

UM POUCO DA HISTÓRIA DOS EVENTOS: A FESTA NACIONAL DO CHAMPANHA

SUSANA DE ARAUJO GASTAL*

MARIANA SCHWAAB MACHIAVELLI**

INTRODUÇÃO

Os eventos podem se constituir em importantes atrativos turísticos e, em muitos casos, a falta de recursos naturais ou culturais que funcionem como atratores, acabam por cumprir tal papel, em especial quando associados ao imaginário *festa*. Entretanto, a história dos eventos festa ainda é pouco estudada, pois não raro, os próprios organizadores não se encarregam de produzir relatórios e outros documentos, em que as trajetórias de organização fiquem registradas. A Festa Nacional do Champanha – FENACHAMP, realizada em Garibaldi/RS, na Região turística da Serra Gaúcha, não foge a essa regra.

Assim, o presente artigo introduz a FENACHAMP, com recorte especial na análise histórica e ênfase nos cartazes de divulgação, produzidos para suas diferentes edições. Resgataram-se os cartazes de todas as Festas, totalizando onze peças, produzidas entre 1981 e 2009, apresentados neste artigo na sua versão digitalizada.

Festa e Turismo estão associados, no Rio Grande do Sul, desde 1931, quando foi realizada a primeira Festa da Uva em Caxias do Sul. As comunidades alemãs e italianas, originadas dos principais fluxos de migrantes que se instalaram no sul do Brasil ao longo do século XIX, receberam como legado o cultivo da Festa como forma de celebrar, comemorar e divertir. Momentos que, no mundo colonial, tinham o lazer em contraponto às rotinas de trabalho. Foi a partir da década de 1970, no mesmo Estado, que houve, em concomitância à criação do Sistema Estadual de Turismo, a formulação de políticas públicas de incentivo à realização de Festas temáticas nos distintos municípios. Na época, a maioria deles sofria com a falta de estruturas instaladas para

* Doutora e pesquisadora do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Email: sgastal@terra.com.br

** Bacharel em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (2009) e mestranda m Turismo da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: mariana.turismo@yahoo.com.br

atender as demandas e fluxos de Turismo que começavam a movimentar as economias locais. Para viabilizar o Turismo no local, as Festas temáticas praticadas em diversas comunidades começaram a contar com a montagem de instalações provisórias para comercialização de alimentos e práticas de lazer durante os dias de sua realização, o que permitia que os festejos fossem desfrutados não só pelos munícipes, mas também pelos visitantes e turistas que timidamente começaram a se aventurar até elas, mesmo na falta de infra-estrutura mais adequada. Atualmente, as Festas cultivadas nas mais variadas comunidades, muitas já tradicionais, integram o calendário turístico do Estado e de muitos municípios.

A PRESENÇA DO CARTAZ

O cartaz seria “um anúncio de grandes dimensões e em formato variável, impresso em papel, de um só lado e geralmente a cores, próprio para ser afixado em ambientes amplos, ou ao ar livre, em paredes ou armações próprias de madeira ou de metal”. (RABAÇA e BARBOSA, 1978, p. 71). Rabaça e Barbosa ainda destacam que, atualmente, os cartazes de grandes dimensões, e como tal impressos em várias folhas (partes) que depois são montadas em suportes de madeira, consagraram-se como peças de comunicação colocadas em paralelo às estradas, mas que acabaram invadindo as cidades onde a legislação seja mais condescendente em relação a sua intervenção visual. Por sua vez, “o cartaz de uma folha pode ser colocado também em paredes e tapumes (...) próprios para afixação em pontos de vendas ou no interior de transporte coletivo e estações de embarque” (idem, p. 74). Em termos históricos:

Embora haja registros sobre o uso de cartazes desde a antiga Mesopotâmia, esse recurso de comunicação consagrou-se principalmente a partir do século 19, com o desenvolvimento das artes gráficas; exemplos expressivos desse período são os cartazes criados por Toulouse-Lautrec, Bonnard e Chéret, reconhecidos hoje como legítimas peças de arte. (idem p.71)

Os cartazes de Lautrec teriam nascido de sua freqüência ao cabaré Moulin Rouge. Segundo Iavelberg (s/d, p.7), o dono do cabaré teria compreendido que seu cliente, um artista, poderia qualificar a publicidade da casa, antes entregue a Jules Chéret, que produzia peças pequenas e em cores suaves. “Em 1891, o primeiro cartaz de Toulouse-Lautrec estava nas paredes de Paris, uma grande litografia colorida (...). Toulouse-

Lautrec fez ainda mais trinta litografias para cabarés literários, cantores e escritores” (idem).

No Brasil, ao longo das décadas de 1960 até meados da década de 1990, houve forte presença dos cartazes nas campanhas de eventos turísticos, talvez pelos espaços de exposição disponibilizados em agência de turismo, hotéis e mesmo, dependendo do perfil da cidade, nas vitrines dos estabelecimentos comerciais. O presente estudo, nestes termos, propõe resgatar a importância desta peça publicitária, para o turismo. Destaca, para tal, os cartazes do evento temático Festa Nacional do Champanha - FENACHAMP, realizado no município de Garibaldi/RS, peças estas utilizadas nas campanhas publicitárias de cada edição da Festa.

