornecidos.

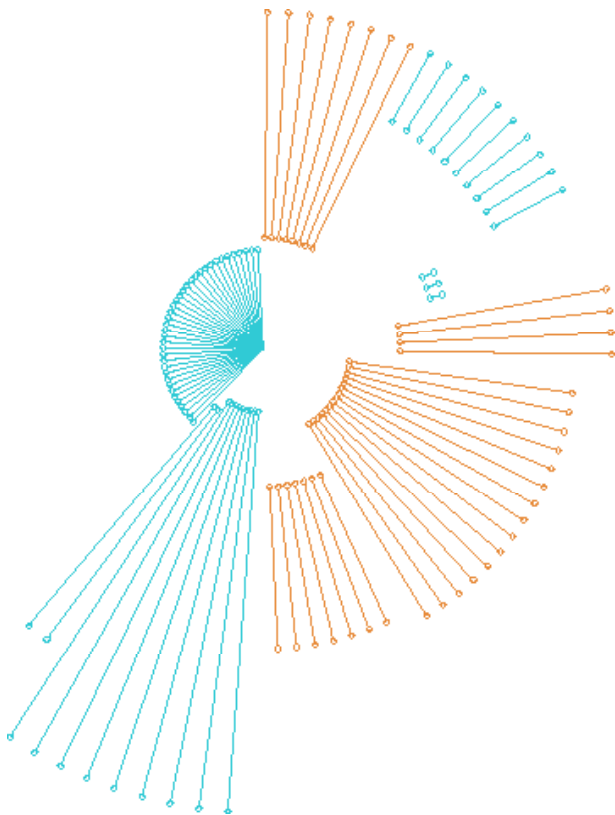
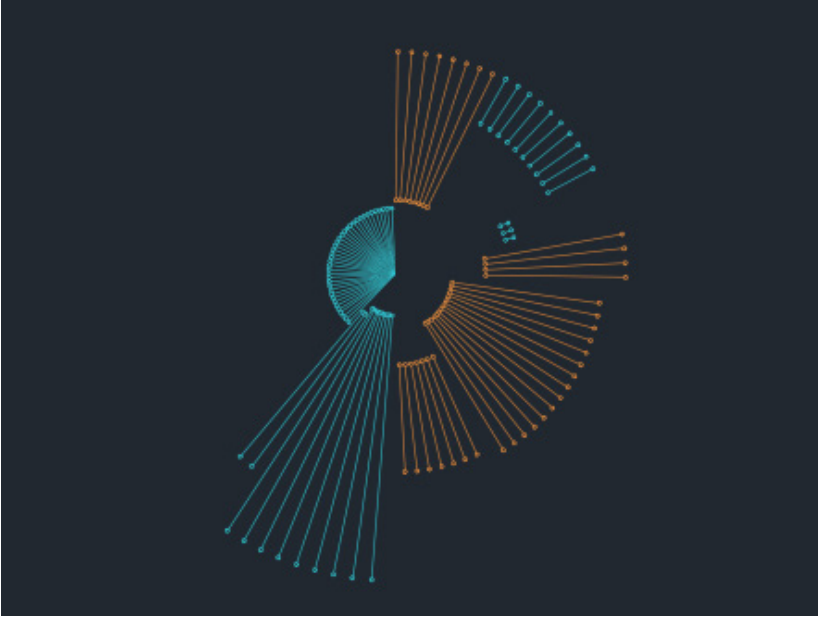
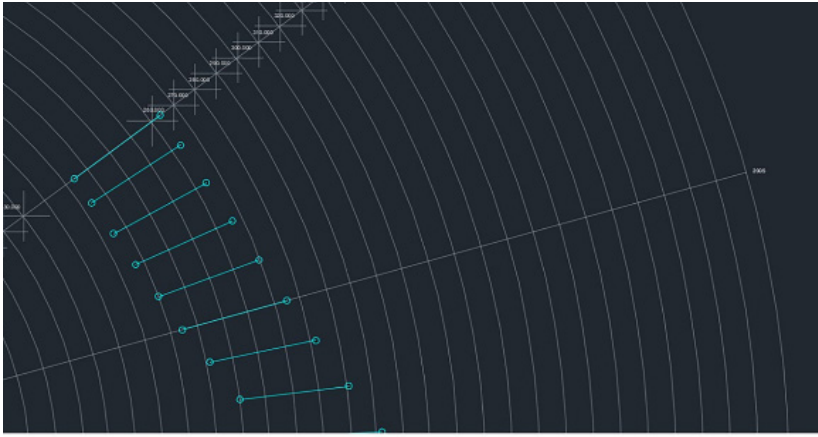
Neste sentido, o novo data vis apenas abordaria um ano em específico (2016), de modo a representar as diferenciações anuais. Posteriormente, e comparativamente a outro ano, poder-se-iam observar as oscilações através das mudanças retratadas pelo algoritmo, que representaria as alterações anuais dos fatores apresentados.

