ANÁLISE DA FESTA DO PEIXE E DA CACHAÇA EM PIRACICABA

Juliana Trombeta Reis

Michele Coelho Novembre

RESUMO: O artigo tem como objetivo geral analisar a Festa do Peixe e da Cachaça como atrativo turístico da cidade de Piracicaba, realizada anualmente, durante cinco dias, desde 2005, na cidade de Piracicaba, São Paulo. O objetivo específico é investigar essa festa como um atrativo turístico para a cidade, que valoriza os produtores artesanais da cachaça e incentiva o consumo de peixes. A metodologia utilizada foi análise bibliográfica e documental. A Festa do Peixe e da Cachaça é um evento que atrai turistas para a cidade de Piracicaba, devido ao número crescente de participantes a cada ano, tanto do público como o de produtores e de restaurantes, à efetividade da divulgação da produção regional da cachaça artesanal e ao estímulo para o consumo de peixes, pela criação de um Roteiro Gastronômico da cidade, pautado nos dois ingredientes, peixe e cachaça.

Palavras-chave: Festa; Turismo; Comensalidade; Hospitalidade.

ABSTRAT: This research has the objective to introduce one party in Piracicaba, São Paulo State, called "feast of Fish and Rum". This party is included in the official touristic calendar of these city, since 2005. The main proposal os this article is analyse the influence of this party in the tourism of the Piracicaba city and improve the fish consume. Considering the quantity of persons envolved, this event improves the tourism in Piracicaba, there is the improvement on the fish consume and the *cachaça* producers had been stimulate to participate in this party to explain about it.

Keywords: Party; Turism; Hospitality; Commensality.

1. INTRODUÇÃO

Uma das festas, que faz parte do calendário turístico da cidade de Piracicaba, realizada desde 2005, durante cinco dias no mês de novembro, é a Festa do Peixe e da Cachaça. A festa é realizada na Rua do Porto, próximo ao Casarão do Turismo, local mantido pela prefeitura para informações turísticas.

A relação da cidade com a cachaça é decorrente da formação rural da cidade, pois Piracicaba foi um dos polos brasileiros de produção de açúcar e essa

atividade, consequentemente, favoreceu a produção da cachaça, uma vez que Piracicaba já foi referência na produção dessa bebida.

A relação da cidade com o peixe é decorrente da existência do rio Piracicaba, que gera atividades econômicas como a pesca e a utilização do peixe como alimento.

Essa festa é para divulgar as cachaças de Piracicaba e da região, por meio da participação dos produtores e da exposição de produtos e derivados, tais como a divulgação de marcas artesanais de cachaça, licores e outros derivados, além dos peixes utilizados em diversos pratos da culinária local, disponíveis nas barracas do setor de alimentação da festa. Há benefícios também para os bares e os restaurantes da Rua do Porto, em função dos mais de 10.000 turistas e visitantes que participam desse evento desde 2005.

2. AS RELAÇÕES ENTRE A CIDADE DE PIRACICABA, O RIO E A FESTA DO PEIXE E DA CACHAÇA

Para iniciar o relato da festa é interessante destacar qual é o conceito de festa. Dessa forma, pode ser empregada a pesquisa de Amaral (1998) que compilou as definições de festa por diversos autores e destacou que, a primeira definição foi a de Durkeim, que considerou a função recreativa e libertadora das festas, tanto no sentido religioso ou não.

Complementando, considerou que a festa permite que se apreenda o sentido de cidadania, ao proporcionar uma maior consciência de comunidade, de grupo. Atribuindo à festa importância sob três pontos de vista:

a) Cultural, uma vez que coloca em evidência aspectos relacionados com valores, artes, devoção;
b) Modelo de ação popular, importante na interação e integração social;
c) Produto turístico, capaz de promover e revitalizar cidades até então menos conhecidas ou que viram as suas festas mais tradicionais perderem a visibilidade perante o público.

