

## **O Turismo no Sudoeste Baiano: A Micareta de Vitória da Conquista - Bahia.**

Cláudio Magalhães Batista <sup>1</sup>

Silvana Toledo de Oliveira <sup>2</sup>

### **RESUMO**

Este artigo apresenta a pesquisa de demanda turística realizada durante a Micareta de Vitória da Conquista – BA, realizada no período de 16 a 20 de abril de 2005. A metodologia utilizada neste trabalho privilegiou a pesquisa documental e exploratória, utilizando dados quantitativos e qualitativos secundários oriundos do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – NPETur da Faculdade de Tecnologia e Ciências, além de referências bibliográficas como revistas, jornais e livros que tratam do carnaval. Objetiva relacionar o carnaval – fruto da cultura popular - com o turismo, analisa a origem do Carnaval desde a Idade Média até os dias atuais, descreve a Micareta de Vitória da Conquista e sua infra-estrutura, bem como apresenta a pesquisa de demanda realizada em 2005 e os principais resultados apurados. Salienta algumas considerações sobre esse evento tão importante na região sudoeste da Bahia.

Palavras-chave: Pesquisa de Demanda Turística, Carnaval, Micareta, Evento.

### **Introdução**

Discutir a concepção do carnaval necessariamente liga-se ao grande potencial turístico que o mesmo traz em todo seu ritual antes e durante a festa, proporcionando o desenvolvimento do turismo local e o aquecimento pelo viés econômico àquela área de concentração da festa carnavalesca.

O desenvolvimento da atividade turística exige dos organizadores e operadores, um planejamento estratégico para que a mesma seja implementada com a participação da população envolvida, que deve ser estimulada a uma co-responsabilidade. Essa atividade não

---

<sup>1</sup> Bacharel e Licenciado em Filosofia pela PUC – Belo Horizonte/MG, mestrando em Cultura e Turismo pela UESC/UFBA, turma 2005/2007. E-mail: bacau10@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Bacharel em Turismo pelo Unicentro Newton Paiva – Belo Horizonte/MG, mestranda em Cultura e Turismo pela UESC/UFBA, turma 2005/2007, docente da Faculdade de Tecnologia e Ciências de Vitória da Conquista / BA. E-mail: silvanatoledo@gmail.com.

deve ser entendida como responsabilidade somente das empresas privadas nem tampouco só pelas públicas, mas sim uma parceria.

A ligação existente entre Cultura e Turismo é salutar e cada vez mais se estreita, pois sem a cultura possivelmente não existiria o turismo. Por cultura entende-se a “força que envolve o pensar, o sentir, o fazer, o viver, enfim. Representa, portanto, o código mais profundo que revela a feição singular de um povo, ou seja, sua identidade” (AZEVEDO, 2000, p.134).

O carnaval se identifica com o povo que celebra de uma forma peculiar essa manifestação cultural e que vai recebendo novas feições em determinados locais, por causa da identidade de cada região. Esse é o caso das micaretas que tem características de carnavalização, porém é realizada em outra época e não carrega o *glamour*, que o carnaval traz consigo, devido a todo um poder simbólico das fantasias, dos pierrôs, das columbinas, que não é encontrado nas micaretas.

Para Felipe Ferreira no seu *Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro*, foi

na década de 1980 o carnaval de Salvador, já é visto como uma verdadeira “marca registrada”, um produto mercadológico organizado em bases profissionais e comerciais. Um evento exportável na forma de folias que ordem acontecer em qualquer lugar ou momento, denominado genericamente de “carnaval fora de época” (FERREIRA, 2004, p.190).

É justamente na década de 80 que nasce a micareta como grande evento. Entre elas, citamos o Recifolia em Recife, o Fortal de Fortaleza, a micareta de Feira de Santana e a Miconquista em Vitória da Conquista. Esses grandes eventos sempre são associados a grandes empresas que querem vincular sua marca, seus produtos à essa festa popular.

