

Larissa da Silva Ferreira

Professora do Curso de Geografia da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) - Campus CAMEAM - Pau dos Ferros-RN, Doutoranda em Geografia pela Universidade Federal do Ceará (UFC)
larissaferreira@uern.br

Eustógio Wanderley Correia Dantas

Doutor em Geografia e Planejamento pela Université de Paris IV (Paris-Sorbonne), Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará (UFC)
edantas@ufc.br

Decurso histórico do turismo no estado da Bahia: Antônio Carlos Magalhães (ACM) e a cultura local como fatores intervenientes para o desenvolvimento da atividade

Resumo

O presente trabalho objetiva apresentar um estudo a respeito do decurso histórico da atividade turística no estado da Bahia. Com referencial teórico pautado em pesquisas documentais, bem como em autores como Fürst (2009), Gullestrup (2009), Bonald (1978), Guerreiro (2005), Reis (2010), dentre outros, foi constatado que a cultura local do povo baiano, bem como a figura emblemática de Antônio Carlos Magalhães (ACM), através de sua conduta política, que coadunou duas posturas politicamente contraditórias, uma desenvolvimentista e outra oligárquico-conservadora, foram responsáveis pelo estabelecimento e pela vanguarda do turismo planejado no NE.

Palavras-Chave: Histórico do turismo, estado da Bahia, Antônio Carlos Magalhães (ACM), Cultura local.

Abstract

HISTORICAL PROCESS OF TOURISM IN THE STATE OF BAHIA: ANTÔNIO CARLOS MAGALHÃES (ACM) AND LOCAL CULTURE AS FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF ACTIVITY

This paper aims to study about the historical process of tourism in the state of Bahia. With theoretical ruled in documentary research, as well as authors such

as Fürst (2009), Gullestrup (2009), Bonald (1978), Warrior (2005), Reis (2010) among others, it was found that the local culture of the people of Bahia, as well as the emblematic figure of Antonio Carlos Magalhães (ACM), through its political conduct, which conformed two contradictory postures politically, a developmental and other oligarchic-conservative, were responsible for establishing and leading tourism planned in NE.

Key-words: Historical process of tourism, state of Bahia, Antônio Carlos Magalhães (ACM), local culture.

1. Introdução

O estudo do turismo é desafiador desde sua essência, devido às dificuldades encontradas no que concerne a informações sistematizadas sobre o setor, bem como trabalhos acadêmicos a respeito da temática.

Embora a geografia do turismo seja disciplina que vem, aos poucos, se tornado cadeira cativa nos cursos de graduação em geografia nas universidades brasileiras, seus estudos ainda enfrentam grandes dificuldades devido a poucas pesquisas na área. Tal dificuldade é acentuada quando se busca fazer resgates históricos da origem da atividade no território brasileiro. A ausência de informações sobre o turismo, em poucas décadas atrás, reflete a não importância dada à atividade quando implantada no país. Neste quadro, o presente trabalho tem o objetivo de dar pequena contribuição no que se refere a dados históricos sobre a atividade e como esta se entrelaça com o território brasileiro, fixando-se para que hoje se torne essencial na vida econômica e social de diferentes cidades e regiões do país.

Tais estudos para o Nordeste (NE) são mais importantes ainda, pelo fato de o turismo ter se tornado vetor de mudanças significativas no espaço regional. Todavia, para se tornar este importante vetor, o turismo coadunou-se com antigas estruturas econômicas e de poder para se alavancar como importante setor na contribuição de receitas dos estados do NE.

Tomou-se como foco o estado da Bahia, por estar na vanguarda da atividade na região, e por ter espacializado a atividade de modo singular, congregando tanto a cultura local do povo baiano, quanto personalidades públicas que se utilizaram do discurso político de modernidade e do novo trazidos pelo turismo, como mecanismo para velhas elites tradicionais manterem-se no poder.