Por outro lado, associando o conceito de festa ao alimento Lody (2008) afirmou que:

> "A festa culinária faz ativar memórias, relembra histórias, une os homens, trazendo ancestrais, deuses, mitos, santos, todos eles reunidos e representados nas mesmas comidas e nos mesmos atos de comensalidade, através de datas, ciclos, eventos, que permitem identificar sociedades, transmitindo um caráter próprio e singular a um povo, uma região, civilização, a um indivíduo e que exibe na comida o elo fundamental que o identifica e reconhece."

Nesse contexto, a festa que será caracterizada contém as características descritas na definição de festa.

Uma das festas, que faz parte do calendário turístico da cidade de Piracicaba, realizada desde 2005, durante cinco dias no mês de novembro, é a Festa do Peixe e da Cachaça. A festa é realizada na Rua do Porto, próximo ao Casarão do Turismo, local mantido pela prefeitura e destinado às informações para o turista.

A cidade de Piracicaba, interior do Estado de São Paulo, está a 164 km da cidade de São Paulo, foi fundada oficialmente em agosto de 1767, é originada de uma Sesmaria outorgada em 1693, cujo centro era a queda de água do rio, foi caracterizada como "freguesia" em 1774 e originou a cidade após ser transferida para a margem esquerda do rio.

O município de Piracicaba, conhecido também como "Noiva da Colina", tem 364.872 mil habitantes, é caracterizado pela pujança econômica, centros universitários e tecnológicos, empresas multinacionais e pelo respeito e conservação da cultura piracicabana, sem perder as características de cidade "caipira" do interior, que se destaca pelos atrativos naturais e pela hospitalidade natural das pessoas.

A relação da cidade com a cachaça é decorrente da formação rural da cidade, pois Piracicaba foi um dos polos brasileiros de produção de açúcar e essa atividade, consequentemente, favoreceu a produção da cachaça, uma vez que Piracicaba já foi referência na produção dessa bebida. Em 1787 Piracicaba tinha três engenhos de açúcar e nove em 1799 e no início do século XX era o município de maior produção de açúcar da América Latina, devido aos engenhos Central e Monte Alegre.

O rio de Piracicaba está localizado na parte central do Estado de São Paulo, corre de Leste para o Oeste, é formado pela junção dos rios Atibaia e Jaguaribe, tem 177 km e deságua no rio Tiête a 115 km de Piracicaba. O rio de Piracicaba já foi navegável, de 1874 a 1924, favoreceu a formação e o desenvolvimento de povoados, atualmente cidades, da agricultura e de indústrias e outras atividades do homem, é um rio que tinha abundância de água e de peixes e que, hoje, tem restrição em quantidade e da qualidade da água e da quantidade e das espécies de peixes. A relação da cidade com o peixe é decorrente do rio.

Aliás, Rodrigues (2005) afirmou que "a riqueza piscícola do rio Piracicaba estava relacionada à qualidade das águas e à profundidade". Esse mesmo autor relatou que, entre 1917 e 1952, foram descritas 51 espécies de peixes, classificadas em cinco famílias. Os peixes mais pescados foram o dourado e o curimbatá, que não são mais pescados nesse rio.

A Rua do Porto, que é paralela ao curso do rio Piracicaba, originou-se de um local que, em 1822, era denominado de Rua da Praia e que tinha casas destinadas à moradia de pessoas que dedicavam-se à pesca; a atual denominação foi alterada em 1874 devido à criação de um porto fluvial (Carradore, 2000).

Atualmente, além do rio, são considerados como parte do Complexo Turístico da Rua do Porto a Casa do Povoador, o Centro Gastronômico, o Parque da Rua do Porto, o Largo dos Pescadores, os prédios do Engenho Central, o teatro Erotídes de Campo, a ponte pênsil, o Mirante, o elevador Alto do Mirante, o Museu da Água, e o Casarão do Turismo e a Casa do Artesão.