O artigo divide-se em três partes, apresentando na primeira delas, uma discussão sobre a origem do Carnaval, desde as primeiras festas até os dias atuais, na segunda parte salienta a Micareta de Vitória da Conquista a “Miconquista” como propulsora de desenvolvimento local e capaz de atrair turistas de vários lugares da Bahia e do Brasil. Na terceira parte salienta a Pesquisa de Demanda Turística desta festa, bem como apresenta análise dos dados e discussões desta pesquisa.

## **1. Origem do Carnaval**

Para entender o fenômeno do Carnaval como hoje se apresenta é imprescindível buscar sua origem. O vocábulo no dicionário da língua portuguesa Aurélio, Carnaval significa “os três dias precedentes à quarta-feira de cinzas, dedicado à várias sortes de diversões, folias...” (FERREIRA, 1989, p.98).

As festas que possam lembrar o carnaval não podem ser confundidas por “carnaval” e sim por carnavalização que são festas com muitas bebedeiras, orgias sexuais e brincadeiras, passaram pelas civilizações mesopotâmicas, egípcias, gregas e romanas.

É comum confundir essas festas com o carnaval, pelo fato de se ter quebra de comportamentos usuais, com desenvolvimento de atividades pouco comuns em outros eventos, com alegria exagerada, elementos carnavalescos característicos, muitos passam a designar qualquer festa deste tipo como sendo carnaval.

A idéia de carnavalização se encontra na obra de Bakhtin que Ferreira nos apresenta:

A esse conjunto de comportamentos ele deu o nome de “carnavalização”. Quer dizer, para Bakhtin, a carnavalização não está ligada somente ao período do carnaval e a suas festas. Para ele, o mundo carnavalizado é o mundo das festas do povo, das brincadeiras grosseiras e das inversões típicas das brincadeiras populares do fim da Idade Média. Essa barafunda entre o conceito de “carnaval” e o de “carnavalização” vai fazer com que as duas idéias acabem se misturando, influenciando alguns estudiosos que acabam por concluir que onde tem festa, onde tem exagero, onde tem inversão também tem carnaval (FERREIRA, 2004, p.23-24).

Etimologicamente a palavra se originou do latim “*carne vale*” ou “adeus à carne”, aonde todos os abusos são tolerados e toda transgressão é permitida, em contraposição ao jejum e à abstenção total do período vindouro (Quaresma, ou seja, 40 anos dias de penitência e abstinência).

O carnaval foi “inventado” pela Igreja Católica, por mais irônico que possa parecer. Quando a Igreja institui a Quaresma - período onde o consumo de carnes vermelhas eram proibidas e incentivava-se o jejum restrito a peixes secos e salgados – convencionou-se a chamar aos dias anteriores a esse período como o “adeus à carne” ou seja, “*carne vale*”. Sendo inventado a Quaresma nasce a oposição a ela que é o Carnaval, isso na Idade Média. (FERREIRA, 2004)

Passando pela Idade Moderna na época do Iluminismo destaca-se a grandiosidade dos temas alegóricos. Na França o próprio Rei Luís XIV incentivava a proliferação de bailes nos grandes salões da corte francesa, o próprio com seu poder e fama principalmente pelas vestimentas as quais se ornamentava ficou conhecido pelas festividades como Rei Sol.

No Renascimento, a cidade que ganhou a cena pelos carnavais belíssimos foi Veneza, co seu baile dos mascarados que até hoje atrai turistas do mundo inteiro com o intuito de conhecer os passeios de gôndola e o baile dos mascarados movidos por um requinte sem igual.

A Idade Contemporânea embalada pelos ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade da Revolução Francesa traz para a época esse sentimento que está impregnado em todos os setores, não seria diferente no carnaval que é a materialização destes ideais na festa que não é de uma classe específica mais de uma sociedade como um todo que derruba todos os preconceitos e inverte os papeias nesta época.

É notório dentro da linha histórica que o carnaval está associado ao turismo, mais especificamente, ao turismo cultural que tem o papel de aquecer a economia local, de preferência, principalmente de forma sustentável.