Como procedimentos metodológicos, foram consultados documentos, artigos e livros que abordam o turismo na Bahia e que buscam, também, fazer um retrospecto da atividade no estado. Além destes, foram igualmente consultados textos sobre cultura política e cultura política baiana como caminho para o entendimento do cenário histórico que a Bahia vivenciara no momento em que o turismo passou a ser visto como atividade potencializadora de renda e como uma atividade que simbolizava o novo e o moderno num período de estagnação econômica do estado agrário baiano.

2. Imersão no contexto do baiano e da *baianidade*

Diferentemente dos demais estados nordestinos, que atrelaram sua proposta turística principalmente ao segmento *sol e mar*, o estado da Bahia originou seu envolvimento com o turismo a partir de sua cultura local, como símbolo da construção de forte identidade sociocultural dos cidadãos baianos.

O imaginário territorial de Bahia se desenvolveu a partir do próprio baiano e de sua forma de ser e viver. Tal imaginário territorial vincula-se a específicas formas de vida dos baianos como diferentes dos demais brasileiros, devido à específica fusão de seus aspectos históricos, geográficos e de mestiçagem social, que lhe proporcionaram tal singularidade. De acordo com Pinho (1998), o que se chama de *baianidade* pode ser entendido a partir de um

“sentimento” de diferença que baianos têm em relação ao resto do país e do mundo; (b) que este “sentimento” é constituído a partir de narrativas específicas; (c) que estas narrativas condensam conteúdos particulares; (d) que estes conteúdos são ideológicos, no sentido interpretativista; (e) que esta ideologia é tanto a base para a construção de um consenso político com vistas à dominação, como a base para a reprodução de uma multiplicidade de bens simbólicos, negociados no mercado internacional de cultura (PINHO, 1998, p. 03).

Pinho (1998) afirma que a origem da construção do imaginário social de *baianidade*, assim como acima o definiu, surge na literatura popular baiana do início do século XX. As obras literárias de Jorge Amado e outros autores se tornaram roteiros turísticos muito antes da atividade ser exercida

institucionalmente em território baiano. Percebe-se que o realce dado aos traços geográficos e históricos da Bahia, em alinhamento com a descrição da gente baiana, constituiu, além do início da construção do imaginário de *baianidade*, o fomento do turismo na Bahia. Segundo Pinho (1998) e Guerreiro (2005), a gama de livros que retratavam tais peculiaridades do território e gente baianos, por Pinho denominados como os primeiros “guias de baianidade”, levou os leitores ao anseio de conhecerem a Bahia, o que foi passo fundamental para o início do turismo no referido território.

Percebendo essa tendência, o poder público se apropriou do discurso da *baianidade*, construído pela literatura local, e o explorou como mecanismo de venda do território baiano na institucionalização da atividade desde a década de 1930, pelo governo municipal de Salvador, e da década de 1950, pelo governo estadual de Régis Pacheco (1951-1955).

Pinho (1998) afirma que a essência dos caracteres do povo baiano, utilizados para a venda turística de seu território, era baseada em livros que continham

uma estrutura em si muito semelhante, [que] colocam lado a lado personagens, festas folclóricas, um pouco de história, riquezas naturais e culturais e reflexões para-antropológicas sobre o caráter das relações raciais. (...) Este tipo de literatura constitui um gênero muito importante neste processo de complementariedade (...) e demonstração dessa “verdade interior” da Bahia [sob a forma de] “exotismo” como mercadoria (PINHO, 1998, p. 4-5).

O imaginário social da *baianidade* fora, portanto, internalizado pela política baiana, tornando-se jargão político em discursos de cunho fortemente tradicionalista, coronelista e essencialista¹, responsáveis pela estereotipização dos valores e características atribuídas aos atores sociais locais do povo baiano (LIMA, 2008). Tal contexto de referência faz lembrar Gullestrup (2009), ao afirmar que a postura política é iniciada, antes de tudo, a partir da afirmação de determinada conduta social e cultural, o que torna impossível a dissociação da representação de atitudes políticas de seu território, daquilo que é popular.