A Festa do Peixe e da Cachaça é promovida pela Secretaria Municipal de Turismo de Piracicaba – SETUR e tem por objetivo geral promover o turismo na cidade de Piracicaba, valorizando o patrimônio histórico local e a cultura piracicabana, favorecendo o turismo como uma atividade econômica sustentável, no sentido de gerar empregos, divisas e a inclusão social.

Houve também a participação de pessoas como, por exemplo, Angelo Zuccolo, proprietário do Restaurante Balalaika, que foi um dos precursores dessa festa e afirmou: "Participei do projeto inicial, a ideia era servimos o peixe conforme os pescadores fossem pescando, mas não deu certo, era como uma quermesse. Hoje tomou grandes proporções e visitantes de outros países passam por ela".

O peixe que é vendido pelos restaurantes de Piracicaba e o utilizado na Festa do Peixe e da Cachaça não são pescados no rio Piracicaba. São peixes adquiridos de outras regiões do Brasil como, por exemplo, os das regiões Norte e Centro-Oeste, o filhote, o pintado e o tambaqui ou mesmo peixes importados de países vizinhos, como o salmão. Há também nessa festa a utilização de crustáceos e frutos do mar.

O objetivo principal dessa festa é divulgar as cachaças de Piracicaba e da região, por meio da participação dos produtores e da exposição de produtos e derivados, tais como a divulgação de marcas artesanais de cachaça, licores e outros derivados, além dos peixes utilizados em diversos pratos da culinária local, disponíveis nas barracas do setor de alimentação da festa. Há benefícios também para os bares e os restaurantes da Rua do Porto, em função dos mais de 10.000 turistas e visitantes que participam desse evento desde 2005.

Esta festa regional é para fomentar e difundir a cultura piracicabana, além de destacar para os cidadãos piracicabanos e para os turistas os atrativos da cidade. A festa é ambientada com cenário de vila. Os estandes construídos para divulgar as cachaças são similares às casas da Rua do Porto. Os restaurantes são construídos com madeira, em estilo faroeste; há, também, um palco, que é um coreto que está em frente ao Casarão do Turismo.

Esse evento também divulga o artesanato local, tem espetáculos musicais, tais como o “caruru” (desafio de dois violeiros), a utilização da sanfona e a moda de viola e outras atividades eventuais, relacionadas às festas dessa natureza.

De acordo com Priore (2002) a festa pode ser considerada como uma forma de:

> “Expressão teatral de uma organização social, a festa é também fato político, religioso ou simbólico. Os jogos, as danças e as músicas que a recheiam não só significam descanso, prazeres e alegria durante a realização; eles têm simultaneamente importante função social: permitem às crianças, aos jovens e aos expectadores e atores da festa introjetar valores e normas da vida coletiva, partilhar sentimentos coletivos e conhecimentos comunitários”.

De acordo com os dados da Prefeitura Municipal de Piracicaba, na primeira Festa do Peixe e da Cachaça, em 2005, participaram 10.000 pessoas; em 2010

foram 25.000 pessoas, 13 produtores da bebida e seis restaurantes locais; em 2011, na sétima edição da festa houve 20.000 participantes, 15 produtores da bebida e sete restaurantes. Em 2013, participaram mais de 40.000 pessoas, seis restaurantes e 13 produtores da bebida.

Além disso, em decorrência dessa festa, em 2013 a prefeitura editou e publicou o "Guia do Circuito de Gastronomia da Festa do Peixe e da Cachaça de Piracicaba", documento que tem receitas, elaboradas por 72 restaurantes de Piracicaba, que utilizam o peixe e, ou, a cachaça como ingredientes (Prefeitura Municipal de Piracicaba, Secretaria do Turismo, 2014).

A seguir são especificados os produtores da bebida, que participaram da Festa da Cachaça e do Peixe em 2013, e algumas das características da produção (Prefeitura Municipal de Piracicaba, Secretaria do Turismo, SETUR):

- Bico Doce (cachacabicodoce@hotmail.com). Produzida em Limeira (SP) desde 2000. A produção é feita com cana-de-açúcar de produção própria, com fermento caipira e destilação em alambique. Armazenada, por dois anos, em barris de carvalho (tom amarelado) e de amendoim (branca).