“O carnaval é uma festa que sempre funciona com o atrativo turístico para as diversas localidades onde ocorre. Esse fator faz com que seja necessária uma intervenção relacionada ao planejamento organizacional da localidade em questão, no que se refere à presença de uma comemoração que faz parte da cultura e da identidade local e, como tal, deve ser executada com base em uma perspectiva sustentável.” (NASCIMENTO, 2003, p.49)

O carnaval brasileiro adquiriu características próprias, mas isso começou em Portugal, principalmente com o “entrudo”, atividade lúdica popular onde as pessoas jogavam esferas de água perfumada, chamadas de limõezinhos e farinha, umas nas outras. Tradição dos portugueses que influenciaram essa forma de brincar o carnaval, porém a polícia combatia devido aos excessos cometidos pela população.

No Rio de Janeiro, o carnaval toma proporções gigantescas devido as escolas de samba que fazem um teatro ao céu aberto, cantando enredos e com fantasias maravilhosas, é um espetáculo de luxo e com muito samba no pé que é a característica maior deste carnaval.

“Nos primeiros anos do século XX, entretanto, já vinha se fixando o conceito do carnaval como sendo uma festa popular, no sentido de uma brincadeira nascida no povo e a ele destinada. A folia passa a ser um momento de relaxamento das agruras do dia-a-dia, uma festa que diverte, distrai e faz esquecer os “problemas” da vida. Um momento de liberdade.” (FERREIRA, 2004, p.252).

Devido a sua grande tradição carnavalesca, o carnaval passou a ser quase sinônimo de Rio de Janeiro. Porém, como nem todos podem ir ao Rio de Janeiro, em outras localidades começou a manifestação de outros carnavais, como em Recife, Olinda que não só tem o samba, mas também criações dos blocos afros, principalmente em Salvador.

“As histórias envolvendo a origem do carnaval de Salvador são um excelente exemplo da construção de uma identidade organizada através da ligação de uma festa ‘recente’ com manifestações ‘ancestrais’.” (FERREIRA, 2004, p.387). Percebe-se que a festa baiana tem o caráter popular e “africano” estabelecendo uma identidade particular diferenciando-se daquela do Rio de Janeiro.

Em Salvador o carnaval começa a ter proporções maiores com a criação do “trio elétrico” de Dodô e Osmar em 1959.

“Os dois aproveitariam um velho automóvel apelidado de Fobica, e sobre ele instalariam um sistema de som, ligado à bateria do carro, capaz de ampliar os acordes da guitarra e do violão elétrico usados pela chamada “dupla elétrica” durante sua passagem pela Rua Chile, tocando os mesmos frevos apresentados pelo vassourinhas.” (FERREIRA, 2004, p.389)

Com o grande sucesso do trio elétrico a cada ano os trios cresceriam de tamanho, ampliando, ao mesmo tempo, sua potência sonora. A música de Caetano Veloso *Atrás do trio elétrico* contribuiu para a divulgação nacional de uma brincadeira restrita aos carnavais da Bahia e do Recife.

A festa profissionalizou-se, surgindo então as empresas de trio, sendo a primeira o Tapajós, que administrava apresentações em todo o Brasil em diversas folias.

A Micareta, uma invenção baiana com o intuito de antecipar ou prorrogar a festa carnavalesca, começa a ter êxito não só na Bahia, mas em todo o Brasil. Nos anos 90, a crescente expansão das micaretas pelo país, procura se espelhar no modelo estrutural do carnaval de Salvador, principalmente nos blocos.

A micareta é um evento que não compete com o carnaval, pois é realizada em outros períodos do ano e atrai milhares de foliões que têm a oportunidade de brincar nos blocos organizados por empresas privadas. É uma vitrine para as bandas de *axé music*, não só da capital, mas do interior também.

Nota-se que a infra-estrutura tornou-se um dos pontos altos do evento, com serviços eficientes nas áreas de limpeza, saúde e organização do circuito. Isso traz benefícios para a comunidade e principalmente para o município que ganha durante aquele período uma arrecadação superior.

Entretanto, é preciso salientar que a Micareta tem a carnavalização expressa por Bahktin, porém não é um carnaval nos moldes já consolidados. O que diferencia é que a cultural se importa somente com a visão economicista da festa como as brigas das grandes marcas patrocinadoras e os blocos que proporcionam vantagens mínimas mais que fazem diferença na hora do folião decidir em que bloco brincar. Falta na Micareta a inversão visível nos carnavais, as fantasias, o pierrô, a colombina, perde-se o poder simbólico que está impregnado no imaginário do homem.

