

500 YEARS OF THE POSTAL SERVICE IN PORTUGAL - 4<sup>th</sup> group

## THE POSTAL SERVICE LOGOS THROUGH THE CENTURIES

The 2019 stamp issue "500 Years of the Postal Service", featuring four stamps with emblems from 1880, 1936, 1953 and 1964 and a souvenir sheet of two stamps with the symbols from 1991 and 2015, offers a brief overview of the CTT brand through the centuries.

The first reference to an element of identification for the bearers of correspondence was set out in the Royal Charter of 6 November 1520, which institutionalised the Public Postal Service in Portugal.

Postal staff were allowed use the royal coat of arms on their clothing, which gave them the right to safe conduct and passage on certain streets, roads and bridges. The Charter also granted them permission to carry a sword and dagger, to defend the correspondence they were transporting.

## 1880 Logo

The logo of the Direção-Geral dos Correios Telégrafos e Faróis (General Administration of Post, Telegraphs and Lighthouses) depicted an envelope standing on end with three rays emerging from it on either side, topped by the Royal Crown. These elements symbolised the Postal Service (the envelope), the authority of the state (the royal crown) and finally, the Telegraph Service, with the rays representing electricity/telegraphy.

The 1880 logo was innovative because, while retaining the royal arms, a symbol of public institutions, it brought the brand closer to the two main activities carried out by the General Administration: post and telegraphs.

## 1936 Logo

Decree no. 8:517 of 28 August 1936, enacted by the Minister of Transport and Communications, Joaquim José Andrade e Silva Abranches, made public the governmental authorisation of the "officialising of the emblem, chosen by the General Administration of Post and Telegraphs and to be adopted in the services and documents of the same."

The approved emblem depicted the inescutcheon bearing the five small shields of the Portuguese coat of arms, supported laterally by the rays symbolising communications (telegraphic and telephonic), on top of the armillary sphere, on which the initials CTT were placed prominently on the diagonal.

## 1953 Logo

This emblem was officially approved by Decree no. 14:549 of 23 September 1953. It had become a pressing matter to replace the 1936 emblem which, according to the text of the Decree, was "outdated due to the evolution of taste, for which reason it should be replaced."

It was time to return to an emblem that made reference to the activities of the Postal Service, as mentioned in the same Decree: "It would be preferable, for this purpose, given its long tradition and symbolism, to use the image of a postman on horseback blowing a horn."

The painter Jaime Martins Barata designed this logo, which became so familiar to the Portuguese people and which would become one of the CTT's strongest symbols, kept in use for more than 60 years.

## 1964 Logo

In January 1964, in an issue of the CTT's Official Bulletin, another emblem appeared, with a new, more modern design.

It was still the image of a messenger on horseback, but more stylised and with a greater sense of movement in the posture of the figures. The horse, in a more elongated position, appears to be galloping, while the messenger, wearing a flapping cape, with a letter in his right hand and playing the horn, suggests the speed the messengers employed in delivering correspondence.

This emblem, by painter Jaime Martins Barata, was used until 1991, surviving the moment when the CTT became a public company, in 1970, and the revolution of 25 April, when many concepts and values were questioned or changed.

## 1991 Logo

Extensive restructuring in the communications sector at the start of the 1990s led to the separation, in 1992, of the business areas of postal services and telecommunications, giving rise to two companies: CTT - Correios de Portugal, S.A. and Portugal Telecom, S.A.

This new reality led to designer José Brandão being contacted, in 1991, with a view to creating a visual image with a more current design, but one that retained the essential elements: the horse, the messenger playing the horn to notify of his arrival, the letter in his hand and the colour red, intrinsically linked to the history of the Postal Service.

## 2015 Logo

CTT is one of the most emblematic brands in Portugal and has always been an important element of support infrastructure in the socio-economic development of the country. After the company was completely privatised, in 2015, the CTT brand was restyled on the basis of two main premises: respect for the heritage of the brand, and bringing it up to date, making it more compatible with today's reality.

The logo adopted a more dynamic and natural posture, more agile and competitive. The messenger on horseback is no longer trotting but galloping. The outline of the symbol is retained, with the alteration of a few elements, such as the initials CTT, which became more solid and prominent.