- Cachaça D´Reis. Produzida em alambique e engarrafada no sítio São Pedro, na cidade de Dirce Reis (SP).

- Catedral (www.cachacacatedral.com.br). É a primeira cachaça bidestilada do país, criada em 1986, localizada em São Pedro (SP). É envelhecida em tonéis de carvalho e utiliza água de fonte da própria cidade onde está instalada, garantindo pureza e aroma.

- Fatec (www.fatecpiracicaba.edu.br). Tem caráter didático e não para fins comerciais. O objetivo é mostrar toda as etapas da produção de destilados. Há o destaque para a cachaça do "ET". Armazenada em um tipo de madeira fotossensível, que altera a cor da bebida quando exposta à luz do sol. O alambique é de níquel.

- Noiva da Colina (lemosborba@yahoo.com.br). Produzida desde 2003, na Granja Piu-Piu, no distrito de Tupi (Piracicaba, SP), é destilada em alambique de cobre de forma artesanal, a partir de canas selecionadas e utilizando fermentos à base de milho, soja e farelo de arroz. Envelhecida em Tonéis de carvalho e amendoim por, no mínimo, 24 meses. Tem sabor e aroma persistentes.

- Piracicabana (www.cachacapiracicabana.com.br). Localizada em São Pedro (SP) com loja na Rua do Porto em Piracicaba (SP) é produzida artesanalmente. Após o processo de fabricação a cachaça repousa em tonéis de carvalho europeu por pelo menos dois anos.

- Pupira (www.pupira.com.br).A usina é instalada no alto da serra de São Pedro (SP) e começou a ser produzida em 1970. A cana é esmagada em moenda e, em seguida, o caldo é fermentado. A destilação é em colunas e o armazenamento é feito em tonéis de Amendoim. Já a Pupira Ouro é envelhecida em tonéis de Carvalho.

- Spolador (engenho.spolador@yahoo.com.br). A produção começou em 2007, no sítio São Francisco, em Itirapina (SP). É produzida em alambique de cobre, com aquecimento pelo fogo e posteriormente é armazenada, por três anos, em tonéis de Amendoim; o teor alcoólico é 40%.

- Theodoro (www.destilariatheodoro.com.br). Localizada entre Amparo e Serra Negra (SP), é produzida desde 2005. A cachaça é destilada em alambiques de cobre e armazenada em tonéis e barris de jequitibá-rosa e carvalho. A cachaça Theodoro Jequitibá-Rosa é envelhecida por sete anos e a Theodoro Carvalho, por três anos em barris de carvalho europeu.

- Tiquara (www.tiquara.com.br). Produzida em Arealva (SP), a cachaça é orgânica e genuinamente artesanal, pois resgata os métodos de fabricação que originaram o produto. Destilada em alambique de cobre, tipo cebola, a cachaça é filtrada em carvão e envelhecida em tonéis de carvalho por no mínimo um ano.

- Velho Jonas (cachacavelhojonas@hotmail.com). Localizada em Saltinho (SP), produzida por processo artesanal, em uma moenda de 1890. A cachaça é envelhecida em tonéis de carvalho, por um ano; a cor da cachaça é amarela.

- Vigário (www.cachacadovigario.blogspot.com.br). Cachaça artesanal produzida no Sítio São José do Lajadinho, em São Pedro (SP). É produzida com um sistema criado pelo proprietário, que é bioquímico. Utiliza alambique de inox, lenha e não mantém a cachaça em tonéis. Criou um processo de retroalimentaçãoo da cachaça, que circula em uma dorna especial, que oxigena o produto, acelerando o processo de envelhecimento.

- Vô Nino (www.cachacavonino.com.br). Fundada em 2005 em Piracicaba (SP), é produzida nas versões prata (branca) e dourada (amarela). A Prata descansa em tanques de inox por três meses e a dourada é envelhecida em tonéis de carvalho por, no mínimo, 18 meses.