## **2. A Micareta de Vitória da Conquista: A “Miconquista”**

Localizada na região sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista possui, segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – uma população estimada em 2004 de 281 mil habitantes. Além de possuir um comércio variado – que atrai consumidores de toda a região sudoeste – é pólo regional em prestação de serviços, principalmente nas áreas de saúde e educação e que influencia economicamente o norte de Minas Gerais, as regiões econômicas de Serra Geral, Oeste e parte da região cacauzeira.

A realidade dos negócios no mundo do carnaval baiano fala mais alto que o saudosismo dos antigos carnavais. O alto faturamento estimulou a multiplicação das micaretas pelo país, entre eles, a Miconquista na cidade de Vitória da Conquista.

Segundo Duarte (1995) a primeira micareta realizada na cidade aconteceu em abril de 1927, apenas dois meses após o seu primeiro carnaval de rua. A empolgação do povo em relação ao carnaval levou à realização da micareta.

Existem também registros em jornais locais, conforme citado por Duarte (1995) de que “no período de 1958 a 1962 também foram realizadas micaretas em Conquista”.

Mas, enquanto festa oficial, a micareta somente foi implantada na cidade em 1989. A maior dificuldade, de acordo com Duarte (1995) era realizar uma festa que tivesse condições de

“competir com a de Salvador, que atraía, inclusive, os foliões do interior. De lá para cá, a Miconquista, como ficou conhecida carinhosamente pela população, passa por várias transformações. Os blocos se profissionalizaram e a festa virou uma grande vitrine para as bandas de *axé music*, tanto da capital quanto do interior.” (Duarte, 1995)

A partir de 1997, a Miconquista começou a se profissionalizar, com um aumento de sua infraestrutura, além da participação de blocos oficiais e alternativos.

A sua infra-estrutura conta com camarotes e espaços alternativos com forró, rock e antigas marchinhas de carnavais, barracas padronizadas, postos médicos, socorro móvel com Unidade de Terapia Intensiva – UTI, salas de imprensa, banheiros químicos e plantão de limpeza urbana.

A segurança é realizada através de um esquema articulado entre as polícias Militar, Civil, Rodoviária Estadual e Federal, Corpo de Bombeiros, Prefeitura Municipal, Conselho Tutelar, Juizado de Menores e Conselho Municipal da Mulher. Todo esse esquema de segurança favorece ao evento.

Além disso, durante o evento, nas manhãs seguintes à folia, uma equipe da prefeitura faz a limpeza em todo o percurso dos trios elétricos e ruas próximas, utilizando-se para isso de um caminhão-pipa. As ruas são lavadas com água e desinfetante perfumado, cedido através de uma empresa parceira do evento.

### **3. A pesquisa de demanda turística da Miconquista 2005**

A Miconquista é reconhecidamente um dos melhores eventos do interior da Bahia e atrai, todos os anos, visitantes de todas as regiões e de outros estados. A necessidade de se conhecer o perfil do visitante e a opinião dos mesmos sobre a festa fez necessária à realização anual dessa pesquisa de demanda turística.

As duas pesquisas de demanda turística da Miconquista – anos 2004 e 2005 - foram realizadas pelo curso de Turismo da Faculdade de Tecnologia e Ciências – Unidade Vitória da Conquista, através do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – NPETur.

Tais pesquisas buscam identificar o perfil dos turistas, suas principais motivações e interesses, além de apontar as características de sua viagem, tais como, meio de hospedagem, gasto, permanência e sua percepção sobre a infra-estrutura urbana e turística de Vitória da Conquista.

Segundo Dencker (1998, p.193) o “conhecimento da demanda é fundamental no planejamento turístico. A análise da demanda e de suas correlações com a oferta turística implica o conhecimento de sua estrutura, sua evolução e suas tendências futuras.”

Acredita-se que essas pesquisas oferecem subsídios para o sucesso do evento seja mantido ou superado, a partir da revisão dos seus pontos de estrangulamento e deficiências apontadas. A síntese dos resultados auferidos durante a pesquisa de 2005 se constitui em ferramenta de análise e orientação de autoridades, consultores, investidores e do público em geral.

