

CRÔNICA FILATÉLICA

22/10/2021

Uma contribuição retirada do Facebook da Filabras, feita pelo filatelista Niall Murphy, que, pela importância do tema vai ficar hospedado em nosso site.

"Um contraponto filatélico fascinante!"

Hoje, li as últimas notícias no site da FEPA, a Federação Filatélica Europeia, onde vi um contraponto filatélico realmente fascinante.

<https://fepanews.com/topics/news/>

Lado a lado nesta página, vejo fotos dos honoráveis signatários do nobre "Roll de Distintos Filatelistas", em seus smokings.

E então, temos a foto de James Gavin, também conhecido como "The Digital Philatelist", usando um boné de beisebol, virado para trás, e um link para seu excelente artigo sobre o futuro da Filatelia na Era Digital. Na verdade, é incrível para mim que a FEPA publicou este artigo, mas eu digo, muito bem, por fazê-lo. Será que estamos testemunhando uma mudança quântica nas atitudes tradicionais?

O tradicional encontra o moderno. Fascinante!"

Niall Murphy



NEWS

KEEPING IN
TOUCH WITH
ON-LINE
DEVELOPMENTS
IN PHILATELY

NEWS

NEW RDPS SIGN
THE ROLL OF
DISTINGUISHED
PHILATELISTS

Opinião: O Novo Normal?

James Gavin



Já se passou mais de um ano desde que a pandemia COVID parou o mundo. À medida que os pedidos de bloqueio ou permanência em casa eram aplicados em todo o mundo, as pessoas voltavam ao antigo e confiável hobby de colecionar selos. Álbuns抗igos foram retirados de armários e sótãos e colecionadores que haviam sido desligados por décadas voltaram a um hobby de aparência completamente diferente.

A filatelia online começou no início da era da rede mundial de computadores durante os anos 90. As salas de bate-papo do Yahoo, os quadros de avisos do phbb e os sites HTML hospedados pelo geocities foram os primeiros pioneiros. No entanto, muitas dessas primeiras entradas na filatelia de mídia social nunca foram adotadas por organizações maiores e algumas nunca progrediram além dos anos 90. Como a década de 2010 estava em pleno andamento, uma nova geração de colecionadores se voltou para plataformas online em vez de clubes tradicionais para se envolver com o hobby, como YouTube, Twitter, Facebook e Instagram.

Em 2016, a nova geração estava avançando online, enquanto as organizações filatélicas tradicionais continuavam a se apegar aos estilos de engajamento tradicionais que há muito haviam saído de moda. Então, quando o mundo parou em 2020, muitos desses estilos de engajamento tradicionais pararam abruptamente e foram forçados a finalmente se envolver com o mundo online.

Mas essas organizações aprenderam alguma coisa?

Stampshows

A [Philatelic Trader's Society](#) (PTS) tem sido uma das organizações com visão de futuro que emergiu da pandemia. Quando eles lançaram o [Virtual Stampex](#) em 2020, eles receberam uma resposta positiva esmagadora dos participantes. Seu Stampex Virtual 2021 continuou a melhorar em relação ao sucesso do primeiro ano.

Uma coisa que o PTS foi capaz de demonstrar é a capacidade de se envolver com colecionadores online e inovar para futuros shows Stampex - virtuais ou não. O PTS parece ser esse segmento de mercado alternativo como uma oportunidade, em vez de um curativo para um problema temporário. Recentemente, eles anunciaram uma parceria com a [Delcampe](#) para criar um novo mural de compras e uma zona digital para seu show Stampex 2021, ligando o mundo online à experiência pessoal. Além disso, eles expandiram a presença de apoio à juventude filatélica, incluindo Stamp Active, e se envolveram ativamente com a comunidade popular de [Postcrossing](#), expandindo sua presença nas vastas subcomunidades do hobby.

Embora os shows de selos virtuais tenham se tornado comuns, nenhuma organização deu o salto para uma experiência multimídia. O hobby deve ser olhar para museus em todo o mundo onde as exposições são uma experiência interativa. PDFs se tornaram a solução padrão para a filatelia, mas não são a solução. Pode levar muitos anos, mas a experiência multimídia é o elo que faltava que não estava sendo tratado pelo hobby.

Concessionários

Uma coisa que muitas associações comerciais ainda não estão conseguindo fazer é se envolver com o crescente mercado de vendas alternativas. Esses mercados incluem [Patreon](#) e [Etsy](#). Embora alguns reconheçam os vendedores do Ebay, há uma oportunidade perdida aqui de reconhecer formalmente plataformas de venda alternativas para

o site ou loja tradicional. Patreon e Etsy são plataformas excelentes para mover estoque comum ou a granel, e muitos colecionadores iniciantes, que não estão procurando por peças de exposição, estão comprando por meio dessas plataformas em vez do revendedor tradicional. [**A Philatelovely**](#) continua a ser líder neste campo.

Devemos ver mais revendedores estabelecendo suas próprias contas no Patreon ou serviços de assinatura. As caixas de assinatura são imensamente populares no mundo comercial e não há razão para que os revendedores, ou mesmo os clubes de selos, não consigam sua parte do sucesso.

Patrocínio

Tanto os revendedores quanto as organizações não estão tirando proveito da afiliação por meio do patrocínio de influenciadores de mídia social de alto nível. O [**American Philatelic Service**](#) foi o primeiro a se promover por meio de um influenciador como patrocinador da [**Exploring Stamps**](#), e eles continuaram isso por meio de [**Conversations with Philatelists**](#) (embora haja uma afiliação existente aqui, pois Charles Epting e Michael Cortese completaram sua [**Young Philatelic Leaders Fellowship**](#) com o APS). [**O Hipstamp**](#) é o outro participante recente do patrocínio por meio do Ted Talks Stamps.