3. A CACHAÇA NO CONTEXTO DA HOSPITALIDADE

A história das bebidas é tema abordado em diversas áreas do conhecimento, considerando não só seus aspectos farmacológicos e psicológicos, mas, também, socioculturais. Um dos primeiros autores a se dedicar à história específica da cachaça foi o folclorista Luis da Câmara Cascudo, em seu livro Prelúdio da Cachaça, que retrata as circunstâncias em que a bebida aparece desde a carta-II de Sá de Miranda (1481/1558). O mesmo autor ainda mencionou sobre a cachaça em terras portuguesas e a fartura nas mesas das quintas fidalgas, como justificativa do seu consumo pelos pobres e de sua condição de bebida tipicamente nacional (Cascudo, 1968). A sua origem, para Câmara (2004), remonta à bagaceira, produzida pelos portugueses a partir do bagaço de uva. Para este autor a partir do descobrimento do Brasil em 1500, Portugal trouxe a cana-de-açúcar para o País, que futuramente teria papel decisivo na produção do destilado nacional.

De acordo com Silva (2010) não há registro preciso sobre o verdadeiro local onde a primeira destilação de cachaça tenha foi iniciada, porém afirmou que a

bebida surgiu no território brasileiro, em algum engenho do litoral, entre os anos de 1516 e 1532, sendo, portanto, o primeiro destilado da América Latina, antes mesmo do aparecimento do pisco peruano, da tequila mexicana e do rum caribenho. Já no final do século XVI e início do século XVII, durante o ciclo da cana-de-açúcar, Câmara (2004) afirmou que a cachaça representa o segundo produto industrial brasileiro, movimentando o comércio interno, gerando e multiplicando trabalho e riqueza, e um dos principais itens de exportação, ao lado do pau-brasil, do fumo, da farinha de mandioca, dos produtos agrícolas e das especiarias.

Silva (2004) ainda afirmou que, por conta da concorrência que a cachaça estabelecia com a bagaceira e com os vinhos portugueses, a Coroa tentou eliminar ou restringir a fabricação, o comércio, a exportação e o consumo da cachaça mediante tributação abusiva inviabilizando os negócios. Porém, mesmo com essas restrições, a bebida permaneceu popular e em vários momentos da história do Brasil, sendo a bebida que unia nas conspirações libertárias, que estimulava os atos de bravura e selava as vitórias do povo. “Está presente nas artes, na religiosidade da nossa gente, nas suas festas, na culinária, medicina, musica, dança, folguedos, enfim, no seu imaginário, no seu cotidiano de lazer e de prazer, de sonho, trabalho e realização” (Câmara, 2004).

Essas referências ou rituais, de acordo com Câmara (2004), podem também ser relacionadas ao estudo da hospitalidade, que segundo Camargo (2004) é o “ritual básico do vínculo humano”. Para este autor a hospitalidade “pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural”. Lashley e Morrison (2004), por exemplo, definiram que a hospitalidade, como forma de comer e beber, permite a avaliação social dos indivíduos, as manifestações sociais e de status, bem como ajudam no desenvolvimento de laços sociais com terceiros e na satisfação das necessidades sociais. Para esses autores “a oferta de alimentos, bebidas e acomodação representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas na partilha da hospitalidade” (Lashley e Morrison, 2004).

Nesse sentido, Létoublon (2011) afirmou que “o partilhar da refeição e das bebidas, a participação de todos nos presentes trocados por ocasião da

hospitalidade, contribuem para reforçar a ligação". Na mesma linha de raciocínio, esse autor ainda citou que uma das formas mais reconhecidas da hospitalidade, em qualquer época e em todas as culturas, é justamente o compartilhar a mesa que assume um significado ritual e simbólico mais profundo que a simples satisfação de uma necessidade alimentar. "Essa forma de partilha, de troca e de reconhecimento é chamada comensalidade" (Létoublon, 2011).