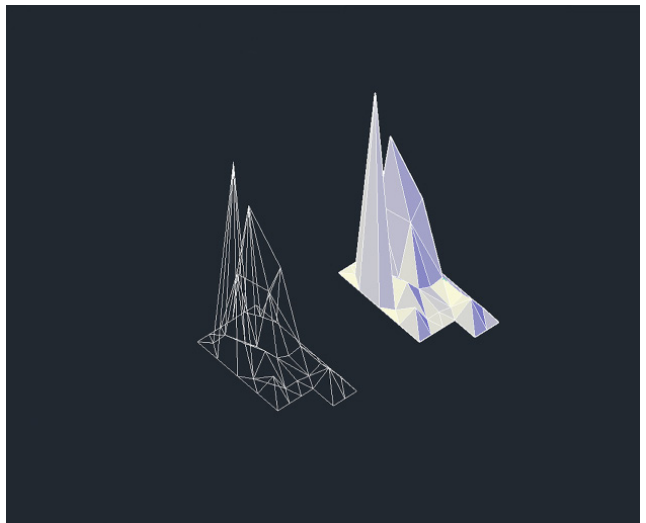
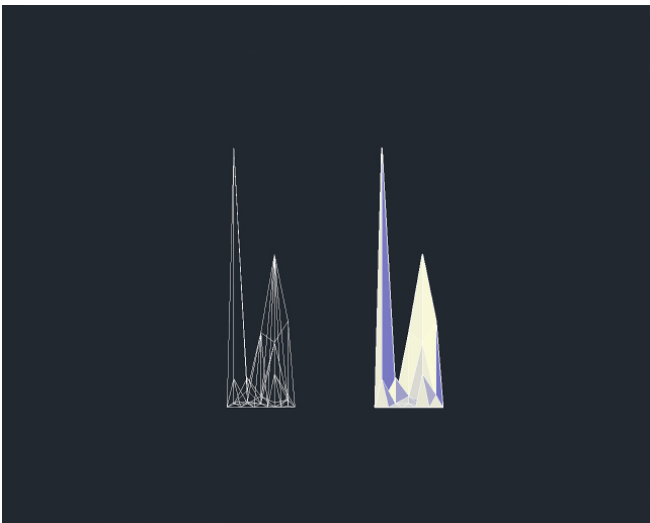
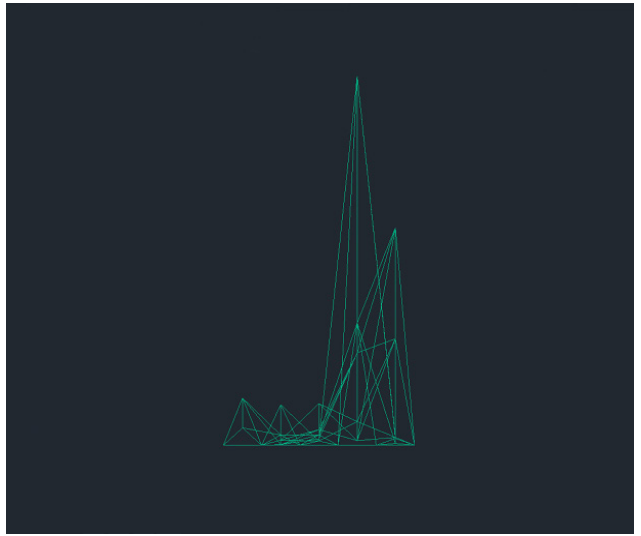
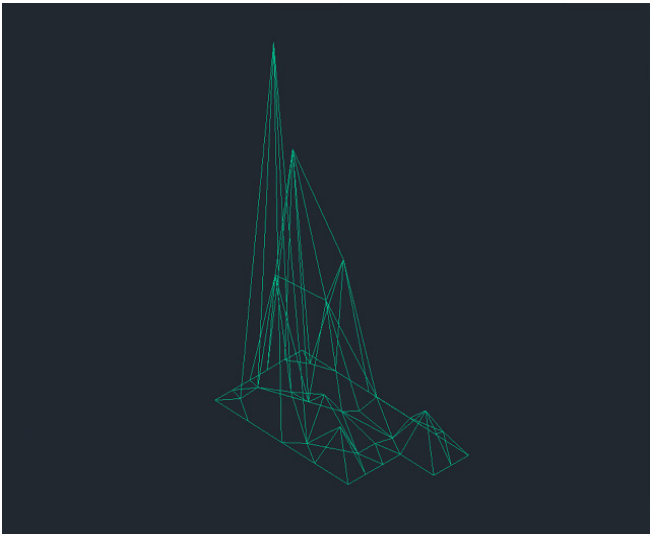
De modo a representar as taxas de emigração e imigração de Portugal, num dos anos em específico, 2016, foram verificados os países com maior taxa anual de imigrantes para Portugal, segundo os dados RIFA.