A pesquisa da Miconquista 2005 teve por objetivo principal obter o perfil do participante, além de identificar pontos fortes e pontos fracos para melhoria contínua do evento. Além disso, como objetivos específicos podemos citamos:

- traçar o perfil do participante através de sua cidade de origem, idade, sexo, grau de escolaridade e seu gasto durante a Miconquista.
- verificar o meio de transporte mais utilizado pelos visitantes;
- averiguar o meio de hospedagem utilizado pela maioria dos participantes oriundos de outras cidades;
- aferir qual veículo de comunicação é mais eficiente na divulgação do evento;



- verificar a avaliação dos participantes em relação à mudança do percurso;
- verificar a avaliação que os participantes fazem da micareta no que diz respeito à segurança, limpeza, atrações, acesso, sinalização e divulgação do evento.

Os dados foram coletados entre 16 e 20 de abril, em horários alternados e em todo o percurso da Miconquista por alunos do Curso de Turismo da FTC. O método utilizado para tal foi interrogação direta, utilizando-se de questionários com perguntas semi-abertas, em locais com grande concentração de foliões em todo o percurso: concentração, Bosque da Paquera, rua Siqueira Campos e praça Gil Moreira. Foram realizadas entrevistas também no *Beerfest*, nos camarotes e nos palcos alternativos. Após a coleta foi realizada análise quantitativa dos dados.

O universo da pesquisa foi composto de participantes dos blocos (vestidos com abadá), pessoas que estavam em camarotes e pessoas abadá - popularmente conhecidos por “pipoca” - ao longo de todo o percurso. No total foram entrevistadas quatrocentas e quarenta e uma pessoas, o que permite afirmar que a margem de erro da pesquisa é de aproximadamente 5% (cinco por cento).

O questionário foi elaborado e adaptado para essa pesquisa, a partir de orientações gerais da Embratur (Dencker, 1998), buscando aferir os dados sobre o perfil do participante da Miconquista.

### **3.1. Principais resultados da Pesquisa 2005**

Do total dos entrevistados (441 pessoas), 236 pessoas são do sexo masculino – correspondendo a 53,5% dos entrevistados – e 205 do sexo feminino (46,5%). Desses, 71,2% se enquadram na faixa etária dos 15 aos 30 anos de idade. Esse percentual elevado demonstra claramente que a Miconquista é um evento de público fundamentalmente jovem. Em relação ao grau de escolaridade dos entrevistados, 51% possuem o ensino médio e 40%, curso superior. O fato de Vitória da Conquista ser considerada um pólo regional em educação pode ter influência nesse dado, o que exigiria uma pesquisa mais aprofundada sobre esse assunto.

Quando questionados sobre o gasto durante a Miconquista – incluindo possível gasto com abadá – 39,7% responderam que gastam até R\$ 100,00 (cem reais). É importante salientar que muitos dos entrevistados não trajavam abadá. Porém o percentual de entrevistados que

gastaram acima de R\$ 301,00 (trezentos e um reais) também é significativo: 32,2%. A esse equilíbrio entre gasto até R\$ 100,00 e acima de R\$ 301,00 podemos dividir entre os que participaram da Miconquista fora dos blocos (“pipoca”) e nos blocos e camarotes que tiveram um custo maior. Para uma análise mais profunda em relação aos gastos e receitas oriundos da Miconquista sugere-se a realização de pesquisas específicas para esse fim, pois a Pesquisa de Demanda Turística tem finalidades e formas de análises diferentes.

Um dado interessante diz respeito à cidade de origem do participante da Miconquista 2005: 60,3% dos entrevistados (266 pessoas) são de Vitória da Conquista. Esse percentual alto demonstra que o evento Miconquista é sem dúvida uma opção de lazer e entretenimento para a comunidade local.