A comensalidade parece estar na essência da formação da sociabilidade entre os seres humanos, e quando se trata de comer junto, em clima de festividade e celebração a presença das bebidas faz parte da história. Standage (2005) afirmou que as bebidas são utilizadas para celebrar nascimentos, homenagear mortos e estabelecer e fortalecer relacionamentos sociais; para aguçar os sentidos ou entorpecer a mente entre outras ocasiões. Da mesma forma, Silva (2006) afirmou que as bebidas impactam a sociedade, os relacionamentos entre pessoas e os problemas sociais. A cachaça faz parte da construção da sociedade brasileira, pois "todos os elementos socioantropológicos do país como o folclore, as religiões, as classes, a economia e os problemas sociais, automaticamente (...remetem à) pura e genuína aguardente de cana-de-açúcar" (Silva, 2006). Neste sentido a cachaça tem um papel agregador e estimulador da hospitalidade ao longo da história do Brasil.

4. CACHAÇA, TURISMO E EVENTOS

Praticamente em todos os Estados brasileiros a cana-de-açúcar é processada para produção de cachaça, de acordo com a Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade (AMPAQ) e, segundo a Associação Brasileira de Engenharia de Produção (ABEPRO) 45% dessa produção está concentrada no Estado de São Paulo. Apesar desse potencial e com a produção de mais de 800 milhões de litros por ano, apenas 1,3% é exportado (IBRAC, 2013).

De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior (MDIC) em 2012 "o principal destino da cachaça brasileira foi a Alemanha, somando US$ 2,3 milhões, seguido de perto pelos Estados Unidos, com US$ 1,8 milhão" (MDIC, 2013). Tendo em vista a importância deste mercado para o

setor da cachaça, a Embaixada do Brasil na Alemanha, realizou uma pesquisa em 2013, segundo a qual:

> [...] o êxito desta bebida está atrelada à imagem positiva que o alemão tem do Brasil, de sua música, do carnaval, do futebol brasileiro, das praias, do verão e do consequente clima de festa. A moda surgiu em meados dos anos 90 e a partir de então as marcas de cachaça começaram a entrar no mercado alemão. Os principais promotores do produto foram os brasileiros que vivem na Alemanha, que oferecem caipirinha aos seus convidados em suas festas particulares e montam quiosques nas festas populares do país, onde oferecem (vendem) caipirinha diretamente ao público.

Ainda em âmbito internacional de eventos relacionados à cachaça, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil), em parceria com o Instituto Brasileiro da Cachaça, desenvolve um projeto setorial para promoção das exportações de cachaça, a fim de aumentar a exportação, consolidar o reconhecimento no mercado internacional e ampliar a demanda por meio de ações promocionais comerciais.

No Calendário de Eventos da APEX-Brasil tem dois eventos internacionais, que visam "promover e divulgar a Cachaça, que têm como foco a prospecção de negócios": a *Feira Internacional Summer Fancy Food Show* e o *The Bar and Restaurant Show* (MDIC, 2013).

No que diz respeito aos eventos nacionais, o MDIC em parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) elaborou um calendário considerando que "as feiras propiciam o conhecimento de novas tecnologias, possibilitam traçar estratégias comerciais, elevam a competitividade frente ao exigente mercado globalizado, além de promover o turismo de negócios, contribuindo, assim, para o crescimento econômico do país" (MDI,)[1].

Ainda em âmbito nacional, devido ao grande fluxo de recursos e turistas que os eventos desportivos, tais como a Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas de 2016, atraem para o Brasil, o SEBRAE (2012) publicou um documento, intitulado "Agronegócio – Fabricação de Cachaça, da série Ideias de Negócios para 2014",

[1] Esse calendário é uma publicação oficial do Governo Federal e editado anualmente desde 1969, abrangendo eventos dos mais variados setores e, assim, evidenciando a multiplicidade da economia brasileira, porém é importante ressaltar que este documento não contempla todos os eventos que do país, mas reúne aqueles que foram inseridos no Sistema de Exposições e Feiras (www.expofeiras.gov.br) por livre iniciativa dos promotores.