Todavia, a elaboração do data vis que incorpora os países de maior taxa de emigração de Portugal, os mesmos não correspondem a 100% aos países referentes de imigração, tendo sido feito uma seleção dos países a representar.

Assim, sendo, os países representados no Data Vis de 2016, são respetivamente: Angola, Cabo Verde, Canadá, China, Guiné, Brasil, Espanha, Reino Unido e Roménia. Conseguindo assim um balanceamento entre países com diferentes taxas de fluxos, sendo que poderiam ser representados menos ou mais países no respetivo Data Vis.

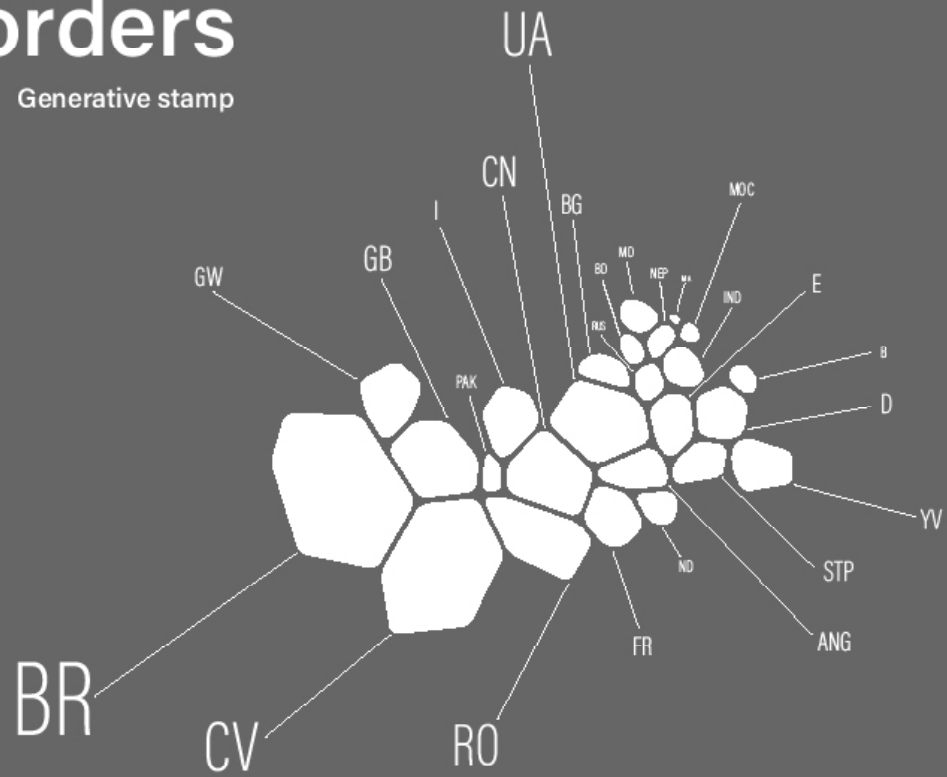
Tendo os pontos de cada país no mapa mundo como referência, foi possível criar uma dinâmica interligada com a área de cada país, diversificando no dimensionamento que cada país ocupa. A ligação e a noção ao espaço territorial de cada país é importante de modo a perceber a sua área, que embora não tenha influência nas taxas de migração, é um fator distintivo de cada nação, uma característica singular. De ano para ano, os países com maior ou menor taxa de imigração ou emigração podem variar, sendo que na sua representação anual, poderia haver a mudança representativa de um determinado país, assim como a sua área a ocupar no gráfico.