De acordo com Moles (1987), o cartaz surgiu da vontade de difundir o anúncio impresso. Para este teórico, a vantagem do uso do cartaz em uma campanha publicitária seria a percepção quase imediata da imagem, a leitura da mensagem sendo feita de maneira rápida, em comparação a um anúncio onde haja apenas texto escrito. Para atrair o olhar e passar a mensagem, o cartaz utiliza-se da composição da imagem, aliado a pequenos textos.

Entre as funções do cartaz destaque-se, ainda, de acordo com Moles (1987), a **função urbana**, pois a cidade seria o lugar mais comum para a presença dessa peça, onde ele exerceria uma função dentro da paisagem. Moles compara a colocação dos cartazes na cidade com um mosaico, visto que seriam afixados de maneira não lógica, e forneceria “a cor da cidade” (MOLES, 1987, p. 220). O autor referia-se mais especificamente aos *outdoors*, mas seria possível tal aproximação para peças de menor porte, guardadas as proporções.

No contexto ser analisado a seguir, da FENACHAMP, realizada a cada dois anos em Garibaldi/RS, os cartazes são afixados normalmente nas vitrinas dos estabelecimentos comerciais e nas empresas do município, bem como em alguns municípios vizinhos, em instituições que participam da Festa, órgãos de turismo do Estado e do País, agências e operadoras de turismo, entre outras distribuições de menor expressão².

² Informações cedidas pela Secretaria Municipal de Turismo, na pessoa de Rojane Andrighetti, visto que até então mesmo que a organização não estivesse centralizada na Secretaria de Turismo, a distribuição dos cartaz acontecia através dela

FENAHAMP: SUA HISTÓRIA, SEUS CARTAZES

Garibaldi, autodenominada como Terra do Champanha, produz a bebida desde 1913, ano em que também foi realizada a 1ª Exposição de Uvas da Região Serrana. No final da década de 1970, o município produzia 90% do espumante do país, número e produtos digno de comemoração. Desde 1967 entidades empresariais considerava-se criar um evento em torno do champanha (MIOTTI, 2009). A Ata da Reunião do Centro da Indústria Fabril - CIF de 4 de novembro de 1968 registrou fala do vice-presidente Itaner Rossi lançando

(...) nesta oportunidade, a idéia para a realização do Festival do Champagne em Garibaldi, pois a exemplo do que é feito em outras partes com outros produtos e sendo aqui o berço do champagne no Brasil, acreditava termos condições de realizar uma promoção grandiosa (MIOTTI, 2009).

A ideia era a de realizar a promoção já no ano de 1969, concomitantemente com a Festa da Uva de Caxias do Sul, de 22 de fevereiro a 23 de março, aproveitando o fluxo de visitantes. Na mesma ocasião, o prefeito municipal Irani Peterlongo Rosa também se posicionou perante o tema, manifestando o integral apoio da municipalidade para a realização de dito Festival, mesmo que seu mandato estivesse por findar. Chegou o ano de 1969 e o Festival não foi realizado. Assim, no dia 5 de maio deste ano, o recém empossado prefeito Léo Antônio Cisilotto, em reunião do CIF, expressou sua vontade de realizar o evento, comentando que Garibaldi tinha condições para realizar um evento desta magnitude, propondo que o Festival fosse pensado para 1971, visto que 1970 aconteceria a 2ª FENAVINHO³. O prefeito foi apoiado pelos empresários ali presentes. Porém, em junho de 1969 o assunto novamente foi abordado pelo prefeito Léo Antônio, informando que os planos de realização do Festival estavam ameaçados devido à transferência de data da 2ª FENAVINHO para o ano de 1971 e que em 1972 aconteceria a Festa da Uva.

Ainda neste ano, mas não com o nome de “Festival do Champanha”, o evento aconteceu nas comemorações da 2ª Semana de Garibaldi, sendo denominado como Exposição Industrial, onde os visitantes adquiriam um ingresso no valor de CR\$ 0,50 que permitia degustar uma taça de champanha servida em garrafa original e com rótulo próprio do evento, conforme coloca Miotti (2009). Mais tarde, mas sem esquecer a idéia

³ Festa Nacional do Vinho, realizada até hoje em Bento Gonçalves – RS

do “Festival do Champagne”, foi promovida pelo Poder Público⁴, com a colaboração da CIF e da Associação Comercial, uma exposição para mostrar o potencial empresarial do município. O evento atraiu cerca de 50 mil pessoas, sucesso que fez retomar-se as tentativas de organização de um evento mais ambicioso em torno do champanha que divulgaria o champanha e o potencial de Garibaldi.