com o objetivo de explorar oportunidades antes, durante e após esses eventos, bem como oferecer uma visão estratégica da atividade de fabricação de aguardente de cana-de-açúcar. Neste material há informações do Ministério dos Esportes sobre o potencial de atração turística ao país, com a estimava de 3,7 milhões de turistas para a Copa do Mundo FIFA 2014, o que indica oportunidade de explorar o apelo comercial da cachaça junto aos estrangeiros. Além disso, há indicação para que as micro e pequenas empresas, que fabricam esta bebida, aproveitem o ambiente de produção para a "exploração turística, com local apropriado de recepção e degustação, acompanhamento do processo produtivo, bem como venda de bebidas e suvenires" (SEBRAE, 2012).

Ainda para o SEBRAE (2013), as melhores oportunidades para micro e pequenas empresas do segmento estão serão o fornecimento do produto para a cadeia gastronômica, principalmente bares, restaurantes e casas noturnas de cidades que sediarão os megaeventos esportivos, bem como aqueles localizados em cidades de interesse turístico. Além disso, segundo esse órgão, as feiras e os congressos também oferecem oportunidades concretas de visibilidade aos fabricantes de cachaça de alambique, como os eventos setoriais, específicos de cachaça que multiplicaram-se no país, assim como os eventos de gastronomia, de bebidas em geral, de agronegócios, de turismo e de presentes e brindes finos (SEBRAE, 2013).

Essa orientação disponibilizada pelo SEBRAE reforça o que autores como Chon e Sparrow (2003) consideraram de que "a indústria do turismo se preocupa com atrativos e eventos que atraiam turistas e excursionistas para determinada área", havendo uma interdependência entre muitos produtos e serviços dos setores de hospitalidade e de turismo. Os autores afirmaram ainda que "a indústria de eventos é um ramo de atividade em crescimento constante, não apenas para as pessoas que atuam na área, mas também para as comunidades que colhem os frutos dos benefícios econômicos desses eventos".

Canton (2001) discutiu a importância de agregar valor aos eventos, por meio de investimentos na qualidade dos profissionais, com resultados positivos para organizadores de eventos, agências de viagens, hotelaria e outros setores. Dencker (2004) da mesma forma, afirmou que a qualidade turística requer a capacitação e a

educação da comunidade, do reconhecimento e conservação do patrimônio e do entorno. Além disso, afirmou também que há alteração de comportamento dos turistas, pois há o interesse "em vivenciar outras realidades, em participar e conhecer em profundidade pessoas e localidades".

É justamente nesse contexto que a valorização da cachaça, tanto em âmbito nacional quanto internacional, pode agregar ao turismo local, pois conforme mencionou Dencker (2004), essa mudança do turismo possibilita que as relações pessoais sejam intensificadas, que sejam estabelecidos vínculos com os destinos turísticos e seus residentes e sejam estabelecidos assentamentos para a hospitalidade, com base na convivência, a interação e o respeito. O aumento de realização de eventos sobre a cachaça, relacionados aos negócios ou à gastronomia, é uma das maneiras de desenvolver o turismo específico, que tem a cachaça como fator de motivação principal.

5. METODOLOGIA

Não há relatos formais descritos e registrados para a Festa do Peixe e da Cachaça de Piracicaba.

As informações foram obtidas da rede de comunicações por computadores, obtidas de fontes oficiais, como as da Prefeitura Municipal de Piracicaba, Secretaria Municipal de Turismo (SETUR) e do Instituto Histórico e Geográfico de Piracicaba (IHGP) e outros referenciais teóricos.