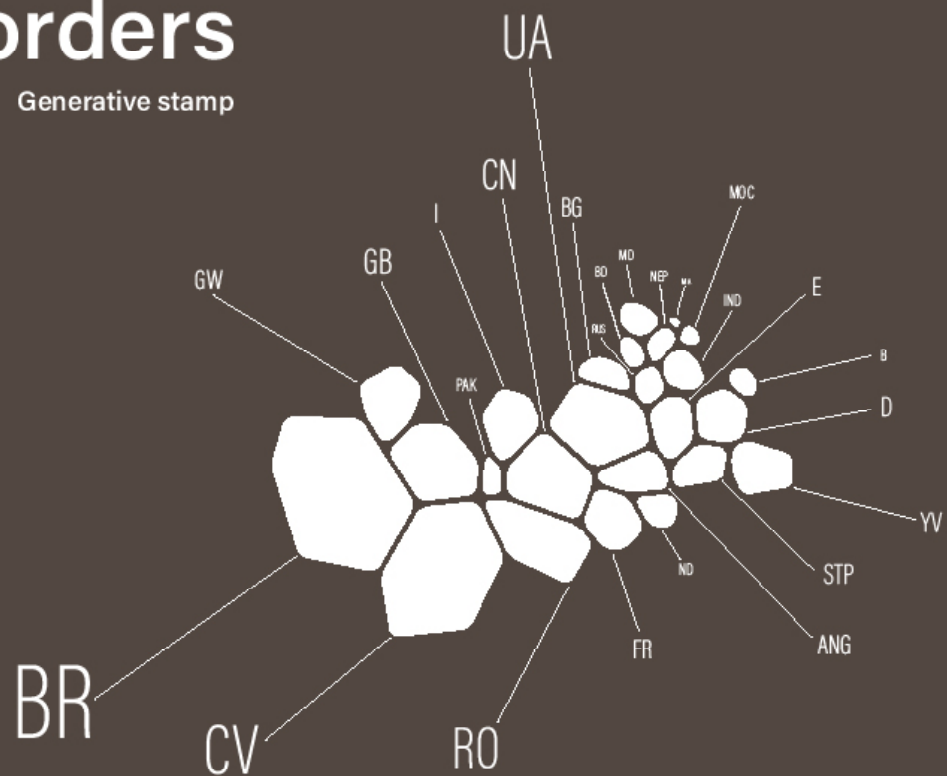
No Borders

Generative stamp



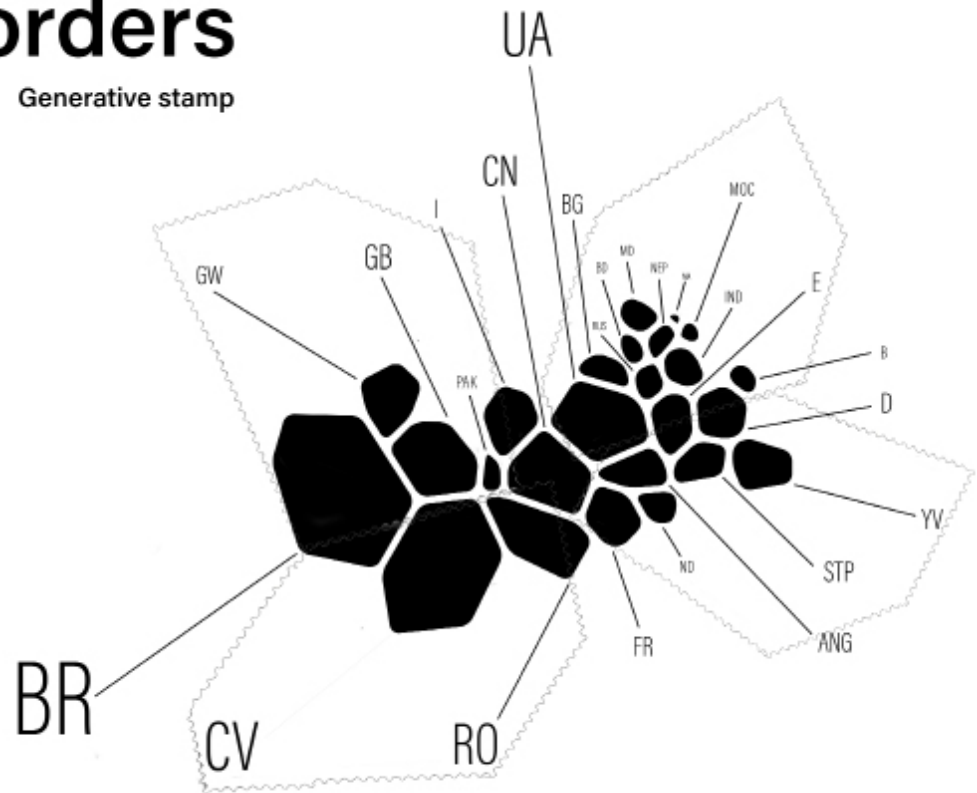
No Borders

Generative stamp



