

O TURISMO CULTURAL NO CENTRO ANTIGO DE SALVADOR: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Lúcia Maria Aquino de Queiroz
Professora Adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)
E-mail: luciamaqueiroz@yahoo.com.br

Palavras-chave: Centro Antigo de Salvador. Turismo Cultural. Competitividade. Desenvolvimento.

1 – A importância do ordenamento e do gerenciamento territorial para o desenvolvimento turístico do Centro Antigo de Salvador (CAS)

O turismo, após ter sido compreendido, por um longo período, como uma atividade puramente econômica, pertencente ao setor secundário, tem sido visto, na atualidade, como um fenômeno genuinamente territorial. Diferentemente de outras atividades econômicas em que as áreas de produção são cada vez mais desconhecidas do consumidor, no turismo o consumidor é deslocado ao local de produção, conduzindo a que o espaço territorial desempenhe papel fundamental na definição da competitividade dos destinos turísticos.

A percepção do “valor do lugar”, de sua cultura, de sua identidade pela demanda turística, em um cenário de intensa competitividade global, vem conduzindo à expansão de novas modalidades de turismo associadas às cidades, e propiciando o fortalecimento da segmentação turística. O crescimento do papel atribuído à cultura na definição dos lugares e, mais especificamente, na composição de sua identidade, tem possibilitado a que o turismo cultural se destaque como um segmento em franca expansão, um dos grandes responsáveis pelo incremento da atividade turística mundial.

Aproveitando-se da valorização da cultura como um dos elementos centrais da oferta turística, cidades, situadas nos mais distintos pontos do planeta, estão buscando revitalizar e preservar o seu patrimônio cultural com vistas à ampliação da sua competitividade urbano-turística. Entretanto, sendo o turismo um fenômeno genuinamente territorial, que utiliza o território como espaço de consumo e de produção, impactando-o e sendo por este impactado, positiva ou negativamente, o desenvolvimento turístico irá pressupor, mais do que a necessária articulação a aspectos externos, que, dentre outros fatores, podem viabilizar a qualificação e ampliar a atratividade da oferta local, uma integração territorial, também

compreendida como a capacidade de organização socioeconômica e política dos territórios.

Dada a importância do território para o turismo, a ocorrência do desenvolvimento turístico, compreendido enquanto “[...] um processo de mudanças que permita superar problemas e construir uma sociedade mais justa, com significativa redução da pobreza, e vivendo com mais qualidade de vida [...]” (SILVA, 2003, p. 162) irá requerer o emprego de instrumentos que possibilitem aos destinos turísticos a transformação de vantagens comparativas, baseadas no aproveitamento intensivo dos recursos turísticos, em vantagens competitivas, pautadas na flexibilização da oferta e no uso racional dos recursos (REBOLLO, 1996, p. 87). Ou seja, a adoção de mecanismos de gerenciamento e ordenamento territorial do turismo que viabilizem a qualificação de espaços turísticos, contribuindo para a revitalização de áreas degradadas, possibilitando ao desenvolvimento turístico atuar como “um ponto de arranque para a correção de desequilíbrios espaciais” (REBOLLO, 1996, p. 89). Em essência, o gerenciamento e o ordenamento territorial do turismo tornaram-se grandes desafios para muitas cidades, sobretudo para aquelas que se constituem em territórios permeados por conflitos políticos, econômicos e sociais, como os presentes na cidade de Salvador.

Reunindo um conjunto de atributos propícios à exploração de diversos segmentos turísticos, como o histórico-cultural, de lazer litorâneo, náutico, de eventos, gastronômico, dentre outros, Salvador apresenta um amplo potencial para expansão da economia do turismo. Para tanto, junto à superação de desafios estruturais, como os referentes ao quadro social — mendicância, violência urbana, marginalidade — e de deficiências da infraestrutura urbana e turística — transporte urbano, sinalização turística, limpeza urbana, acessibilidade aérea e terrestre, dentre outros —, deverá potencializar os seus segmentos turísticos, dentre os quais o turismo cultural.

