

## DETALHES TÉCNICOS

Edital nº 1  
Arte: Lidia Hurovich Neiva / Mário Alves de Brito  
Processo de Impressão: rotogravura  
Folha com 30 selos  
Papel: auto-adesivo  
Valor facial:  
Carta: R\$0,65  
Tiragem: ilimitada  
Telegrama: R\$1,00  
Tiragem: ilimitada  
Área de desenho: 27mm x 21mm  
Dimensões do selo: 31mm x 25mm  
Picotagem: semi-corte  
Data de emissão: 20/3/2009  
Local de lançamento: Brasília/DF  
Impressão: Casa da Moeda do Brasil  
Versão: Departamento de Filatelia e Produtos/ECT.

Os produtos podem ser adquiridos pela loja virtual dos Correios: [www.correios.com.br/correiosonline](http://www.correios.com.br/correiosonline) ou pela Agência de Vendas a Distância - Av. Presidente Vargas, 3.077 - 23º andar 20210-973 - Rio de Janeiro/RJ - telefones: (21) 2503-8095/8096; Fax: (21) 2503-8638; e-mail: [centralvendas@correios.com.br](mailto:centralvendas@correios.com.br). For payment send authorization for charging to credit cards American Express, Visa or Mastercard, or international postal money order (for countries with whom Brazilian Posts have signed agreements).

Código de comercialização:  
Carta: 851001475  
Telegrama: 851001246

## TECHNICAL DETAILS

Stamp issue n. 1  
Artist: Lidia Hurovich Neiva / Mário Alves de Brito  
Print system: rotogravure  
Sheet size: 30 stamps  
Paper: self adhesive chalky paper  
Face value:  
Letter: R\$0,65  
Issue: unlimited  
Telegram: R\$1,00  
Issue: unlimited  
Design area: 27mm x 21mm  
Stamp dimensions: 31mm x 25mm  
Perforation: semi diet-cut  
Date of issue: March 20<sup>th</sup>, 2009  
Place of issue: Brasília/DF  
Printing: Brazilian Mint  
English version: Department of Philately and Products/ECT.

Orders can be sent to the following address: Distance Sales Office - Av. Presidente Vargas, 3.077 - 23º andar 20210-973 - Rio de Janeiro/RJ, Brazil. Telephones 55 21 2503 8095/8096; Fax 55 21 2503 8638; e-mail: [centralvendas@correios.com.br](mailto:centralvendas@correios.com.br). For payment send authorization for charging to credit cards American Express, Visa or Mastercard, or international postal money order (for countries with whom Brazilian Posts have signed agreements).

Code:  
Letter: 851001475  
Telegram: 851001246

## SOBRE OS SELOS

O primeiro selo mostra a figura do Carteiro diante de uma residência, entregando correspondência, cena presente no cotidiano dos brasileiros, tendo como foco uma Carta, símbolo da atividade postal. O segundo selo focaliza o Telegrama, um esboço moderno em linhas e perspectivas, expressando as emoções que desperta em quem recebe essa correspondência, simbolizadas pelo coração e as linhas do eletrocardiograma. A mão representa o ato de entregar e de receber a mensagem, ressaltando a interação empresa/cliente. Foram utilizadas as técnicas de desenho a nanquim e vetorização (selo da Carta), efeitos de sombra em bitmaps (selo do Telegrama) e computação gráfica.

## ABOUT THE STAMPS

The first stamp features a Postman in front of a residence delivering mail items, a scene that is part of the daily lives of Brazilians, with a focus on a Letter, a symbol of the postal activity. The second stamp focuses on a Telegram, a modern image in terms of contours and perspectives, expressing the emotions that are aroused in those who receive such correspondence, symbolized by the heart and the lines of an electrocardiogram. The hand represents the act of delivering and receiving a message, highlighting the company/client interaction. China ink drawing and vectorization (letter stamp), bitmap-shading effects (telegram stamp) and computer graphics techniques were used.

# EDITAL 1 - 2009

*Emissão Série Ordinária  
Issue Definite Series*

**Série Produtos e Serviços Postais: Carta e Telegrama**  
*Postal Products and Services Series - Letter and Telegram*



## **Série Produtos e Serviços Postais – Carta e Telegrama** Eficiência, Qualidade, Diversificação e Crescimento!

Nesta emissão, os Correios do Brasil, por meio da Filatelia, divulgam produtos e serviços da Empresa, ao mesmo tempo em que homenageiam aqueles que ajudaram a construir e manter a ECT como um baluarte de qualidade e eficiência na prestação de serviços de Correios, um valioso patrimônio do povo brasileiro.