Em 27 de dezembro de 1978, em reunião da Câmara de Indústria e Comércio de Garibaldi - CIC, o presidente Adolfo Alberto Lona retoma o desafio de promover um evento nacional (MIOTTI, 2009), que seria a 1ª Festa Nacional do Champanha, que se efetivaria no ano de 1981. Para a realização da mesma, no dia 12 de junho de 1979, foi firmado o “Contrato de Constituição de Sociedade Civil por Quotas de Responsabilidade Limitada”⁵, entre a Prefeitura Municipal de Garibaldi, Centro de Indústrias Fabril e Associação Comercial, criando uma sociedade sem fins lucrativos, que visava o desenvolvimento comunitário, econômico e social do Município.

Definida a diretoria da Festa Nacional do Champanha, os trabalhos foram iniciados, buscando envolver a comunidade no projeto. Tendo isso em vista, em fevereiro de 1981⁶ foi realizado o 1º Festival Colonial Italiano, a fim de divulgar a cultura local e angariar subsídios para a realização da primeira Festa Nacional do Champanha. Durante a organização desta, foram encontrados os seguintes problemas: não havia conhecimento de como fazer a Festa e não havia nem local nem recursos disponíveis. Então os organizadores da Festa decidiram realizar uma reforma no antigo Parque Santa Mônica⁷, e lá realizaram-na. Assim, a primeira edição da Festa aconteceu de 10 a 26 de julho de 1981.

A **Primeira FENACHAMP** visava promover a Indústria do Champanha, destacando todos os aspectos da cultura de Garibaldi, fazendo assim relação e supondo a participação da comunidade garibaldense. Para surpresa dos organizadores, que esperavam de 20 a 30 mil visitantes, a Festa atraiu um público de 69 mil pessoas.

⁴ Representado pelo então prefeito Acyr Girondi

⁵ Festa Nacional do Champanha Ltda

⁶ Festival característico do município, é realizado anualmente

⁷ Parque de domínio municipal onde havia um restaurante, um lago e um bosque, os quais ainda existem

O cartaz da primeira festa⁸ apresenta em destaque, no centro, uma taça de modelo quadrado⁹ servida com a bebida. No lado direito da taça existe uma marca de batom em forma de beijo, na cor vermelha, e no lado esquerdo um toque de luz. Sob o fundo de cor preta, encontramos na parte superior do cartaz a edição e nome da Festa (1ª FENACHAMP), e ligeiramente abaixo a extensão do nome (FESTA NACIONAL DO CHAMAPANHA), ambas em caixa alta. Essa peça foi desenvolvida pela agência de Publicidade Villa Romani, de Caxias do Sul/RS.

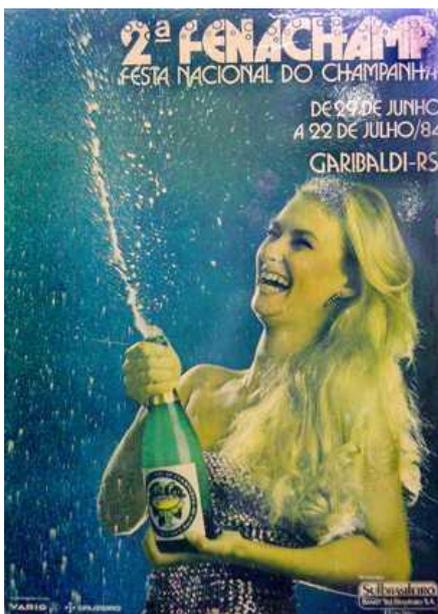


Figura 1: Cartaz da 2ª FENACHAMP
Fonte: FENACHAMP

A **Segunda FENACHAMP** aconteceu de 29 de junho a 22 de julho de 1984 e contou com 92 expositores. A Comissão Organizadora recebeu o apoio de diversas entidades do município, como Lions Club, Rotary Club e demais associações para a realização da Festa. Foi nesta FENACHAMP que uma grande garrafa de champanha foi instalada no trevo de acesso ao parque, e lá permanece até os dias atuais, identificando o município. Na entrada da Festa, o visitante recebia uma taça com a logomarca do evento ao adquirir o ingresso, com a qual podia degustar o champanha à vontade. Além do champanha e da gastronomia associada à imigração italiana, os visitantes podiam visitar os expositores da indústria moveleira e encontravam à disposição um roteiro de visitas à cidade em ônibus especiais, que levavam os turistas para conhecer seus pontos turísticos.

Desenvolvido também pela agência de Publicidade Villa Romani, de Caxias do Sul/RS, o cartaz desta edição da Festa apresenta em destaque uma mulher loira que estoura uma garrafa de champanha. Assinam o cartaz os patrocinadores e realizadores: Varig, EMBRATUR e Cia. Riograndense de Turismo, reiterando o apoio do Governo às

⁸ O cartaz da primeira festa pode ser conhecido no artigo: O Cartaz na Comunicação Turística: Um Estudo Introdutório a Festa Nacional do Champanha. MACHIAVELLI, GASTAL. GP Comunicação, Turismo e Hospitalidade, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010

⁹ Cabe ressaltar que não é a taça apropriada para o consumo da bebida, que deve ser de bocal mais fechado e fundo arredondado, para valorização das borbulhas

Festas no estado, conforme citado anteriormente. O fundo de todo cartaz dá a impressão de um céu noturno sem estrelas nem luzes.