O Centro Antigo de Salvador (CAS), aglutinando a maior parte da oferta turística da cidade para o segmento do turismo cultural, composta pelo seu valioso patrimônio arquitetônico — monumentos implantados entre os séculos XVI e XIX —, bem como pelo patrimônio imaterial — os saberes e fazeres da população local, as manifestações populares, etc. — apesar de defrontar-se com problemas similares aos apontados para o conjunto da cidade, apresenta elevado potencial para desenvolvimento do turismo. Entretanto, em que pese à importância do potencial existente, ainda são muitos os desafios para que esta área, assim como para a cidade do Salvador, amplie a sua competitividade turística.

2 – O turismo no Centro Antigo de Salvador

O conjunto das políticas públicas direcionadas ao CAS, a partir dos anos 1990, possibilitou a conformação, do ponto de vista da economia do turismo, de um território dotado de subáreas diferenciadas, que apresentam hoje uma dinâmica própria e vivenciam problemas específicos, embora também convivam com questões desafiantes que são comuns ao conjunto da Área Central e, até mesmo, a outros espaços de Salvador. O território turístico do CAS é assim composto pelo Centro Histórico de Salvador (CHS), com as subáreas Pelourinho/Sé/Taboão, Carmo/Santo Antônio Além do Carmo, Barroquinha/Ladeira da Praça; e pelo Entorno do Centro Histórico, que abrange as subáreas Campo Grande/Piedade/Mouraria, Nazaré/Barbalho, Contorno/Comércio e Calçada/Água de Meninos.

A Subárea Pelourinho/Sé/Taboão, pioneira na recepção dos investimentos públicos realizados nos anos 1990 com vistas à recuperação do conjunto arquitetônico do CHS e à formação de um enclave entre o Terreiro de Jesus e o Largo do Pelourinho, que funcionaria como um “*shopping center* ao ar livre” (SANT’ANNA, 2004, p. 75), estimulando as atividades comerciais e de serviços, sobretudo turísticos, e deslocando a função residencial para as áreas periféricas do CAS, caracteriza-se por apresentar um número expressivo de equipamentos direcionados ao turismo e atividades correlatas. Conforme o *Censo Empresarial Sebrae* 2008, o Pelourinho/Sé/Taboão concentra a maior oferta de serviços turísticos e de lazer e animação do CHS aglutinando grande parte dos restaurantes (54,9%), bares (57,6%), lanchonetes, sorveterias, casas de suco (37,0%), equipamentos de arte, cultura — destacadamente, museus, teatros e cinemas — esporte e recreação (85,7%), além do comércio de bijuterias, suvenires e artesanato (82,1%) (QUEIROZ, 2010, p. 191).

A subárea Pelourinho/Sé/Taboão também apresenta expressividade no total de equipamentos de hospedagem e agenciamento do CHS e do CAS, embora, neste último caso, a maior parte desta oferta esteja situada no Entorno do Centro Antigo. Em seu conjunto, o CAS responde por 34,4% dos meios de hospedagem, 21,4% da oferta de leitos e 22% das agências de viagem de Salvador. Considerando-se exclusivamente o CHS, a subárea Pelourinho/Sé/Taboão assume a liderança na oferta de agências de viagens e de leitos, sendo, superada, porém, pelo Carmo/Santo Antônio Além do Carmo em número de meios de hospedagem.