Assim sendo, o discurso da *baianidade* fora fortemente vinculado à introdução do turismo no estado da Bahia, como consequência da posse do discurso essencialista na política baiana. Apostou-se nas características culturais do povo baiano, a partir da representatividade de alguns artistas e

intelectuais, como Dorival Caymmi e Jorge Amado, o que permite afirmar que o turismo no estado da Bahia não teve suas origens no poder público. A cultura popular baiana fora responsável pela vanguarda da Bahia na introdução da atividade de modo institucionalizado, anteriormente aos demais estados nordestinos, o que faz lembrar Fürst (2009), ao defender que as características diferenciadas das sociedades levam tempos distintos de culturas de ordenamento territorial, fazendo com que as ações de cunho territorial sejam pautadas nos tempos distintos das experiências sociais locais.

A partir de sua origem no social, o turismo na Bahia inicia seu processo de institucionalização, com ações públicas empreitadas ao longo das décadas de 1950 e 1960.

3. Institucionalização do turismo na Bahia: a tomada do imaginário social baiano por parte do poder público (1ª etapa do turismo baiano)

Com o imaginário social da cultura e povo baianos construído, o poder público da Bahia, em sua escala estadual, se apropria dele como mote de propaganda tanto política como de *marketing* local para o estado como um todo. Porém, as ações no início da década de 1950 ainda eram tímidas no que diz respeito à conduta política de efetivação da atividade por parte dos governantes, fato ocasionado pelo pouco esclarecimento sobre o que seria a atividade turística àquela época. Dessa forma, a figura 1 tem como objetivo traçar um panorama das principais ações políticas do estado da Bahia, no que concerne ao estabelecimento da atividade em território baiano; percebe-se que, de início, as principais ações dos governantes se referiam ao aparato institucional em relação ao turismo, o qual ainda não existia, bem como a planos e obras que objetivavam propiciar uma maior estrutura para futuras ações vinculadas à atividade.

Assim sendo, no governo de Régis Pacheco, datado de 1951-1955 (ver figura 1), as principais contribuições dadas foram a transformação da antiga Secção de Turismo, da Diretoria de Arquivo e Divulgação, da Prefeitura Municipal de Salvador (década de 1930), em Diretoria Municipal

de Turismo (DMT) no ano de 1953, com ações mais voltadas ao apoio a eventos mais representativos de Salvador, bem como à formulação do primeiro Plano Diretor de Turismo de Salvador (1955), elaborado e doado por uma empresa de propaganda local, cujo objetivo era estimular o poder público para o desenvolvimento do setor no estado (SETUR, 2012).

Já no governo de Balbino de Carvalho Filho (1955-1959), o turismo fora pensado a partir do viés do planejamento, visando maiores investimentos para sua consolidação, durante a formulação do Plano de Desenvolvimento da Bahia (PLANDEB) (GOTTSCHELL, 2001). Influenciado pelo ideário desenvolvimentista do período JK, através do Plano de Metas, o PLANDEB segue tendência da época, propondo para os governos sucessores um plano sistematizado de desenvolvimento da Bahia, que até então tinha sua economia estagnada e pautada unicamente na exportação de produtos agrícolas, especialmente o cacau.

O documento se tornara referência de planejamento para a época devido à visão desenvolvimentista e esquerdista de Rômulo Barreto de Almeida, sendo finalizado no governo sucessor de Juracy Magalhães (1959-1963), que o teve enquanto secretário de planejamento. A efetivação do PLANDEB sofreu resistência da classe política do estado, que era “bastante atrasada à época, e ao predomínio de uma velha oligarquia que via no planejamento uma séria ameaça de limitação da sua autoridade e poder” (SPINOLA, 2009, p. 17). Porém, mesmo antes da finalização do referido plano, o governo de Juracy Magalhães incorporara o turismo no Programa de Recuperação Econômica da Bahia, visionando a atividade como possível promotora de desenvolvimento econômico ao estado, fragilizado economicamente.

O governo de Juracy Magalhães foi importante para o turismo baiano, por ter contemplado as primeiras ações de planejamento sistemático para o setor. Também foi ponto de partida e de apoio político para Antônio Carlos Magalhães (ACM) que, em dois governos posteriores a este período, rompe definitivamente com antigas oligarquias agrárias, e inicia modelo de modernização conservadora, respaldado no apoio dos militares.