Nós realmente deveríamos ver mais patrocínios de bons conteúdos de mídia social. Com muitos influenciadores tendo mais seguidores do que a maioria dos clubes de selos existentes, esta é uma grande oportunidade perdida de promoção e de construção de uma base de futuros clientes / membros. Em particular, suprimentos básicos de coleta de selos, como álbuns ou pinças, exigem que o criador do conteúdo sugira diferentes revendedores aos quais direcionar os usuários. Um único revendedor, como afiliado, poderia estar colhendo os benefícios de um desconto vinculado ou outro benefício promocional - qualquer um do Squarespace?

Youtube

[**O YouTube**](#) é definitivamente o favorito como a mídia visual preferida para engajamento. Episódios que explicam informações históricas, sociais ou políticas tendem a superar os episódios focados em variedades técnicas. Vídeos de sacolas / desencaixotamento também são muito populares.

No entanto, episódios de reuniões de membros ou longas apresentações em que as pessoas estão tentando usar a tecnologia não funcionam tão bem. Alguns criadores tentaram usar a transmissão ao vivo, mas não conseguiram capturar o propósito da transmissão ao vivo ou atingir os números de interação de outros canais não filatélicos.

No geral, [**Exploring Stamps**](#) continua a ser o líder nesta plataforma, claramente um dos maiores influenciadores do mundo. [**Ted Talks Stamps**](#) continua a ser um clássico favorito. Novos participantes como [**Mallard Stamps**](#), [**StampCat Stamps**](#), [**Postal Pleasures**](#) e [**Bob Collects Stamps**](#) estão obtendo números de assinatura decentes. Também estamos vendo colecionadores mais jovens entrando no mercado, como [**I'll Be Stamped**](#). Vários clubes estão indo bem, incluindo [**North Toronto Stamp Club**](#), [**American Topical Association**](#), [**British Empire Study Group**](#) e [**Philatelic Society of Lancaster County**](#). produção de conteúdo exclusivo e de qualidade.

Organizações de alto perfil ainda não abordaram a popularidade desse tipo de mídia. Ainda faltam exibições de mídia visual nas exibições tradicionais. A capacidade de contar uma história multimídia por meio da filatelia atrairá novas e diferentes multidões, em vez de fileiras e mais fileiras de variedades de selos que têm apelo limitado fora do especialista dedicado. Este não é um conceito novo, levantado no início de 2016. No entanto, como a maioria das plataformas de mídia social, há muita conversa e nenhuma ação.

Facebook

O Facebook é a principal plataforma de mídia social para discussões em grupo, substituindo os fóruns de selos tradicionais para colecionadores modernos. O principal problema enfrentado pelos usuários do Facebook com filatelia organizada é a restrição evidente de acesso a seus grupos. Alguns têm as perguntas mais ridículas para acessar as discussões, não monitoram as contas com freqüência suficiente para aceitar novos usuários ou não postam novos conteúdos com regularidade o suficiente para manter o engajamento. Também há uma falta de conhecimento da diferença entre páginas e grupos, o que pode ser frustrante para os visitantes.

Com milhares de grupos do Facebook disponíveis para escolher, os grupos filatélicos organizados são alguns dos piores desempenhos. Eles realmente precisam abandonar a mentalidade de 'clube exclusivo' e abrir bem as portas. A capacidade dos usuários do Facebook de criar suas próprias páginas e grupos representa uma grande competição para a filatelia organizada agora e no futuro.

Instagram

O Instagram é uma das poucas plataformas de mídia social que permanece inexplorada. Existem milhares de usuários de diferentes grupos demográficos postando milhares de conteúdo relacionado a selos todos os dias. A plataforma está repleta de hábitos alternativos de coleta. Cartões postais, correio tradicional, arte de selos e Etsy são dominantes ao contrário de outras plataformas.

Até o momento, nenhuma organização filatélica abraçou essa comunidade. Isso parece ser devido a duas razões. A primeira é que essas organizações não usam essa plataforma e a segunda é que elas não consideram o Instagram como uma verdadeira filatelia - 'esnobismo filatélico'. Se pode ou não ser considerada filatelia tradicional, não deve ser ignorada. Esta plataforma é onde muitos jovens iniciantes começam e é um berço de #extremephilately.

A filatelia organizada deve estar procurando como trazer esse meio para exposições e mostras de selos, já que ele tem a oportunidade de trazer muitos novos colecionadores pela porta. Em vez de entrar em um show de selos e ver fileiras de pessoas olhando para os revendedores, uma parede de monitores exibindo fotos #extremephilately é muito mais envolvente e empolgante.

Conclusão

Embora a filatelia organizada esteja lentamente abraçando alguns aspectos do novo mundo, eles se moveram devagar demais. Os colecionadores não perguntam mais a qual organização ingressar, mas qual influenciador eles devem seguir e qual plataforma é a melhor para suas necessidades.

Para restabelecer sua presença, a filatelia organizada precisa dar um grande salto em frente - mas haverá algum deles ousado o suficiente para que isso aconteça?

Me siga!

<https://thedigitalphilatelist.com/opinion-the-new-normal/>

<https://www.facebook.com/TheDigitalPhilatelist>

<https://fepanews.com/topics/news> – acesso em 10/10/2021