A dinâmica atual do Pelourinho/Sé/Taboão indica ser esta a subárea do CAS em que o desafio da sustentabilidade tende a ser mais intenso. Após a intervenção dos anos 1990 esta subárea transformou-se em um território muitas vezes identificado como artificial e carente de “interações sociais plurais e história” (LEITE apud QUEIROZ, 2007, p. 102). Embora concentre uma mais ampla oferta direcionada ao turismo do CAS, o Pelourinho/Sé/Taboão também apresenta um conjunto de problemas que dificultam a atração de um fluxo mais expressivo de visitantes e, até mesmo, de residentes, o que compromete a viabilidade econômica das unidades empresariais aí instaladas e a expansão da atividade turística desta subárea. A inexistência, desde os primeiros anos da reforma realizada nos anos 1990, até os dias atuais, de uma instituição com atribuições definidas capaz de estabelecer um ordenamento e gerenciamento do território e de conduzir os conflitos que naturalmente ocorrem entre moradores, comerciantes, turistas e empresas de turismo, impediu o bom funcionamento e o crescimento harmônico das atividades econômicas dessa subárea, levando a uma série de entraves como a desorganização das vias de circulação, com a expansão de algumas unidades empresariais para fora dos limites do seu negócio, ocupando os passeios com objetos, anúncios, etc.; a poluição sonora gerada pelos próprios estabelecimentos, o assédio de vendedores ambulantes, das “baianas”, dos menores pedintes, dentre outros, por todos os lados, nas ruas, nas praças, inclusive dentro de bares e restaurantes; a marginalidade, a prostituição, a violência, as drogas; o despreparo da mão-de-obra local, destacadamente para atendimento aos visitantes, sobretudo estrangeiros.

A Subárea Carmo/Santo Antônio Além do Carmo, caracterizada como predominantemente residencial – conforme o Censo 2000 apresenta a maior densidade populacional de todo o CHS, com 64,3% dos imóveis considerados próprios; no Pelourinho-Sé apenas 14,2% encontravam-se nesta condição – tem como grande diferencial turístico o apelo do amplo patrimônio imaterial aí existente, engrandecido pela ambiência especial proporcionada pela Baía de Todos os Santos. As tradições, a religiosidade, as celebrações locais organizadas pela comunidade, o jeito de viver dos residentes, configuram um cenário bucólico, fruto de um ambiente interiorano e, ao mesmo tempo, internacionalizado e caracterizam-se como elemento central na atratividade de turistas e investidores para esta subárea.

A intervenção pública nesta subárea ocorreu de forma distinta do observado no Pelourinho/Sé/Taboão, com a recuperação de imóveis residenciais, com vistas à permanência

da população local, o que, entretanto, não foi impeditivo para que o Carmo/Santo Antônio sofresse transformações expressivas em decorrência da expansão da atividade turística. Desde 2005 esta subárea vem atraindo empreendimentos turísticos direcionados a um público de mais elevado poder aquisitivo, em grande parte estrangeiro, com destaque para hotéis, “pousadas de charme”, restaurantes e bares temáticos.

Conforme informações da Bahiaturisa/Embratur, o Carmo/Santo Antônio lidera a oferta de meios de hospedagem do CHS e concentra cerca 7,8% das agências de viagem do CAS. Embora apresente carências comuns ao Pelourinho/Sé/Taboão, que dificultam à expansão da atividade turística, sobretudo no que se refere a aspectos relativos à infraestrutura de serviços urbanos — limpeza e segurança — e a carências de espaços para estacionamento e de mecanismos de divulgação, as unidades empresariais dessa subárea revelam-se mais competitivas do que as da primeira, principalmente no tocante à oferta de serviços diferenciados e às iniciativas de trabalho em parceria ente os diversos agentes do turismo (QUEIROZ, 2010, p. 193).

A subárea São Bento/Misericórdia, embora pioneira na cidade na recepção de empreendimentos turísticos, inclusive de alto padrão, como o Hotel Chile, edificado na primeira década do Século XX, que se vangloriava de ter a preferência de Ruy Babosa, e o Pálace Hotel, construído em 1934 (QUEIROZ, 2002, p. 25), caracteriza-se na atualidade por concentrar atividades comerciais (28,4% das suas empresas) e de serviços especializados (22,1%), predominando, dentre esses últimos, os escritórios de advocacia e contabilidade (18,3%), conforme o Censo/Sebrae.

A Barroquinha-Ladeira da Praça, subárea de restrita incidência de equipamentos e fluxos turísticos — responde por 9,0% da oferta de leitos do CAS e por 1,7% das unidades empresariais direcionadas ao agenciamento —, embora sem tradição turística, foi contemplada com um novo projeto na área cultural que poderá provocar mudanças na sua recepção de visitantes, residentes ou não na cidade: o Espaço Cultural da Barroquinha.