No governo de Lomanto Júnior (1963-1967), importantes ações merecem destaque, como o asfaltamento da rodovia BR-116, conhecida como Rio-Bahia, em 1963, que se tornara principal via de acessibilidade turística no estado, além da criação da Empresa de Turismo da Bahia (BAHIATURSA), em 1968, como uma das ações típicas do governo militar, de institucionalização da atividade, nos governos estaduais do Nordeste, sob a forma de empresas públicas de promoção da atividade. Foi a BAHIATURSA também responsável pela formulação das políticas setoriais e pela descentralização da atividade, até então restrita ao âmbito de Salvador (SPINOLA, 2000). Ocorreu a elaboração do Plano de Turismo do Recôncavo Baiano, marco para o planejamento da atividade no estado, e incentivo fiscal para a construção de grandes hotéis no ano de 1970, com o governo de Luiz Viana Filho (1967-1971), como mostra a figura 1.

Tais ações, aqui compreendidas como a primeira etapa do turismo baiano, iniciaram-se na década de 1950, com sua institucionalização, até o ano de 1971, quando ocorre a primeira gestão de ACM.

4. Antônio Carlos Magalhães (ACM) e o turismo via “burguesia nacional associada”: velhas estruturas e novas roupagens na política de desenvolvimento baiana (2ª etapa do turismo baiano)

O primeiro governo de ACM, datado de 1971 a 1975, foi período *core* para a política do estado baiano, tendo em vista que, segundo Reis (2010), é quando ocorre ruptura definitiva com antiga elite oligárquica baiana, representada por políticos ligados a José Joaquim Seabra. A prática política substituta tinha perfil autoritário, baseada no imaginário do nacional-desenvolvimentismo e no discurso essencialista baiano, que acarretou a

“construção de um ideário político baseado na modernização conservadora com a participação das camadas médias baianas, não afetando os interesses tradicionais locais, em especial à elite soteropolitana e do recôncavo baiano” (REIS, 2010, p. 14, 43).

O processo de rompimento com antigas oligarquias para implantação do modelo de gestão de ACM começa com Antônio Balbino de Carvalho Filho e Juracy Magalhães, que iniciaram os primeiros passos de modernização da Bahia, pelo viés do planejamento. ACM, que, antes de assumir o governo baiano, já tinha sido prefeito do município de Salvador durante o período de governo de Luiz Viana Filho, iniciara na capital sua carreira no executivo, com o apoio político dos militares. Baseou-se “num discurso de fim do clientelismo e combate às irregularidades administrativas, através de uma gestão administrativa planejada e racional, com quadro pessoal baseado em critério técnico-meritocrático, somado a transferências federais e maior capacitação de impostos” (REIS, 2010, p. 55). Foi identificado como o mentor de uma gestão inovadora na capital, que levava a Salvador importantes obras de requalificação de seus espaços urbanos.

Assim sendo, ACM empreitou obras relevantes na capital Salvador, como pavimentação de vias, limpeza de áreas centrais, construção e ampliação de avenidas, e se efetivou enquanto prefeito de destaque, firmando-se como o político mais relevante do estado. No período de seu primeiro governo, já na década de 1970, sua conduta política se assemelha a sua gestão na prefeitura de Salvador e, devido ao apoio cedido pela ala denominada “linha dura” militar, baseada nos presidentes militares Costa e Silva (quando era prefeito) e Médici (quando era governador pela primeira vez), ACM consegue angariar mais recursos para a Bahia, iniciando intenso processo de industrialização, tendo o turismo como proposta atrelada, pensamento bastante alinhado com os moldes militares de desenvolvimento, que compreendiam a industrialização como principal foco, e demais atividades setoriais, como o turismo, alavancadas de modo secundário, como já visto neste trabalho.