Figura 2: Cartaz da 3ª FENACHAMP
Fonte: FENACHAMP

Novamente três anos se passam, até agosto de 1987 período de realização da **Terceira FENACHAMP**, com o apelo comercial: “Entre nessa Festa”. Essa Festa foi de fundamental importância para a consolidação da estrutura física do Parque Santa Mônica, então denominado Parque da FENACHAMP, que contou com diversas novas estruturas: portões, estacionamento, concha acústica, lago (que propiciou a realização de jogos aquáticos durante a festa), memorial da colonização italiana, estrutura para lanchonetes, casa do champanha e melhoria dos sanitários.

A agência responsável pelo cartaz dessa Festa foi a Ponto Um, de Porto Alegre/RS. Em destaque, no lado esquerdo, temos uma garrafa de champanha que está com a rolha estourando, porém, sem deixar jorrar a bebida. No lado direito observa-se uma composição de fotos, onde na primeira (mais acima) temos um close do rosto da Rainha da Festa com sua coroa segurando uma taça de champanha. A foto que segue na seqüência mostra a gastronomia. A terceira e última foto da composição apresenta uma vista aérea do parque e pavilhão onde é realizada a Festa, em um momento de grande movimento. Entre a garrafa e as fotos, está o slogan da festa em caixa alta: ENTRE NESSA FESTA. Os realizadores e patrocinadores da Festa foram: Varig, Georges Aubert e De Greville.

A **quarta edição** da FENACHAMP foi realizada três anos depois, de 6 a 29 de julho de 1990, e com o apelo comercial “Alegria, Alegria”. Tinha por principal objetivo levar a Garibaldi o maior número de pessoas e atendê-las da melhor maneira possível. As atrações da Festa, além do champanha, eram a gastronomia local associada à imigração italiana, música danças e apresentações externas, como o Desfile de Carros Alegóricos. A Festa contou com apoio de entidades e empresas de turismo, bem como da Marinha, do Exército e da Aeronáutica, que trouxeram a apresentação da Esquadrilha da Fumaça, de saltos de pára-quedismo.



Figura 3: Cartaz da 4ª FENACHAMP
Fonte: FENACHAMP

Desenvolvido pela empresa Martins e Andrade, de Porto Alegre/RS, o cartaz inova no formato, agora horizontal. Na foto, aparecem seis pessoas, todos sorrindo. Ao fundo observa-se um ambiente de uma cave de pedra, com um pupitre¹⁰ cheio de garrafas centralizado.

São patrocinadores e apoiadores: CVC Viagens e Turismo, Poder Público Municipal – 90 anos e Delantier.

A **quinta FENACHAMP** acontece de 09 de julho a 1º de agosto de 1993, com o apelo comercial “A Festa Mais Borbulhante do País”. Esta edição teve a proposta de consolidar a Festa como a Festa Nacional do Espumante, e por isso, a diretoria investiu muito na divulgação pelo país. Foi realizado um lançamento da Festa em São Paulo,



Figura 4: Cartaz da 5ª FENACHAMP
Fonte: FENACHAMP

trabalhando com empresas de turismo. Como resultado, a Festa atraiu 100 mil visitantes, com uma forte participação de turistas de outros estados. Numa área de 45.000m², foi montada toda a estrutura para acolher os visitantes e uma exposição industrial e comercial. A 5ª Edição da Festa Nacional do Champanha preocupou-se em divulgar conhecimentos sobre o espumante fino, através da realização de cursos de degustação. Houve o desfile de carros alegóricos das ruas de Garibaldi até o Parque da FENACHAMP.

É nesta edição da FENACHAMP que se encontram as primeiras referências concretas quanto à inserção da comunidade local. Para lograr este objetivo, a organização promoveu algumas campanhas diferenciadas junto à comunidade: concurso de decoração de vitrinas e residências e um concurso fotográfico.

¹⁰ Cavalete de madeira com orifícios onde as garrafas de espumante Método Clássico terminam sua maturação, dispostas de cabeça para baixo (VINHOS.DOC)

Com base na análise de documentos da Comissão Financeira dessa edição da Festa, conclui-se que a responsável pela elaboração do cartaz foi a Expressão Brasileira de Propaganda Ltda. (melhor outdoor do ano para Varig em 1991).