Fernando Moura

## Obliterações do 1.º dia em First-day obliterations in

Loja CTT Restauradores  
Praça dos Restauradores, 58  
1250-998 LISBOA

Loja CTT Município  
Rua Gonçalo Cristóvão, 136  
4000-999 PORTO

Loja CTT Zarco  
Av. Zarco  
9000-069 FUNCHAL

Loja CTT Antero de Quental  
Av. Antero de Quental  
9500-160 PONTA DELGADA

Encomendas a / Orders to  
FILATELIA  
Rua João Saraiva, n.º 9  
1700-248 LISBOA

Coleccionadores / collectors  
filatelias@ctt.pt  
www.ctt.pt  
www.facebook.com/Filateliactt

O produto final pode apresentar pequenas diferenças.  
Slightly differences may occur in the final product.  
Design: Atelier Desprésicet  
Impressão / printing: Futuro Lda.

## Dados Técnicos / Technical Data

Emissão/issue - 2019/10/09

Selos/stamps  
C0,53 - 105 000  
C0,70 - 105 000  
C0,86 - 105 000  
C0,91 - 105 000

Bloco/souvenir sheet  
Com 2 selos/with 2 stamps  
C2,00 - 65 000

Design  
AF Atelier

Créditos/credits  
Selos/stamps  
C0,53

Logo de 1880-1936; Desenho a aquarela de fardamentos dos funcionários das Ambulâncias Postais Ferroviárias e da Posta Rural, 1900; «Relatório do Director Geral dos Correios, Telegraphos, Pharoas e Semaphoros Relativo ao Anno de 1889», 1891.

C0,70  
Logo de 1936-1953; Edifício da Estação de Correios de Moura, 1945.

C0,86  
Logo de 1953-1964; Auto-ambulância Postal Borgward, 1953.

C0,91

Logo de 1964-1991; Cartaz publicitário da implementação do Código Postal, 1978.

Bloco/souvenir sheet

Selo à esquerda/left stamp

Logo de 1991-2015; Cartaz publicitário do lançamento do Correio Azul, 1991; Caixa Postal de Correio Azul, 1992.

Selo à direita/right stamp

Logo desde 2015; Sede do Banco Postal.

Fundo/background

Carta de Confirmação do Ofício de Correio-Mor, mandada passar por D. José I em 1756 a José António de Sousa Coutinho da Mata com a transcrição dos alvarás anteriores, do mesmo ofício, destruídos pelo terramoto de 1755; Corneta de Distribuidor Rural, 1893.

Imagens cedidas por/Images courtesy of

Património Museológico e Documental dos CTT Correios de Portugal  
Arquivo Histórico e Biblioteca da Fundação Portuguesa das Comunicações.