No Entorno do CHS o Campo Grande/Piedade/Mouraria sobressai na oferta de meios de hospedagem, apresentando, conforme Bahiaturisa e Embratur, o maior número de leitos de todo o CAS (2.914 unidades), além de 18,3% das agências de viagens. Nesta subárea, situada próxima a bairros tradicionalmente ocupados pela população de mais elevados rendimentos, estão localizados equipamentos culturais de expressão, como o Teatro Castro Alves e o Teatro Vila Velha, além de inúmeros bares e restaurantes direcionados tanto às classes de maior

poder aquisitivo, quanto à população de renda média a baixa, ofertando, assim, um leque diversificado de opções para os turistas.

A subárea Nazaré/Barbalho, respondendo por cerca de 10% da oferta de leitos e por 4% das agências de viagem do CAS (Bahiatursa/Embratur), apresenta importantes equipamentos de lazer, esporte e cultura, como o Dique do Tororó e o Centro Cultural Barroco da Bahia, na Saúde. A subárea Contorno/Comércio, e, sobretudo, a Av. Contorno, vem sendo ocupada por empreendimentos, como restaurantes, marina e *flats*, empresas de eventos, dirigidos a um público seletivo, de alto poder aquisitivo. Nesta área estão localizadas 47,8% das agências de viagem do CAS, conforme a Bahiatursa/Embratur, em sua grande maioria, direcionada para o turismo emissivo.

A subárea Calçada/Água de Meninos, detentora de um número pouco expressivo de agências de viagens (apenas uma unidade encontra-se registrada na Bahiatursa/Embratur) e de uma oferta de meios de hospedagem equivalente a 14,1% do total disponível no CAS, apresenta apelos turísticos como a Feira de São Joaquim. Centro cultural e de comércio existente há 43 anos, onde são encontrados produtos típicos – desde alimentos a vestuários e artesanatos — e artigos utilizados nos cultos de origem afro, a feira tem despertado a atenção de alguns visitantes, sobretudo estrangeiros, interessados no turismo étnico, e de agências de viagem que já estão incorporando este atrativo nos seus roteiros turísticos definidos para Salvador.

3 – Desempenho e Perspectivas do Turismo no CAS

Em que pese à importância do potencial existente para o turismo cultural, ainda são muitos os desafios para que o CAS amplie a sua competitividade neste segmento. De forma a contribuir com este processo, trazendo novos aportes à definição de proposições de políticas públicas direcionadas ao incremento do turismo no CAS, a pesquisa *Avaliação do Desempenho da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador* realizada como subsídio à elaboração do Plano de Reabilitação Participativo do CAS, buscou, através da visão de empresários do turismo selecionados, traçar um panorama atual da atividade turística na capital baiana e no CAS, identificar as perspectivas para as distintas subáreas turísticas do Centro Antigo, o modelo de gestão adequado ao desenvolvimento turístico, bem como

levantar propostas e sugestões para esse território, com vistas ao alcance de uma mais ampla competitividade turística.

Utilizando o método da amostragem aleatória, foram entrevistados 103 empresários/gestores do turismo e atividades correlatas atuantes na área antiga da cidade, entre os meses de fevereiro e maio de 2009, tendo-se levantado um conjunto de informações e opiniões fundamental à proposição de políticas públicas direcionadas à ampliação da competitividade turística do CAS.

Conforme a pesquisa, os empresários entrevistados avaliaram, em sua maioria (69,9%), o desempenho atual do turismo em Salvador como regular, ruim ou péssimo. A avaliação do turismo no CAS refletiu uma insatisfação ainda mais intensa, sendo enquadrada em idênticas categorias por 80,6% da amostra pesquisada. A insatisfação com o desempenho do turismo não impediu, porém, a percepção da competitividade turística de Salvador, principalmente quando confrontada com destinos turísticos regionais ou nacionais, e do CAS. Cerca de 90% dos entrevistados consideraram a capital baiana um destino turístico competitivo se comparado a outras capitais nordestinas; 75,7% em relação a outros destinos turísticos brasileiros e 44,7% a destinos do exterior. O CAS foi considerado um espaço turístico competitivo em Salvador por 74,8%, possivelmente por aglutinar a maior parte da oferta da cidade para o segmento do turismo histórico-cultural.