O cartaz dessa edição da Festa não obedece ao padrão retangular existente nas peças anteriores. Continua retangular, porém mais estreito em comparação aos demais. A foto mostra uma taça de champanha em close, e ela está quase cheia. Sobre esta está estampado o slogan da festa em letras em caixa alta na cor vermelha: A FESTA MAIS BROBULHANTE DO PAÍS. São patrocinadores e realizadores: Vairg, Rio-Sul Aéreos, Telasul. Observa-se que nessa barra inferior aparece a haste da taça sobre a barra, dando continuação ao objeto da foto.

Após esta edição acontece um marco importante na história da Festa: foi extinta a empresa **Fenachamp Ltda.**, realizadora da Festa até então. Assim que a sexta edição da Festa, que aconteceria em 1996 não ocorreu. Como a empresa tinha como sócios o Município de Garibaldi e a CIC (união do Centro de Indústrias Fabril e Associação Comercial), o capital de propriedade da CIC foi doado ao Município, incorporando ao seu patrimônio o Parque da Fenachamp. A extinção da Fenachamp Ltda. aconteceu devido à proposta da CIC, pois tinha o objetivo de possibilitar que a iniciativa privada administrasse o Parque da Fenachamp, concedendo o uso via licitação. O processo de



Figura 5: Cartaz da Festa do Champanha 1998
Fonte: FENACHAMP

fato ocorreu, mas não da forma como foi planejada e gerando resultados insatisfatórios para a comunidade, o que desencadeou a retomada da administração do Parque pelo poder público.

A Festa Nacional do Champanha passou a ser de responsabilidade de uma Comissão Comunitária, que realizou a **6ª FENACHAMP** de 30 de outubro a 8 de novembro de 1998, apresentando uma proposta diferenciada. O nome da Festa foi apenas FESTA DO CHAMPANHA 1998. Mais uma vez buscando envolver a comunidade e mostrar aos turistas o dia-a-dia do município, os organizadores optaram por realizar o evento nas ruas da cidade¹¹.

¹¹ parte da Rua Buarque de Macedo e das Avenidas Rio Branco e Presidente Vargas

O cartaz desta Festa apresenta-se com o elemento “taça” como principal. Esta se apresenta em forma de desenho, e está localizada como um plano de fundo, juntamente ao fundo de cor champanha, onde se encontra na posição levemente diagonal. Dentro da taça observa-se o desenho de champanha com borbulhas na cor branca.

O dizer “Venha Borbulhar de Alegria...” aparece logo abaixo, com letras grandes e o nome da Festa – Festa Nacional do Champanha em seguida. Os realizadores, patrocinadores e apoiadores são: CIC, APEME, Prefeitura Municipal e Bannisul.

Na 7ª edição da festa o modelo proposto no evento anterior foi mantido, e aconteceu de 11 a 22 de outubro de 2000, com o slogan “Garibaldi, 100 anos para

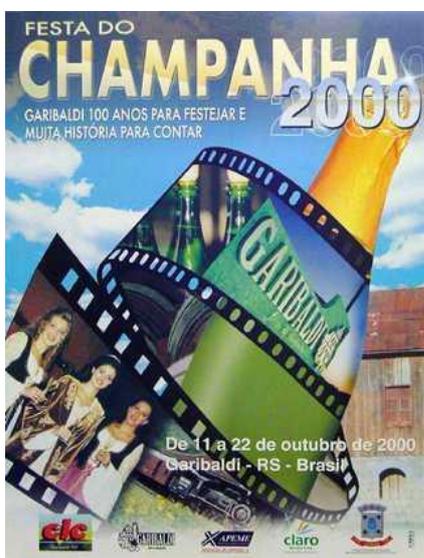


Figura 6: Cartaz da Festa do Champanha 2000
Fonte: FENACHAMP

festejar e muita história pra contar...” (homenageando os 100 anos de emancipação do município). A **Festa do Champanha 2000** seguiu o mesmo modelo da festa de 1998, acontecendo nas ruas da cidade com o propósito de chamar a comunidade e região para integrar a festividade¹². Esta edição contou com um pequeno projeto elaborado para a sua execução. O mesmo tinha como justificativa representar o símbolo da conquista do povo imigrante que habitou a região, demonstrando a

pujança do povo organizado e trabalhador. Esta Festa contou com muitas dificuldades, como problemas climáticos, mas ainda assim atraiu um público de

cerca de 80 mil pessoas, conformando realmente uma Festa.

O cartaz da Festa do Champanha 2000 foi elaborado pela Agência Caras, de Carlos Barbosa/RS. O fundo desse cartaz apresenta um céu azul com algumas nuvens e uma casa de madeira que aparece parcialmente. Em frente e em destaque uma garrafa verde de espumante com o envoltório do gargalo dourado. Da garrafa projeta-se um tipo de filme – dando a idéia de rolo de filme, onde aparecem fotografias. Pode-se observar o desenho do pórtico da cidade, garrafas de espumante na produção, a Maria Fumaça e as Soberanas do evento, que aparecem com o traje oficial e em gesto de brinde.