Analisando somente os dados dos entrevistados oriundos de outras cidades – 175 entrevistados (39,7%) e considerando-os em separado (100%), teremos: 43 entrevistados, ou seja, 24,6% vindos de Salvador; 16 oriundos de Itapetinga – 9,1%; 14 pessoas de Brumado – 8%; 13 pessoas de Jequié – 7,4%; 11 pessoas vindas de Itabuna – 6,3%; 07 pessoas vindas de Poções – 4%; e 05 pessoas oriundas de Barra do Choça – 2,9%. O percentual avaliado como “outras cidades” é alto, 37,7% ou 66 pessoas. Como foram citadas apenas uma ou duas vezes, optou-se somente por relacionar essas cidades. São elas: Alagoinhas, Almenara, Anagé, Barreiras, Belo Horizonte, Caculé, Caetité, Cândido Sales, Condeúba, Divisópolis, Feira de Santana, Goiânia, Governador Valadares, Guanambi, Ibicuí, Ilhéus, Itambé, Itororó, Ituaçu, Jaguaguara, Juazeiro, Livramento, Macarani, Montes Claros, Piatã, Piripá, Planalto, Porto Seguro, Rio de Janeiro, São Paulo e Teófilo Otoni.

Ainda considerando como 100% somente os 175 (cento e setenta e cinco) entrevistados vindos de outras cidades, temos um percentual de 70,3% ou 123 pessoas que se hospedam em casa de parentes ou amigos.

Dos participantes vindos de outras cidades (175), 90 pessoas (51,4%) se utilizaram de ônibus como transporte até Vitória da Conquista. O percentual dos que vieram em veículo próprio também é relevante – 42,9% (75 pessoas). Apenas 08 pessoas (4,6%) vieram de avião. Esses dados demonstram que a Miconquista é um evento eminentemente regional, não atingindo um público de massa residente distante de Vitória da Conquista.

Ao serem questionados se era a primeira vez que participavam da Miconquista, apenas 20,2% (89 pessoas) responderam “sim”. Do total, 79,8% (352 pessoas) responderam “não”, indicando ter participado outras vezes do evento.

Considerando apenas as pessoas que já participaram da micareta em outros anos – um total de 352 pessoas – e analisando apenas esses dados, temos: 117 pessoas (33,2%) participaram de duas a três vezes; 98 pessoas (27,9%) participaram entre quatro e seis vezes; 94 pessoas (26,7%) participaram mais de dez vezes; e 43 pessoas (12,2%) participaram de sete a nove vezes. Esses dados indicam que a Miconquista é um evento importante e tradicional na região.

Outra confirmação através dos dados coletados refere-se à pretensão de retorno à Miconquista: 387 pessoas (87,8%) responderam que “sim”. Esse alto índice de resposta positiva pode indicar a satisfação das pessoas presentes na micareta. Apenas 52 pessoas (11,8%) disseram que não pretendem voltar e 02 pessoas (0,4%) disse que não sabe se irá participar novamente do evento.

Em relação à pergunta “Como ficou sabendo da Miconquista”, 163 pessoas (37%) responderam que foi através de amigos; 133 pessoas (30,2%) através de TV; e 83 pessoas (18,8%) não souberam responder. Foram citadas ainda: rádio – 18 pessoas (4,1%); internet – 09 pessoas (2%); e 35 pessoas (7,9%) indicaram ter tomado conhecimento da Miconquista através de outras fontes. Essas fontes não foram citadas. O alto percentual de pessoas que tiveram informações através de amigos indica que a melhor forma de divulgação da Miconquista ainda é o próprio evento. A satisfação dos participantes é de vital importância para o sucesso do ano seguinte. Portanto, é necessário que se preocupe cada vez mais com a qualidade do evento, em todos os seus detalhes.

A avaliação geral do novo circuito foi positiva: 63,5% dos entrevistados - 280 pessoas - avaliaram como sendo “bom” (141 pessoas – 32%) e “ótimo” (139 pessoas – 31,5%). Do total, 86 pessoas (19,5%) avaliaram como “regular”; 50 pessoas (11,3%) avaliaram com “ruim”; e 25 pessoas (5,7%) disseram não saber. Todas as pessoas que não souberam avaliar o novo circuito foram entrevistadas nos palcos alternativos.