Em uma avaliação dos principais problemas para o desempenho atual do turismo do CAS, no que se refere à infraestrutura urbano-turística, a maioria dos entrevistados (61,5%) apontou a segurança pública como o problema mais relevante, seguido pela limpeza e iluminação públicas. Em relação aos equipamentos e serviços turísticos, destacaram-se como maiores entraves, a ação dos guias e de outros profissionais do turismo e a carência de opções de lazer e entretenimento; na gestão do turismo do CAS, o despreparo dos gestores públicos atuais (apontado por 49%), a inexistência de modelo de gestão adequado (22,5%) e a dificuldade de conservação dos monumentos (13,7%). Já dentre os aspectos externos ao Centro Antigo que vem dificultando o desempenho do seu turismo sobressaíram a atual conjuntura econômica mundial (39,6%) e a concorrência com outras áreas da cidade (30,2%).

A pesquisa revelou que embora o CAS seja um espaço turístico, a população de Salvador é fundamental à manutenção dos equipamentos aí instalados, compartilhados por residentes e turistas, a exemplo dos bares e restaurantes, lanchonete e outros. Para 43% das unidades empresariais entrevistadas, os residentes em Salvador correspondem a mais de 80%

dos seus clientes, indicando que parte expressiva dos freqüentadores dos equipamentos direcionados ao turismo e atividades correlatas existentes no CAS mora na capital baiana.

O turismo praticado no CAS foi também identificado como significativamente regional. Para 39,6% dos entrevistados, os baianos que residem em outros municípios representam acima de 80% do fluxo de visitantes que freqüenta o seu estabelecimento. Apesar da representatividade desse público, os estrangeiros também já apresentam alguma expressividade no CAS, correspondendo a mais de 80% dos turistas que freqüentam cerca de 20% das empresas pesquisadas.

As atrações do CAS mais demandadas pelos clientes das unidades empresariais entrevistadas são as igrejas (para 37,6%), os shows do grupo Olodum (19,5%) e os museus (14,6%). O que mais agrada a este público no CAS é o povo baiano (de acordo com 13,1% dos entrevistados), o conjunto arquitetônico e o Pelourinho (11,9% cada), as igrejas (10,7%), a cultura e a história (9,5%) e a vista à Baía de Todos os Santos (6%); já os principais problemas são a falta de segurança (para 72,8%) e de limpeza públicas (15,5%), o assédio aos visitantes (12,6%), a carência de estacionamentos (8,7%), a mendicância (8,7%), dentre outros. Os preços dos bens e serviços turísticos de Salvador aparecem como competitivos se comparados aos praticados em outras capitais do Nordeste brasileiro (na visão de 59,2%), em outros destinos do Brasil (60,2%) e no exterior (40,8%).

Na análise da satisfação empresarial, 41,7% dos empresários revelaram estar “pouco satisfeitos” ou “insatisfeitos” com os resultados do seu negócio. Apesar do elevado grau de descontentamento, os “razoavelmente satisfeitos” predominaram (46,6%).

Em uma projeção do desempenho do faturamento da empresa no verão 2010, cerca de 39% dos empresários manifestaram-se de forma otimista, indicando a espera de crescimento neste indicador; 31,1% indicaram que o faturamento deverá manter-se no mesmo patamar atual e 24,3% que deverá apresentar retração. 51,5% dos entrevistados associaram o desempenho da sua empresa ao desempenho do turismo do CAS. No conjunto dos entrevistados, cerca de 54% afirmaram não planejar investir no CAS nos próximos 2 anos, contra 37,9% que pretendem realizar inversões nesta área em idêntico período.

A influência do *Trade* nas políticas direcionadas ao turismo do CAS foi considerada como pouca, muito pouca ou inexistente para cerca de 70% dos entrevistados e, conforme um percentual ainda mais elevado (74,8%) não há interação entre os agentes do turismo do CAS.

A gestão participativa foi o modelo de governança mais indicado para a atividade turística desenvolvida nessa área.