¹² DVD FENACHAMP 25 Anos – sua história e sua gente

Na parte inferior do cartaz, sobre a garrafa, alinhado a esquerda e em duas linhas, aparece a data de realização e a localização (consta o país). No rodapé do cartaz aparecem os logotipos de realizadores, patrocinadores e apoiadores: Câmara de Indústria e Comércio - CIC de Garibaldi, Garibaldi Terra do Champanha, Associação de Pequenas e Micro¹³ Empresas de Garibaldi – APEME, Claro – empresa de telefonia móvel – e Prefeitura Municipal de Garibaldi.

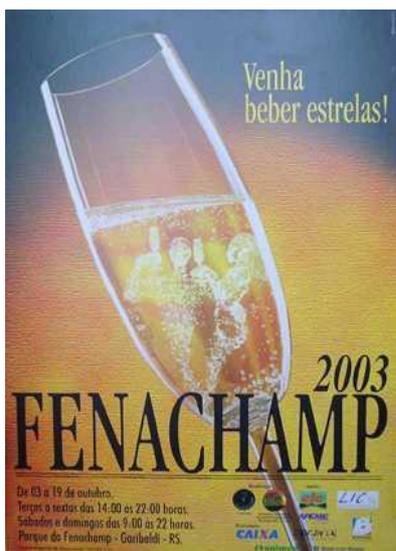


Figura 7: Cartaz da FENACHAMP 2003
Fonte: FENACHAMP

A 8ª edição da Festa aconteceu de 3 a 29 de outubro de 2003, com o apelo comercial “Venha Beber Estrelas”. A **FENACHAMP 2003** enfrentou dois desafios principais para sua realização: primeiro, atendendo uma reivindicação da comunidade, o retorno da Festa ao Parque da Fenachamp, devido aos transtornos causados ao realizar o evento no centro da cidade (trânsito, clima...), além de, devido ao momento vivido pela economia local, o dever de encontrar um modelo adequado para viabilizar a participação das vinícolas, pois o anterior não seria apropriado, ressalta o Presidente Antenor Fellini. Esta Festa passaria a visar mais do que a divulgação do produto também a sua comercialização, prevendo algum retorno econômico ao expositor.

Dentro dos Pavilhões foi montada uma grande champanharia, onde o visitante poderia sentar e degustar o espumante das vinícolas, além de estar servido com gastronomia típica da imigração italiana. Ao adquirir o ingresso, o visitante ganhava uma taça de vidro personalizada com a logotipia da mesma, e um ticket para degustar um dos espumantes das 31 empresas que estavam participando do evento.

Desenvolvido por JJD Proequipe, de Caxias do Sul/RS, o cartaz da FENACHAMP 2003 apresenta em destaque uma taça de espumante servida com a bebida. A taça se encontra na posição levemente diagonal, e dentro da bebida a perlage forma a representação de um casal que está prestes à brindar, dando à idéia de comemoração. Este é o primeiro cartaz em que o ano (2003) aparece em destaque.

¹³ Na época tinha este nome, porém hoje é a Associação de Pequenas e Médias Empresas

Entre os patrocinadores e realizadores estão FENACHAMP, Vinícola Garibaldi, CIC de Garibaldi, APEME, Caixa Econômica Federal, Unimed, Ibravin. A destacar que nesse ano a primeira edição com apoio da Lei de Incentivo à Cultura – LIC.

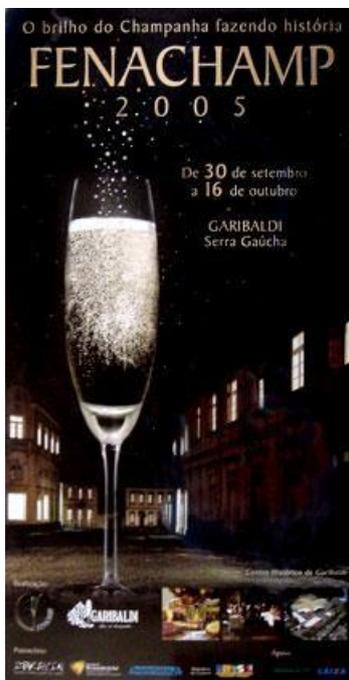


Figura 8: Cartaz da FENACHAMP 2005
Fonte: FENACHAMP

A Festa de 2005 foi realizada pela Prefeitura Municipal de Garibaldi, Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio e Comissão da Festa, com o tema “O Brilho do Champanha Fazendo História”, esta edição aconteceu de 30 de setembro a 16 de outubro de 2005. A **FENACHAMP 2005** teve como proposta, trazer à tona o charme e o glamour do espumante fino, aliando a isso a alegria e a expressão da década de 1920. Década esta, considerada o apogeu do Município de Garibaldi, o qual é representado pelos casarios históricos da rua central. Além disso, a década de 1920 é considerada uma época de grande sofisticação, o que apresenta forte relação com o espumante fino. Esta edição da Festa foi decisiva ao consolidar o modelo de uma grande champanharia adotado na FENACHAMP 2003, mostrando seu real sucesso.