Para a identificação dos eventos, inicialmente foram consultadas duas fontes: a) calendário oficial de eventos do Brasil; b) sítio de instituições direta ou indiretamente relacionadas à cachaça – IBRAC, SEBRAE, e Visite São Paulo, associando a palavra cachaça às palavras evento, festival e bebida. Os dados de cada evento foram avaliados em sua relação à temática, sendo que os selecionados tiveram os seguintes dados registrados em fichas técnicas: nome, local, data, promotor ou organizador, descrição e outras informações.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Festa do Peixe e da Cachaça é promovida pela Secretaria Municipal de Turismo de Piracicaba – SETUR e tem por objetivo geral promover o turismo na cidade de Piracicaba, valorizando o patrimônio histórico local e a cultura piracicabana, favorecendo o turismo como uma atividade econômica sustentável, no sentido de gerar empregos, divisas e a inclusão social.

É um evento que atrai turistas para a cidade de Piracicaba, devido ao número crescente de participantes a cada ano, tanto do público como o de produtores e de restaurantes, à efetividade da divulgação da produção regional da cachaça artesanal e ao estímulo para o consumo de peixes.

A realização dessa festa estimulou a participação de outros restaurantes da cidade de Piracicaba, além dos localizados no do Complexo Turístico da Rua do Porto, pela criação de um Roteiro Gastronômico da cidade, pautado nos dois ingredientes, peixe e cachaça.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R. **Festa à Brasileira**: Significados do Festejar, no país que “não é sério”. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998, p. 380.

CÂMARA, M. **Cachaça**: Prazer Brasileiro. Mauad, 2004.

CAMARGO, L. **Hospitalidade**. Aleph. 2004.

CANTON, A. **Hospitalidade**: Reflexões e Perspectivas. Manole, 2002.

CARRADORE, H. P. **Histórico da Rua do Porto**. Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Piracicaba, ano VII, 2000, n.7, p.108-110.

CASCUDO, L. **Prelúdio da Cachaça**: Etnologia, História e Sociologia da Aguardente no Brasil. Itatiaia, 1968.

CHON, K.; SPARROWE, R. **Hospitalidade**: Conceitos e Aplicações. Pioneira Thomson Learning, 2003.

DENCKER, A. **Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade.** Pioneira Thomson Learning, 2004.

LODY, R. **Brasil Bom de Boca**. São Paulo: SENAC, 2008, p. 23.

PRIORE, M. D. **Festas e Utopias no Brasil Colonial**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994, p. 136.

INSTITUTO BRASILEIRO DA CACHAÇA (IBC). **A Cachaça**. Disponível em: <http://www.ibraccachacas.org/>. Acesso em: 10 jan. 2014.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em Busca da Hospitalidade**: Perspectivas para um Mundo Globalizado. Manole, 2004.

LÉTOUBLON, F. **O Livro da Hospitalidade**. São Paulo: SENAC, 2011.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior, 2014. Disponível em: <http://www.brasilglobalnet.gov.br/arquivos/Publicacoes/CalendarioFeiras2014_P.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2014.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior, 2013. **Cachaça é Reconhecida como Produto Brasileiro pelos EUA**. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=5&noticia12274>. Acesso em: 19 jan. 2014.

SECRETARIA DE TURISMO DE PIRACICABA (SETUR). Disponível em: <http://www.setur.piracicaba.sp.gov.br>. Acesso em: 26 abr. 2014.

RODRIGUES, N. S. **Piracicaba, seus Rios, seus Peixes.** Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Piracicaba, ano XII, 2005, n.12, p.62-101.

SENAC São Paulo. Plano de Curso de Formação Inicial e Continuada, Formação de *Sommelier*: Cachaças. São Paulo, 2013.

STANDAGE, T. **História do Mundo em 6 Copos**. Ed. Zahar, 2005.

SEBRAE. **Cachaça Artesanal**: Série Estudos Mercadológicos 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 10 jan. 2014.

SEBRAE. **Cachaça Artesanal**: Ideias de Negócios para 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/derivados-de-cana/cachaca/mercado/no-Brasil/Oportunidades%202014.pdf>. Acesso em: 10 de jan. 2014.

SILVA, J. **Cachaça**: O Mais Brasileiro dos Prazeres: História, Elaboração, Serviço e Degustação: Um Guia para Profissionais e Apreciadores. Anhembi Morumbi, 2006.