O bom relacionamento de ACM com a política do Estado Maior favorece o apoio do governo Médici a sua gestão, permitindo que o estado da Bahia chegasse a angariar 47% de todo o repasse fiscal federativo destinado a todo o Nordeste (REIS, 2010, p. 59). Tal fator fez com que a trajetória do estado

baiano mudasse de meramente agroexportador, para uma economia industrial nascente.

Este cenário político permitiu que Salvador já tivesse se consolidado enquanto importante destino turístico no Brasil, obtendo seu primeiro *boom* turístico em meados ao final da década de 1970, quando termina o primeiro mandato de governador de ACM. Tal quadro foi possível pelo fato do governo ter tomado várias medidas para o crescimento econômico do estado como um todo, tais como o desenvolvimento do Centro Industrial de Aratu, reduções fiscais para atração de empresas de diversos ramos da economia, construção da Avenida Paralela e o Centro Administrativo da Bahia, expansão da urbanização soteropolitana, construção da Central de Abastecimento (CEASA), construção do Porto de Aratu dentre outras ações (REIS, 2010, p. 59).

No que concerne ao turismo, é no ano de 1973 que ocorre o Programa de Remanejamento da Orla Marítima, criado pelo Decreto Lei nº 26.666 de 04/09/1973, dentro do I Plano Regional de Desenvolvimento do Potencial Turístico e de proteção à ecologia da orla. Segundo Bonald (1978, p. 168), este planejamento “objetivava a preservação e a valorização do patrimônio paisagístico do litoral e da defesa do equilíbrio ecológico”, definindo uma política geral de ordenação da orla marítima, quanto a seus usos, acessos e equipamentos, disciplinamento da ocupação do solo, previsão para criação de infraestrutura para suportar o fluxo turístico sobre a Região Metropolitana de Salvador e expansão das atividades típicas do setor turístico. Bonald afirma ainda que a Bahia na época

sente, mais que os outros estados nordestinos, a importância de se planejar o desenvolvimento da atividade turística pois, pelo volume dos visitantes que afluem aos seus centros turísticos já se ressentem dos efeitos negativos dessa atividade de massa e, mais que os outros estados sofre essas consequências prejudiciais ao patrimônio natural e cultural (BONALD, 1978, p. 169).

De acordo com o texto, percebe-se, já na década de 1970, a importância da atividade e a necessidade de ações do poder público para seu ordenamento com vistas ao grande fluxo de visitantes. Nesse contexto, no ano de 1974, também é desenvolvido o Projeto “Baía de Todos os Santos”, pela Coordenação de Fomento ao Turismo, que objetivou identificar as potencialidades turísticas da Baía de Todos os Santos e de todo o litoral

do Recôncavo, definindo áreas prioritárias de desenvolvimento do setor. Também em 1975 ocorreu a criação do “I Plano regional de desenvolvimento do potencial turístico de proteção à ecologia da orla marítima”, dentro do Programa de Remanejamento da Orla Marítima do Estado, datado do mesmo ano (lei Nº 3.365 de 16 de janeiro de 1975), finalizando as principais ações de planejamento da atividade na primeira gestão de governo estadual de ACM, respaldadas num forte controle do governador em todas as transações político-econômicas desse estado.

O cenário político trilhado por ACM beneficiou o desenvolvimento do estado da Bahia, e o turismo fora um dos setores eleitos para se desenvolver. Cabe a ressalva de que essa modernização fora dada em consonância com a elite política baiana, principalmente a soteropolitana. O caráter populista de ACM estava associado à 3ª etapa do paradigma do nacional-desenvolvimentismo vivenciado pelo Brasil no período da ditadura militar. Segundo Felipe (2010), o referido paradigma fora vivenciado em três grandes fases: “o nacionalismo do governo Vargas; os ‘50 anos em 5’ – o plano de metas do governo JK; e o ‘Brasil, grande potência’ nos governos militares” (FELIPE, 2010, p. 85). Tornou-se o imaginário social preponderante, baseado na construção de um sentimento coletivo que visava à consolidação do país enquanto grande potência econômica mundial. O imaginário era embalado pelos nacionalistas, messiânicos populistas, esquerdas reformistas, artistas e intelectuais que acreditavam que a industrialização, por meio da intervenção do Estado, seria o caminho para o desenvolvimento pleno do país.