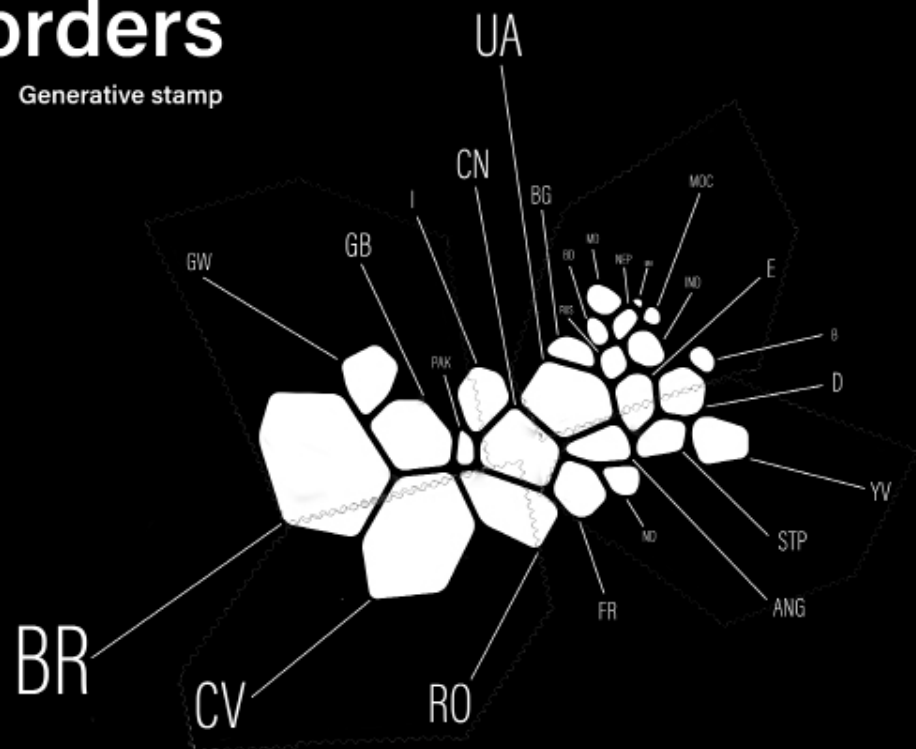
No Borders

Generative stamp



No Borders

Generative stamp



No Borders

Generative stamp