Do total dos entrevistados (441), 71,9% (317 pessoas) avaliaram o acesso ao novo circuito como sendo “bom” (203 pessoas – 46%) e “ótimo” (114 pessoas – 25,9%). Com avaliação

“regular” (86 pessoas – 19,5%); “ruim” (24 pessoas – 5,4%); o percentual de pessoas que disse “não saber avaliar” foi de 3,2% (14 pessoas).

Aos serem questionados sobre a Área de Alimentação, 172 pessoas (39%) avaliaram com conceito “bom”; 125 pessoas (28,3%) como “regular”; 61 pessoas (13,8%) avaliaram como sendo “ruim”; 52 pessoas (11,8%) avaliaram com “ótimo”; e 31 pessoas (7,1%) não souberam responder. É aconselhável que se busque melhorar a qualidade da área de alimentação. O índice apurado de 42,1% (92 pessoas) que avaliaram como sendo “regular” ou “ruim” é considerado elevado.

Houve um certo equilíbrio na avaliação das bandas presentes na Miconquista 2005. Do total de entrevistados, 170 pessoas (38,5%) avaliaram com “bom”; 124 pessoas (28,1%) avaliaram com “regular”; 107 pessoas (24,3%) avaliaram com “ótimo”; 33 pessoas (7,5%) avaliaram com “ruim”; e apenas 07 pessoas (1,6%) não souberam avaliar as bandas. Neste item, chama a atenção o fato da avaliação de 157 pessoas (35,6%) ficar entre “regular” e “ruim”. É importante para a manutenção do sucesso deste evento observar a necessidade melhorar a qualidade (ou quantidade) das bandas presentes.

Em relação à avaliação dos palcos alternativos, 160 pessoas (36,3%) avaliaram como “bom”; 105 pessoas (23,8%) avaliaram como “ótimo”; 92 pessoas (20,9%) avaliaram com “regular”; e 23 pessoas (5,2%) avaliaram com “ruim”.

A avaliação feita pelos participantes do evento em relação à segurança foi muito positiva. Do total dos entrevistados, 381 pessoas (86,4%) avaliaram como sendo “ótima” e “boa”. Deste total acima, 212 pessoas (48,1%) avaliaram como ótimo e 169 pessoas (38,3%), como “boa”. Percentualmente, foi o item melhor avaliado na Miconquista. Esse percentual elevado de satisfação demonstra que o trabalho realizado em conjunto pelas polícias militar e civil teve reconhecimento público de sua importância e qualidade. É importante ressaltar que, em eventos de grande concentração de público o item “segurança” é decisivo para o aumento ou redução do fluxo de pessoas – sejam turistas ou comunidade. O investimento em segurança é muito importante, seja para o turismo ou para os moradores de qualquer município.

O item limpeza foi avaliado também de maneira positiva: 198 pessoas (44,9%) avaliaram com conceito “bom”; 147 pessoas (33,3%) avaliaram com “ótimo”; 63 pessoas (14,3%) avaliaram

com “regular”; Apenas 15 pessoas (3,4%) avaliaram com “ruim”; do total, 07 pessoas (1,6%) não souberam responder.

Em relação à propagando do evento, 182 pessoas (41,3%) avaliaram como “bom”; 116 pessoas (26,3%) avaliaram como “regular”; 64 pessoas (14,5%) como “ótimo” e o mesmo percentual – 14,5% (64 pessoas), como “ruim”; 15 pessoas não souberam responder.

A pergunta final da pesquisa 2005, abre espaço para críticas e sugestões na busca de melhorias da próxima Miconquista. Houve um número muito significativo de sugestões e críticas, principalmente em relação ao número de blocos oficiais (64 pessoas) – apenas um – e ao número de atrações (43 pessoas) consideradas pelo público como “grandes”, no caso específico, a banda Chiclete com Banana. As sugestões principais concentram-se em “aumentar o número de blocos” e “melhorar as atrações”. Sugerem também a inclusão no evento de atrações tais como Ivette Sangalo e Daniela Mercuri, entre outras sugestões. Em relação ao número de blocos, as sugestões voltam-se para frases como “acabar com o monopólio” e “aumentar o número de blocos oficiais”. Ao relacionar essas duas questões – blocos oficiais e melhores atrações – podemos perceber que estão intimamente ligadas, uma vez que são os blocos os responsáveis pela contratação dessas atrações.