Tal paradigma não era simpatizado pelas elites agrárias nordestinas, tendo em vista sua necessidade de reprodução no poder, pautada em estruturas sociais e de poder arcaicas. Assim, ACM governa através de uma conduta política que não fere nem os interesses da linha dura militar, nem os interesses da elite agrária do recôncavo, já que, segundo Felipe (2010, p. 88), “os defuntos estavam todos vivos e, por meio do ‘Estado de compromisso’, que seus interesses econômicos agroexportadores [das oligarquias agrárias nordestinas] permaneciam intocáveis e os seus interesses político-oligárquicos continuam a reproduzir-se por meio do domínio das instituições do Estado”.

Dessa forma, baseado no discurso da lealdade, da moralidade, do compromisso social e do essencialismo baiano, que era confortável aos ouvidos

das massas sociais, ACM mantém a sociedade sob controle, e suas ações políticas puderam ser executadas de modo a manter antigos interesses políticos locais, se coligando com o ideário industrial-desenvolvimentista militar, nos moldes da “burguesia nacional-associada”, que uniu modernização conservadora e excludente, aprofundando a concentração de renda e mantendo inalterada a estrutura fundiária e de poder de elites locais.

A manobra política de ACM fora realizada principalmente a partir de duas frentes: a manutenção dos interesses da elite soteropolitana e de seu recôncavo, principalmente, e o desenvolvimento com caráter modernizador, baseado no desenvolvimentismo requerido pelos militares. Esse modelo de política de governo permitiu que ACM ascendesse vertiginosamente no cenário político baiano, fragilizando a oposição e consolidando a era “carlista” na política baiana que, segundo Reis (2010), pode ser compreendida como essa conduta referenciada, dada pelo grupo político ligado à figura de ACM, que iniciou o processo de modernização autoritária em seu primeiro governo estadual.

No governo estadual seguinte, com Roberto Santos (1975-1979), Salvador vivencia o final da década que fora o primeiro momento de grande procura turística pela cidade e um investimento que mereceu destaque a este governo foi a construção do Centro de Convenções da Bahia, em 1979, e a consolidação do *marketing* turístico baseado no sol, na praia e na música baianos, e não mais na literatura popular, como fora fortemente antes e durante o processo de institucionalização da atividade até a década de 1950-60 (GUERREIRO, 2005).

ACM sucede o governo de Roberto Santos, para o período de 1979 a 1983, e dá continuidade ao seu modelo de gestão. Segundo Spínola (2000, p. 39),

a Bahia participou de mais de cem eventos externos e conquistou os primeiros vôos internacionais diretos para Milão, Roma, Madri, Assunção, Paris e Lisboa. Paralelamente, começou a investir mais intensivamente na descentralização da atividade turística através da eleição de municípios-chave, com potencial para competir em escala global com outras destinações.

Como ressaltado por Spínola (2000), até o final da década de 1970 e início da década de 1980, várias ações foram empreendidas para o desenvolvimento da atividade turística. Contudo, de acordo com a figura 1, é

perceptível a descontinuidade temporal nas ações para o setor nesta década que, segundo a BAHIATURSA (1998), deveu-se à falta de apoio governamental, além do elevado preço de passagens aéreas e de hospedagem. O ritmo de crescimento só fora retomado com a volta de ACM ao governo, no ano de 1991, quando se dá o lançamento do PRODETUR I - BA no mesmo ano, bem como do Projeto Linha Verde, no ano de 1993 (CRUZ, 2000), dando início à 3ª etapa do turismo baiano.

5. Conclusões

Pode-se considerar que o turismo na Bahia não teve suas origens com o poder público. A cultura popular baiana fora a responsável pela vanguarda da Bahia na introdução da atividade de modo institucionalizado, anteriormente aos demais estados nordestinos. Seu povo, sua literatura e sua cultura foram os primeiros divulgadores do território baiano para os “outros”. Percebendo o discurso da *baianidade* enquanto filão político, a política local toma-o para si como parte da propaganda e do *marketing* políticos, iniciando-se, então, o processo de institucionalização do turismo no referido estado.

