

Máximos Postais com Cartões-Postais Publicitários

por Agnaldo de Souza Gabriel (agnaldo.gabriel@uol.com.br)

Na composição de um máximo postal, o cartão-postal é o único elemento que pode não ser originário dos Correios, já que o selo e o carimbo obrigatoriamente têm que ser emitidos por uma administração postal. Isto nos dá uma ampla oportunidade de conseguir o cartão-postal em editoras diferentes, em posição horizontal ou vertical e com ângulos que permitam uma melhor escolha da concordância visual (concordância de tema) com o selo escolhido.

Com as possibilidades de diversas editoras e cartões-postais para escolha, a atenção na escolha do cartão-postal deve ser bem cuidadosa.

Primeiramente, vejamos o que dizem os regulamentos da Federação Internacional de Filatelia (FIP) sobre o cartão-postal.

O que diz o regulamento da FIP de Maximafilia sobre o cartão-postal

No Regulamento Especial para Avaliação de Participações de Maximafilia em Exposições FIP (SREV), em seu artigo 3.2, temos as seguintes informações sobre o cartão-postal:

O tamanho do cartão-postal tem que ser conforme as dimensões aceitas pela “Convenção Postal Universal”. Entretanto, cartões-postais de formato quadrados ou retangulares disponíveis no mercado são aceitos, desde que seu tamanho permita que se tenha, numa folha de tamanho A4 (21,0 x 29,7 cm), pelo menos dois máximos por página. Em respeito ao seu designer, é estritamente proibido redimensionar um cartão-postal cortando-o.

A ilustração do cartão-postal deve oferecer a melhor concordância com o tema do selo postal ou com um dos temas presentes no selo, caso haja muitos. Todos os cartões-postais que sejam reproduções dos selos, ou seja, com denteação, valor de face, nome do país emissor, são proibidos.

A ilustração do cartão-postal deve enfatizar o tema do selo postal. Os cartões-postais existentes no mercado são aceitos tal como são. Eles podem ter margens e um texto diretamente conectado com o tema. Cartões-postais antigos podem ter no anverso (frente) uma área para correspondência. Com exceção destes cartões-postais antigos, quanto maior a imagem da ilustração, melhor a qualidade do máximo postal a ser considerado. Cartões-postais com múltiplas figuras, assim como aqueles com hologramas são proibidos.

Já nas Diretrizes para Avaliação das Participações de Maximafilia da FIP (Guidelines), no artigo 3.2, temos mais algumas regras sobre o cartão-postal a ser utilizado:

- O cartão-postal ilustrado deve estar, dentro do possível, à venda antes do lançamento do selo postal. Ou, se foi especialmente publicado, deve reproduzir um documento pré-existente.

- Somente formatos quadrados ou retangulares são permitidos; todos os demais estão excluídos.

- Os seguintes itens não podem ser utilizados como suporte de máximos postais: colagens, recortes, fotos privadas em papel fotográfico, fotocópias coloridas ou em preto e branco, fotos-montagem, desenhos e documentos especialmente desenvolvidos para a emissão do selo, para serem impressos de modo privado em papel fotográfico utilizando-se de um computador.

Resumidamente, temos que o cartão-postal deve ter imagem única, tamanho “padrão” e que seja possível identificá-lo como tal para que possa ser utilizado como suporte para o máximo postal.

O uso dos cartões-postais publicitários como suporte ao máximo postal

Os cartões-postais publicitários, cuja principal característica é a sua distribuição de forma gratuita para o seu público alvo, não estão propriamente “dentro do possível, à venda”, mas devem existir “antes do lançamento do selo postal”. O objetivo da regra é evitar que cartões-postais sejam feitos exclusivamente para servir de suporte ao máximo postal, e não que sejam utilizados cartões-postais que obrigatoriamente devam estar à venda, descartando assim qualquer cartão-postal que seja distribuído de forma gratuita.

A seguir temos um exemplo de máximo postal com um cartão-postal publicitário. O cartão-postal foi distribuído pela empresa Green Life, de Curitiba/PR como forma de propaganda de seus produtos orgânicos, com tomates em destaque. Difícil é imaginar um cartão-postal comercial retratando uma plantação de tomates...



Emissão: 21/09/2010 - Ano Internacional da Biodiversidade: Agroecologia e Agricultura Orgânica (Plantação de Tomates) - **Postal:** Detalhe de Plantação de Tomates - Ed. Green Life Orgânico e Natural, Curitiba/PR - **Obliteração ilustrada de 1º dia:** Curitiba/PR - 21/09/2010.

Onde conseguir os cartões-postais publicitários

Os cartões-publicitários têm uma vasta possibilidade de ilustrações, que vão desde paisagens e locais típicos de um cartão-postal comercial até produtos comerciais, como filmes, automóveis, livros e artigos consumo. Eles costumam ser distribuídos junto ao público alvo.