Tradução/translation

Kennis Translations

Agradecimentos/acknowledgements

Fundação Portuguesa das Comunicações  
Fernando Moura, consultor histórico

Papel/paper: FSC 110g/m<sup>2</sup>

Formato size

Selos/stamps: 30,6 x 40 mm  
Bloco/souvenir sheet: 125 x 95 mm

Picotagem/perforation

12 x 12 ¼ e Cruz de Cristo/and Cross of Christ

Impressão/printing

offset

Impressor/printer

La Poste

Bloco impresso em técnica mista offset / talhe doce

Souvenir sheet printed in mixed offset / carving technique

Folhas/sheets

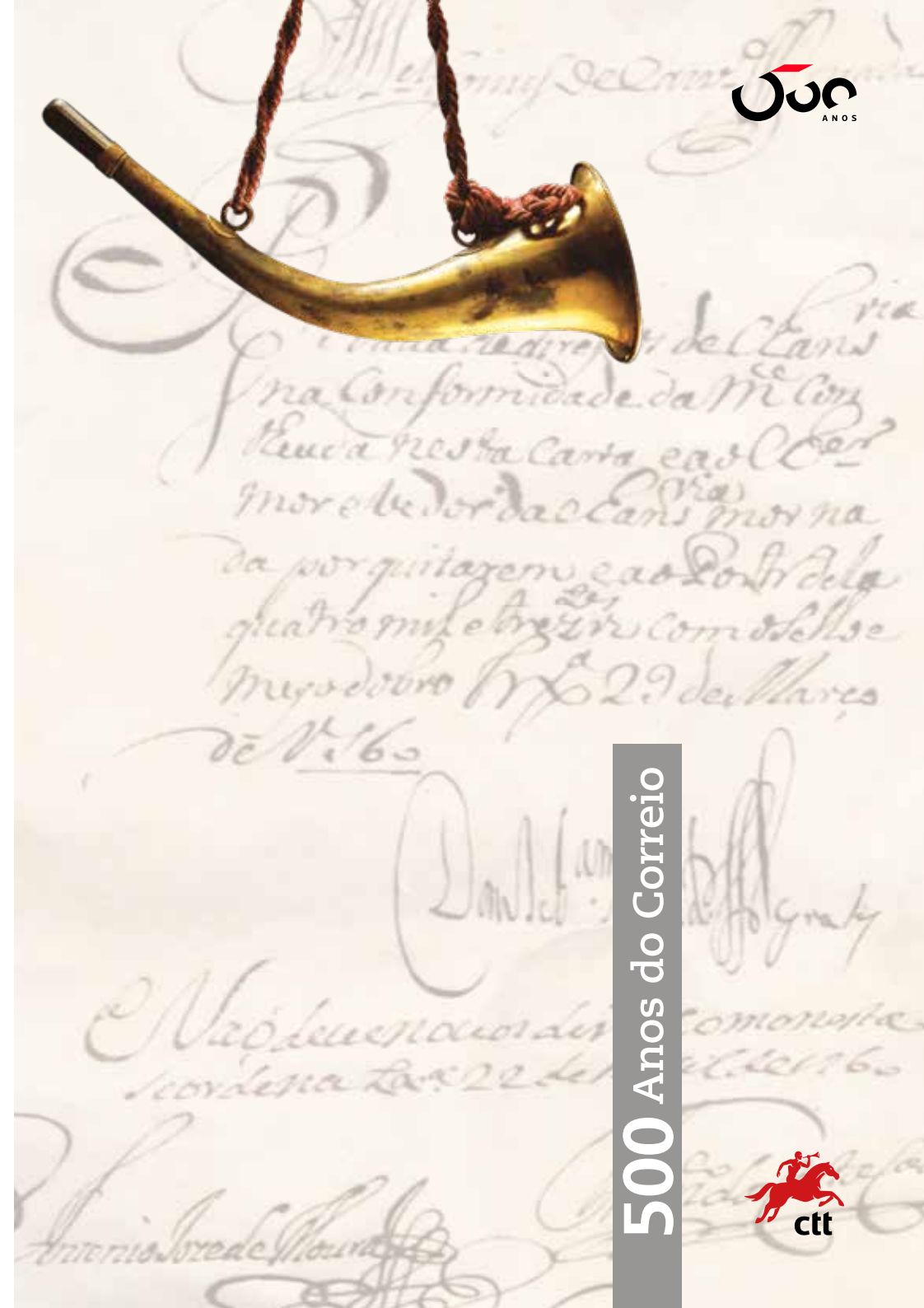
Com 10 ex./with 10 copies

Sobrescritos de 1.º dia/FDC

C5 - C0,75  
C6 - C0,56

Pagela/brochure

C0,85



500 Anos do Correio



## OS LOGOTIPOS DOS CORREIOS AO LONGO DOS SÉCULOS

A emissão de selos «500 Anos do Correio» de 2019, constituída por quatro selos com os emblemas de 1880, 1936, 1953 e 1964, e um bloco composto por dois selos, com os símbolos de 1991 e 2015, traça um breve relance sobre a marca CTT, ao longo dos séculos.

A primeira referência a um elemento de identificação dos portadores de correspondências encontra-se transcrita na Carta Régia de 6 de novembro de 1520, que institucionalizava os Correios Públicos em Portugal.

O pessoal do correio poderia usar as armas reais no seu vestuário, o que lhes conferia o direito de salvo-conduto e de passagem em determinadas estradas, caminhos e pontes. Do mesmo, era-lhes concedida a permissão para trazer consigo a espada e o punhal, para defender a correspondência que transportavam.