Viu-se, também, que o turismo fora atrelado ao discurso das elites locais baianas, principalmente representadas na figura de ACM, como uma atividade voltada à modernidade e ao desenvolvimento, de acordo com a política desenvolvimentista requerida pelos militares. Porém, tal discurso não afetou a reprodução dos interesses das elites agrárias locais, principalmente as soteropolitanas, fazendo com que ACM iniciasse um processo singular de desenvolvimento do estado da Bahia, atrelando antigos e novos interesses na gestão política do estado da Bahia, fator que levou o estado a se consolidar na vanguarda do planejamento da atividade no Nordeste brasileiro.

Notas

¹ Essencialismo é definido, segundo Raymond (1969), como atributos sociais comuns que podem ser encontrados nos membros de determinado grupo.

Referências

- BAHIATURSA. Empresa de Turismo da Bahia S/A. **Turismo no Estado da Bahia**. (Relatório). Salvador, 1998.
- BONALD, Olimpio. **Planejamento e Organização do Turismo**. Recife/PE: EMPETUR, 1978.
- CRUZ, Rita de Cássia A. **Políticas de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- FELIPE, José Lacerda Alves. **Rio Grande do Norte: uma leitura geográfica**. Natal-RN: EDUFRN, 2010.
- FÜRST, Dietrich. Planning Cultures en Route to a Better Comprehension of 'Planning Processes'?. In: KNIELING, Jörg; OTHENGRAFEN, Frank (Org.). **Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning**. Farnham e Burlington: Ashgate, 2009.
- GOTTSCHELL, Carlota. O turismo como atividade promotora do desenvolvimento regional. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 1, n. 2, p. 105-111, setembro de 2001.
- GUERREIRO, Goli. A Cidade Imaginada: Salvador sob o olhar do turismo. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, ano 6, n. 11, p. 06-22, jan./jun. 2005.
- GULLESTRUP, Hans. Theoretical Reflections on Common European (Planning)-Cultures. In: KNIELING, J; OTHENGRAFEN, F. (Org.). **Planning Cultures in Europe. Decoding Cultural Phenomena in Urban and Regional Planning**. Farnham e Burlington: Ashgate, 2009.
- LIMA, Frederico Burgos. **Marca Bahia no Turismo: uma análise sobre a adoção de uma identidade territorial na construção de uma marca-lugar**. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. (Dissertação de Mestrado). Salvador-BA, 2008. Disponível em: http://www.adm.ufba.br/pub/publicacao/5/MAA/2008/792/dissertacao_de_frederico_burgos_lima.pdf. Acessado em 05/04/2012.
- PINHO, Osmundo S. de Araujo. A Bahia no Fundamental: notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 13, n. 36, fev. 1998. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000100007&lng=en&nrm=iso. Acessado em 05/04/2012

RAYMOND, Aron. **Les désillusions du progrès**. Paris: Calmann-Lévy, 1969.

REIS, Fernanda Teixeira. **Política Mandonista do Estado da Bahia: o fenômeno político do carlismo e as sucessivas estratégias de adaptação da elite política baiana**. Centro de Pesquisa e Pós-Graduação sobre as Américas. Universidade de Brasília – UNB (Dissertação de mestrado). Brasília-DF: 2010. Disponível em: http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/9159/1/2010_FernandaTeixeiraReis.pdf. Acessado em 22/02/2012.

SETUR. Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. **Desenvolvimento do Turismo na Bahia**. Disponível em: <http://www.setur.ba.gov.br/institucional/historico/>. Acessado em 17/01/2012.

SPINOLA, Carolina. O PRODETUR e a descentralização do turismo baiano. **RDE - Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano II, n. 3, p. 36-47, janeiro de 2000.

SPINOLA, Noélio Dantas. O PLANDEB. **RDE - Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano XI, n. 20, julho de 2009.

Recebido em: 06/09/2012

Aceito em: 14/12/2012