Podemos encontrar os cartões-postais publicitários em:

- Órgãos de turismo, como prefeituras e secretarias de turismo, e estandes em eventos e feiras;
- Estandes em shoppings center, lojas de material esportivo, locadoras de filmes, restaurantes e bares nas principais cidades brasileiras;
- Estandes em locadoras de automóveis, hotéis e pousadas;
- Exposições agropecuárias e festas tradicionais que atraiam muitos turistas, como a Expoflora e a Oktoberfest, entre outras;
- Grupos de colecionadores e de trocas de cartões-postais na Internet.

Também é possível conseguir cartões-postais publicitários em locais inusitados, que vão desde um desfile de moda até as próprias agências dos correios, como foi o caso da série “Postais do Brasil”, composta de 40 cartões-postais e que foi distribuída em meados dos anos 2000, nos estados de Santa Catarina, São Paulo, Minas Gerais, Pernambuco, Bahia, Amazonas, Rio de Janeiro e no Distrito Federal.

A edição de cartões-postais publicitários tem se mostrado como um mercado em crescimento. Recentemente a Associação Filatélica e Numismática de Santa Catarina (AFSC), distribuiu aos seus associados cartões-postais divulgando o encontro filatélico a ser realizado nos dias 4 e 5 agosto de 2012 em Florianópolis e o Expocard (www.expocard.org.br), exposição virtual de cartões-postais da entidade.

O exemplo a seguir traz um cartão-postal publicitário editado pela Mica Postais Publicitários, retratando a Estação Antártica Comandante Ferraz, na Antártida. Este também é outro tema que dificilmente teríamos em cartões-postais comerciais.



Emissão: 13/03/2007 - Ano Polar Internacional: Estação Antártica Comandante Ferraz, Antártida -
Postal: Programa Antártico Brasileiro - Proantar - Estação Antártica Comandante Ferraz, Antártida
- Ed. Mica Postais Publicitários - **Obliteração ilustrada de 1º dia:** Antártida - 13/03/2007.

O que deve ser evitado

Ao utilizar um cartão-postal publicitário devemos aplicar os mesmos cuidados que são aplicados a um cartão-postal comercial, conforme descrito no regulamento da FIP. Uma atenção maior deve ser dada ao verso do cartão-postal: devemos identificar o espaço para o endereço do destinatário e para a mensagem, que pode ser, neste caso, a mensagem publicitária. O formato do verso não precisa ser o RPC (recomendado pelos Correios), mas deve ser possível enviar o cartão-postal pelos Correios.

Não confunda o cartão-postal com um cartão comum ou um flyer. O cartão comum, apesar de ter a mesma espessura do cartão-postal, não tem espaços para a distribuição via postal. Já o flyer é mais fino, semelhante a um folheto. Eles são utilizados como convites, distribuídos pra anunciar festas, eventos, etc.

Neste último exemplo temos novamente um cartão-postal editado pela Mica Postais Publicitários, retratando um violão. O cartão-postal faz a divulgação de uma escola de música.



Emissão: 20/09/2001- Série Instrumentos Musicais: Violão - **Postal:** Violão - Ed. Mica Postais Publicitários - **Obliteração ilustrada de 1º dia:** Brasília/DF - 20/09/2001.

Recomendações finais

Como vimos, com os cartões-postais publicitários aumentamos em muito as possibilidades de confecção de um máximo postal, pois muitos dos temas retratados em selos não estão presentes nos cartões-postais comerciais e, nos casos dos cartões-postais emitidos pelos Correios, estes nem sempre seguem o regulamento estabelecido pela FIP.

Referências:

- 1) **Agnaldo de Souza Gabriel**, Edição Especial FILACAP Maximafilia Didática, 16 páginas, Cachoeira Paulista/SP, junho de 2010;
- 2) **Agnaldo de Souza Gabriel**, Dois Aspectos Importantes na Montagem de um Máximo Postal, Boletim Informativo da SPP nº 210, São Paulo/SP, abril de 2011;
- 3) **Catálogo de Selos do Brasil**, Editora RHM Ltda., 57ª edição, São Paulo/SP, maio de 2010;
- 4) **Federação Internacional de Filatelia (FIP)**, Diretrizes para Avaliação das Participações de Maximafilia em Exposições FIP, Málaga/Espanha, 2006, aprovada em Luxemburgo, 2007;
- 5) **Federação Internacional de Filatelia (FIP)**, Regulamento Especial para a Avaliação de Participações de Maximafilia, Málaga/Espanha, 2006, aprovado em Luxemburgo, 2007;
- 6) **José Carlos Daltozo**, Cartão-Postal, Arte e Magia, edição do autor, Martinópolis/SP, 2006;
- 7) Máximos postais do acervo do autor.

Na internet:

- 1) Associação Filatélica e Numismática de Santa Catarina (AFSC): www.afsc.org.br
- 2) Grupo troca_de_postais do Yahoo: http://br.groups.yahoo.com/group/troca_de_postais