### Logotipo de 1880

O logotipo da Direcção-Geral dos Correios Telégrafos e Faróis é representado por uma carta ao alto, atravessada de ambos os lados por três raios elétricos, tendo na parte superior a Coroa Real. Estes elementos pretendiam simbolizar o Correio, através da carta; a tutela do Estado, através da coroa real; e, finalmente, os Telégrafos, através dos raios representativos da eletricidade/telegrafia.

O logotipo de 1880 tornava-se deste modo inovador, uma vez que, mantendo as armas reais, símbolo das instituições públicas, aproximava a marca das duas grandes atividades desenvolvidas pela Direcção-geral: o Correio e os Telégrafos.

### Logotipo de 1936

A Portaria n.º 8:517 de 28 de agosto de 1936, promulgada pelo Ministro dos Transportes e Comunicações, Joaquim José Andrade e Silva Abranches, tornava público que o governo autorizava que fosse «oficializado o emblema, escolhido pela Administração-Geral dos Correios e Telégrafos, que se destinava a ser adotado nos serviços e documentos da mesma Administração-Geral».

O emblema aprovado representava o escudo português, armado lateralmente com os raios que simbolizavam as Comunicações (Telegráficas e Telefónicas) encimando a esfera armilar, onde se destacavam as iniciais CTT, colocadas obliquamente.

### Logotipo de 1953

A aprovação deste emblema era oficializada pela Portaria n.º 14:549 de 23 de setembro de 1953. Tornava-se urgente substituir o emblema de 1936 que, de acordo como o texto da Portaria «se encontrava ultrapassado pela evolução do gosto, convindo por isso substituí-lo».

Seria a altura para retomar um emblema, com uma referência à atividade de Correio, tal como adiante era referido, na mesma Portaria: «Prefere-se para o efeito, dada a sua larga tradição e simbolismo, a imagem equestre de um postilhão, embocando a buzina».

O Mestre Jaime Martins Barata foi o autor deste logo que se tornou tão familiar junto da população portuguesa e que viria a tornar-se num dos símbolos mais fortes dos CTT, continuando a ser utilizado, há de mais de 60 anos.



### Logotipo de 1964

Em janeiro de 1964, na edição do Boletim Oficial dos CTT, surgia um outro emblema, com um novo desenho e mais moderno.

Trata-se de uma imagem do mensageiro a cavalo, mais estilizada, em que a postura dos intervenientes resulta numa maior sensação de movimento. O cavalo, numa posição mais alongada, parece seguir a galope, enquanto o mensageiro, de capa esvoaçante e com a carta na mão direita e a tocar a trompa, sugere a velocidade que os mensageiros imprimiam na entrega das correspondências.

Este emblema, da autoria do Mestre Jaime Martins Barata, foi utilizado até 1991, tendo resistido ao momento da passagem dos CTT a Empresa Pública, em 1970, e à Revolução de 25 de abril, quando muitos dos conceitos e valores foram questionados e mesmo alterados.

### Logotipo de 1991

Profundas reestruturações no Setor da Comunicações, no início da década de 1990, conduziram à separação, em 1992, dos ramos de atividade de Correios e Telecomunicações, dando origem a duas empresas: os CTT – Correios de Portugal, S.A. e a Portugal Telecom, S.A.

Esta nova realidade levou que, em 1991, fosse contactado o designer José Brandão, com vista à criação de uma imagem visual, com um desenho mais atual, mas mantendo os elementos essenciais: o cavalo, o mensageiro a tocar a corneta para avisar da sua chegada, a carta na mão e a cor vermelha, muito ligada à História dos Correios.

### Logotipo de 2015

Os CTT são uma das marcas mais emblemáticas de Portugal e que desde sempre se assumiu como uma importante infraestrutura de apoio ao desenvolvimento socioeconómico do país. Após a conclusão do processo da total privatização da empresa foi feito, em 2015, um restyling da marca CTT, tendo por base duas premissas principais: o respeito pelo património da marca e a sua atualização, mais condizente com a realidade dos dias de hoje.

O logotipo passou a apresentar uma postura mais dinâmica e natural, mais ágil e competitiva. Um mensageiro num cavalo que deixa de estar a trote e passa a estar a galope. O traço do símbolo é mantido, havendo a alteração de alguns elementos, como a sigla CTT, que ganha maior protagonismo e solidez.

Fernando Moura