As grandes mudanças econômicas e sociais que ocorreram na sociedade nacional a partir dos anos 60, demandaram, quantitativa e qualitativamente, a urgente modernização técnica dos meios de comunicação, muito superior à capacidade dos sistemas em operação. Na senda dessas transformações, nasceu a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, criada pelo Decreto-Lei nº 509, de 20 de março de 1969, cisão definitiva com o modelo do antigo Departamento de Correios e Telégrafos – DCT.

A construção de uma Empresa moderna delineou um novo modelo de gestão, que desde seus primórdios foi caracterizado pela excelência e diversificação nas atividades postais e tecnológicas, o que sempre permeou os seus diversos segmentos. A ECT continua a enfrentar, por meio da dedicação de seu maior patrimônio, os seus empregados, e, com plena confiança no futuro, um desafiador e instigante encargo: modernizar, diversificar e expandir permanentemente a oferta de produtos e a prestação dos serviços.

A otimização dos processos organizacionais é, também, um desafio permanente para a Empresa, que busca sua expansão no mercado, bem atendendo a clientela, por meio da celeridade na customização de soluções, na gestão qualificada e na adequação e implementação de novos procedimentos.

Recente pesquisa apontou a ECT como a primeira colocada em respeitabilidade entre as empresas de correios do mundo, e a segunda no ramo de logística, notabilizada pela constante prospecção de novos produtos e pelas melhores práticas empresariais, refletidas, ao longo de quatro décadas, em notável crescimento, tanto nos serviços convencionais, quanto nos especiais.

Tiveram papel fundamental nessa trajetória vitoriosa a carta e o telegrama, que propiciaram e ainda possibilitam aos brasileiros a comunicação e a troca de informações de modo rápido e seguro, o que também evidencia a responsabilidade social como um dos mais expressivos pilares da missão institucional da ECT.

A Carta é o mais tradicional serviço postal dos Correios. É o meio de comunicação utilizado para a troca simples de mensagens escritas e ainda consiste em serviço preferido por grande parte da população brasileira, com fluxo postal considerável. O serviço é oferecido, usualmente, nas modalidades Comercial, Não Comercial e via Internet.

Um dos aspectos mais destacados desse segmento é a preocupação com a segurança da informação, representada pelo Telegrama e a Carta via Internet, que são certificados digitalmente. Essa importante funcionalidade garante aos clientes dos Correios a confiança na transmissão de suas Mensagens.

**Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos**

## **Postal Products and Services Series – Letter and Telegram** Efficiency, Quality, Diversification and Growth!

In this issue, the Brazilian Post (ECT) is disseminating, through Philately, products and services offered by the Company, while paying homage to those who helped to build ECT and make sure it will continue to be a bulwark of quality and efficiency in the provision of postal services, an invaluable asset of the Brazilian people.

The deep economic and social changes that took place in Brazilian society since the 1960s made it imperative to promote the technical modernization of the country's communication media, in both quantitative and qualitative terms, on an urgent basis, a need that exceeded the capacity of the systems available then. In the wake of these changes, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, the Brazilian Post, was created through Decree-Law n. 509, of March 20th, 1969, as a definitive departure from the model of the former Brazilian Post and Telegraph Department – DCT.

The process of building a modern Company led to the adoption of a new management model, which since the outset was characterized by excellence and diversification in postal and technological activities as a landmark of its different segments. ECT still has a challenging and exciting mission which, relying on the dedication of its greatest asset, its staff, it intends to fulfill with full confidence in the future: permanently modernizing, diversifying and expanding its supply of products and provision of services.

Optimizing organizational processes is also an ongoing challenge for the Company, which has plans to conquer a larger share of the market by serving its clients well, customizing solutions at a fast pace, ensuring a qualified management, and adapting and implementing new procedures.

Recent surveys showed that ECT ranks first in terms of respectability among all postal companies of the world and second in terms of logistics as a result of its constant prospection for new products and for the best corporate practices, as reflected, for four decades, in its remarkable growth in the offer of both conventional and special services.

The letter and telegram services played a key role in this successful path, for having made it possible for Brazilians to communicate and exchange information rapidly and safely both in the past and present, which also shows that social responsibility is one of the most significant pillars of ECT's institutional mission.

Letters constitute the most traditional postal service provided by the Brazilian Post. They are a communication medium that is relied upon for simple exchanges of written messages and continue to be the medium of choice of much of the Brazilian population, with a considerable postal flow. The service is usually offered in the Commercial (corporate clients) and Non-Commercial modalities and via the Internet.

One of the most outstanding aspects of this segment is the company's concern with ensuring the safety of the information, as evinced by the Telegram and Letter via the Internet, which are digitally certified. This major functionality makes the clients of the Brazilian Post confident that their messages will be

**Brazilian Enterprise of Posts and Telegraphs**