A peça publicitária foi desenvolvida pela agência Studio Uno, de Caxias do Sul/RS. O cartaz desta edição da Festa tem como imagem central a taça de champanha, que aparece em destaque quase. A taça possui o bocal um pouco mais fechado que o corpo, e é alta. Chama atenção o perlage intenso, que se espalha pelo cartaz como estrelas muito pequenas numa cor que tende ao dourado, misturando-se às estrelas do céu que está ao fundo e encobrindo a imagem do Centro Histórico da cidade à noite, com suas janelas iluminadas e a rua deserta. Novamente a data (2005) aparece em destaque.

São os realizadores: FENACHAMP, e Prefeitura Municipal de Garibaldi – representado pelo logotipo da Terra do Champanha. Os patrocinadores: Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, Banrisul, Ministério do Turismo, e apoio da UNIMED e Caixa Econômica Federal.



Figura 9: Cartaz da FENACHAMP 2007
Fonte: FENACHAMP

A **FENACHAMP 2007** aconteceu de 19 de setembro a 7 de outubro de 2007 e convidava o visitante com o slogan “Venha Brindar Seus Melhores Momentos”. Também comemorou os 25 anos da realização da primeira edição da Festa e buscou resgatar a história e magia de todas as Festas anteriores. Durante o ano de 2007, a Diretoria da Festa e a Prefeitura Municipal promoveram diversos eventos que mostraram a comunidade esta história, além de reunir todos aqueles que já colaboraram com a FENACHAMP em diversas solenidades. Dentre estes eventos, destacou-se a Exposição FENACHAMP 25 ANOS que reuniu quadros, fotos, folders, vestidos e acessórios de todas as festas anteriores, e foi lançado um audiovisual contando a história da Festa Nacional do Champanha, nomeado “FENACHAMP 25 anos – sua história e sua gente”. Durante a Festa, que permaneceu no Pavilhão da Fenachamp e nos moldes da edição anterior, aconteceu uma exposição dos vestidos das Soberanas e cartazes de todas as edições anteriores. Também aconteceu o resgate do Desfile de Carros Alegóricos no Parque, onde estiveram presentes diversas pessoas ligadas a festa, entre Soberanas e Comissões passadas. Além do Champanha, diversas atividades¹⁴ e shows nacionais, fizeram a festa atrair um público de 52 mil pessoas que consumiram, nas 12 vinícolas expositoras, mais de 20 mil garrafas de champanha em seus 13 dias de realização.

O cartaz da FENACHAMP 2007 foi desenvolvido pela agência Fattore Comunicação Integrada.

Em franco destaque, ocupando todo o lado esquerdo do cartaz, aparece a Rainha, coroada e com o traje oficial, sorrindo e empunhando uma taça de champanha, num gesto de brindar, cercada por uma espécie de aura dourada. Ao seu lado, no lado direito, observamos uma composição de fotos que se dá em forma de espiral, que se inicia a partir do dizer “25 anos”, o qual está permeado por uma forma de luz na cor branca.

¹⁴ Encontro de motos, encontro de carros antigos, encontro da terceira idade

No rodapé da peça aparecem os realizadores, patrocinadores e apoiadores: FENACHAMP, Prefeitura Municipal de Garibaldi, Tramontina, Banrisul, Claro – telefonia móvel, Caixa Econômica Federal e Ministério do Turismo, Unimed, Vinícola Chandon, Cooperativa Cairú, Telasul, Sulgás. Por último aparece o logotipo da Lei de Incentivo à Cultura.



Figura 10: Cartaz da FENACHAMP 2009

Fonte: FENACHAMP

A **FENACHAMP 2009**, que aconteceu de 1 a 25 de outubro foi organizada pela Associação Rota dos Espumantes de Garibaldi, entidade representativa do setor vinícola do município, com o apoio da CIC e da Prefeitura Municipal. Ressalta-se que esta edição reuniu empresas que representaram 90% da produção nacional de espumante, e atraiu 60 mil visitantes aos Pavilhões. Cabe destacar a reforma da Vila Típica Italiana, espaço reservado a uma vasta programação de atividades que proporcionaram aos turistas e aos visitantes o privilégio de provar os produtos da região e da agricultura familiar. Diversão, comida e cultura italiana eram os principais atrativos e, cada final de semana uma

“comunidade do interior” de Garibaldi era convidada a permanecer no local, além de todas participarem de jogos lúdicos rurais. Neste ambiente também havia a exaltação a símbolos como o “Relógio da Vida”¹⁵ e a Igreja, além de realização de palestras sobre o meio rural e shows típicos italianos.

Desenvolvido pela Fattore Comunicação Integrada, esse cartaz, que apresenta fundo preto, traz a figura de um casal em destaque. A mulher é loira, está com o cabelo preso, e sua mão está coberta por uma luva branca. Sua taça é do tipo aberta¹⁶. O homem não apresenta acessórios e veste uma camisa branca com estreitas listras pretas,

¹⁵ Área com plantação de ervas medicinais onde cada erva tem uma funcionalidade importante para a saúde do corpo humano e para um órgão específico, além de ser adequada para um determinado horário do dia.