Outra sugestão que também teve muitas citações diz respeito à data de realização da Miconquista, que é um período frio e sujeito à chuva, como aconteceu neste ano. A principal sugestão é que o evento seja realizado em outro período ao ano, preferencialmente no verão – que tem temperaturas mais agradáveis. O frio que fez na cidade durante a Miconquista incomodou e teve várias referências por parte dos entrevistados.

Outra questão que foi abordada por vários entrevistados, diz respeito à divulgação do evento, que segundo eles, deveria ser “melhorada, principalmente em outras cidades e estados do país”. É importante destacar aqui, que a análise da questão “origem” dos entrevistados vem reforçar essa percepção das pessoas. A pesquisa demonstra claramente que a Miconquista é um evento eminentemente regional e que oferece uma opção de lazer, principalmente, para a população local que aparece na pesquisa em maior número.

Mas o que percebemos, é que os participante querem que ela se torne um evento de maior porte, atraindo um maior pessoas de outras cidades e outros estados.

#### **4. Considerações Finais**

A Miconquista é sem dúvida alguma, um dos maiores eventos do interior da Bahia, pois a economia que gira em torno dos carnavais é tão dinâmica que é praticamente impossível, com os métodos e recursos disponíveis atualmente, medir toda a sua influência na região onde são realizados. Mas pode-se perceber com certa facilidade, que o carnaval é um evento que, de certo modo, favorece tanto os blocos, as grandes empresas patrocinadoras, quanto barraqueiros, vendedores ambulantes e catadores de latinhas de alumínio.

Evidencia-se que o Carnaval fora de época é um vetor de desenvolvimento sustentável para qualquer cidade e sua população, que direta ou indiretamente se beneficia com a chegada de tantos turistas durante o período da festividade. Desde os primeiros carnavais a diversão é a característica presente em todas as manifestações carnavalescas. Percebe-se que o Micareta por ser uma festa fora de época e que às vezes não seguem calendários fixos perde-se o *glamour* da festa como ela se apresenta sempre.

Isso é notado com o passar dos tempos, pois, a Micareta se tornou um forte atrativo para empresas cada vez com vontade de crescer seus lucros se degladiam uma com as outras em busca destes foliões que querem curtir e buscam um serviço de qualidade, ex: é a briga das cervejarias.

Mas um aspecto que merece atenção, principalmente de seus organizadores, diz respeito ao formato que a festa tem atualmente. Existe apenas um bloco oficial, que foi responsável por trazer a maior atração da Miconquista 2005: o Chiclete com Banana. A falta de mais blocos oficiais e, conseqüentemente, outras grandes bandas ou atrações, parece estar causando uma redução no fluxo de pessoas no evento e também sua satisfação.

Baseado nos resultados apurados na pesquisa realizada em 2005, sugere-se que seja estimulada a criação de outros blocos oficiais e conseqüentemente a contratação de atrações consideradas pelos participantes como “grandes”. Como o principal atrativo das micaretas são as bandas, acreditamos ser fundamental para a manutenção da festa.

#### **5. Referências Bibliográficas**

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 7 ed. São Paulo: Futura, 1998.

DUARTE, José Carlos Silveira. **De Mídia e Festa, a Micareta**. Vitória da Conquista. Dissertação de Mestrado/ Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1995.

FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS - FTC. **Pesquisa de Demanda Turística – Miconquista 2004**. Curso de Turismo: Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo. Vitória da Conquista: 2004.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de Demanda Turística – Miconquista 2005**. Curso de Turismo: Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo. Vitória da Conquista: 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 2 ed. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1989.

FERREIRA, Felipe. **O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE Banco de Dados Cidades**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>. Acesso em 15 de agosto de 2005.

IRVING, Marta de Azevedo, AZEVEDO, Julia. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.

NASCIMENTO, Aline Santos de Brito. **Carnaval de Ilhéus: Identidade, Turismo e Sustentabilidade**. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Cultura e Turismo,UESC/UFBA, Ilhéus –BA, 2003.