¹⁶ Inspirada no formato do seio feminino, é uma taça baixa e de bocal aberto. Reza a lenda que foi inspirada no seio da rainha Maria Antonietta, utilizada até os anos 1960. Diz-se também que o seio modelo para a taça teria sido da marquesa Jeanne-Antoinette Poisson, a Madame de Pompadour, secretária de ordens e outros assuntos de Luís XV, que governou Versalhes, admiradora dos produtos produzidos na região francesa de Champagne (<http://pisandoemivas.blogspot.com>).

da qual aparece apenas o punho. Sua taça é do tipo flute¹⁷. Ambas as taças estão servidas com espumante. Entre o casal, na altura das suas testas, está a frase “A Evolução do Champanha”, o que significa dizer que o feminino está associado a tradição e o masculino ao contemporâneo.

Os realizadores são: FENACHAMP, Prefeitura Municipal de Garibaldi e CIC de Garibaldi.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como observado através da convergência da história da FENACHAMP e de seus cartazes, Garibaldi, através do Poder Público, galgou uma marca – Terra do Champanha – que busca identificar o município frente à região. Para corroborar este título realiza a Festa Nacional do Champanha, e busca marcar cada vez mais essa identidade frente à comunidade e região. Para tanto, utiliza-se dos elementos constantes em todos os cartazes, como a garrafa e taça de espumante, estes que associam-se ao patrimônio material e imaterial do município.

Garibaldi, como a maioria dos municípios da Região Uva e Vinho teve sua colonização majoritariamente italiana, com algumas outras etnias em menor escala, destacando-se a presença francesa. Até hoje, Garibaldi trabalha elementos da cultura da imigração italiana tanto como atrativo ao turista como com a comunidade local. Observa-se nos cartazes a presença da **culinária típica da imigração italiana**, de **elementos representativos do município**¹⁸, quem tem função de reafirmar diante de si mesmo a identidade e o reconhecimento, aparece através de patrimônio material, monumentos, lugares e representações da cultura e tradições aparecem, por ordem de presença.

O elemento predominante, presente em dez dos onze cartazes, não aparecendo apenas no cartaz da 2ª FENACHAMP – 1984, é **a taça**. Esse elemento aparece ora como elemento central ora como elemento secundário, empunhado pela Soberana. O **ato de brindar** ou o **convite ao brinde** representado pela taça em punho ou aqui entendido pela verticalização da taça ou sua representação está presente em sete

¹⁷ Taça de cabo alto e bojo estreito e comprido, buscando preservar o perlage por mais tempo, pois evita a dissipação do gás carbônico. O início da sua utilização deu-se na década de 1970 (ALBERT, 2008).

¹⁸ Excluindo o champanha e seus elementos significativos

cartazes. Nesse ato, podemos observar a presença (imaterial) de uma relação de hospitalidade, tendo em vista que a hospitalidade pressupõe o encontro e a troca com o outro, além do bem receber e acolher o visitante.

Destaque-se que todos os cartazes apresentam a idéia de **brilho e glamour**, normalmente relacionada ao consumo do champanha, o que podemos relacionar com um tipo de patrimônio imaterial do município, pois é muito presente e o destaca frente aos demais municípios da região através da sua bebida diferenciada.

Observa-se nos cartazes e em toda trajetória apresentada a preocupação com a marcação do tempo histórico, através das datas que, em 1998, passam a fazer parte do nome das Festas. Também destaca-se a presença dos elementos que remetem à história do município, como o Centro Histórico, os 25 anos de história da Festa, os slogans “Evolução do Champanha” e “100 anos para festejar muita história para contar...”.

Contudo, observa-se, no processo de pesquisa para realizar estudos desse tipo, a falta de memória relacionada às Festas, sendo que nem os próprios organizadores demonstram uma preocupação nesse sentido.

REFERÊNCIAS

ALBERT, Aguinaldo Zäckia. *Borbulhas: tudo sobre champanhe e espumantes*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002.

IAVELBERG, R. et al. *Henri Toulouse-Lautrec*. Supmneto didático.

MIOTTI, Vandenir. *CIC de Garibaldi – 1924-2009 - 85 Anos de História: A Força do Associativismo*. Caxias do Sul: EDUCS, 2009.

MOLES, Abraham Antoine. *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva, 1987.

PISANDO EM UVAS. Blog. Disponível em <<http://pisandoemuvvas.blogspot.com>>. Acesso em 14 de junho de 2011.

Prefeitura Municipal de Garibaldi. Audiovisual **FENACHAMP 25 anos** – Sua história, sua gente. Garibaldi – RS: 2007.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

VINHOS.DOC. Website. Disponível em <<https://www.vinhosdoc.com.br>>, acesso em 29 de junho de 2010.