As expectativas para o turismo de Salvador e do CAS tendem a ser mais otimistas no longo prazo. No CAS, especificamente, os empresários que revelaram estar otimistas ou muito otimistas no curto, médio e longo prazos equivaleram, respectivamente, 46,6%, 49,5% e 57,2%.

A importância das políticas públicas para o desempenho do turismo do CAS foi ressaltada por 61,3% dos entrevistados; estes afirmaram que as perspectivas para as subáreas turísticas do CAS nos próximos cinco anos, dependem, em grande medida, das ações públicas, a exemplo de melhorias no sistema de segurança, limpeza pública, iluminação, sinalização, divulgação, dentre outros. Cerca de 23% demonstraram otimismo quanto ao desempenho do turismo do CAS em um médio prazo, apostando em uma maior atratividade do CHS, do Pelourinho e do Comércio; 6,5% revelaram pouco otimismo e 3,2% consideraram que as perspectivas para as subáreas turísticas do CAS dependem da atração de investimentos, de ações de conservação e restauro e da adoção de uma gestão participativa.

As informações levantadas na pesquisa permitem concluir que embora os empresários, em sua maioria, não estejam satisfeitos com o resultado atual do turismo do CAS ou mesmo dos seus negócios, reconhecem o potencial turístico desse território, sugerem um novo modelo de gestão turística, com ampla participação do conjunto de atores envolvidos com a atividade e defendem a importância das políticas públicas para o desempenho do turismo no Centro Antigo da cidade.

4 – Considerações finais

O CAS, de fato, como evidenciado pela pesquisa *Avaliação do Desempenho da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador*, possui uma ampla atratividade para o turismo cultural, entretanto, a sua consolidação enquanto um território turístico competitivo dependerá de um conjunto de aspectos internos e externos a esta área. Dentre os aspectos externos, cabe lembrar os interesses das grandes operadoras mundiais, os mecanismos de conexão com os centros emissores, as flutuações cambiais, os movimentos da economia brasileira e internacional, os modismos, a imagem do Brasil no exterior, dentre outros. Nos aspectos internos cabe destacar a necessidade de ordenamento desse território turístico, a

implantação de um aparato de governança, o estabelecimento de políticas sociais que contemplem a população menos (ou des) favorecida, um amplo trabalho de promoção turística e a qualidade da oferta turística local.

Como visto, O CAS é formado por subáreas diferenciadas, com distintos apelos turísticos que hoje estão sendo decisivos na reconfiguração da dinâmica do seu turismo. As subáreas que conseguem agregar os seus atrativos histórico-culturais, a uma ambiência especial proporcionada pela visibilidade da Baía de Todos os Santos, à presença de uma população residente, com seus costumes e tradições, tendem a ser as mais procuradas pelos investidores privados. Nesse sentido, o Carmo/Santo Antônio, destacadamente, e também o entorno da Castro Alves — subárea São Bento/Misericórdia — e a região do Dois de Julho/Contorno, inserida nas subáreas Campo Grande/Dois de Julho e Contorno/Comércio, tendem a ser as mais cogitadas para a implantação de novos empreendimentos turísticos.

Apesar do potencial e das inversões públicas programadas para o Pelourinho/Sé/Taboão, direcionadas, sobretudo, à recuperação de monumentos e à iluminação de espaços públicos, os investimentos privados previstos para este espaço turístico são hoje pouco expressivos se comparados aos estimados para as subáreas mais atrativas do CAS. O Pelourinho/Sé/Taboão requer um olhar diferenciado, propostas específicas que contemplem a atração da população local e dos visitantes. O modelo de desenvolvimento aí implantado também pode ser utilizado como exemplo para que se evite a ocorrência de experiências similares em outras subáreas do CAS. Para que se busque promover a expansão do turismo e dos negócios em consonância com os interesses das comunidades residentes; para que se perceba que a conjugação do desenvolvimento turístico e da sustentabilidade das áreas centrais requer um processo de mudanças que possibilite superar graves problemas, como a pobreza e a marginalidade urbana, construir uma sociedade mais justa, com mais qualidade de vida, em um espaço compartilhado entre residentes e turistas.

Referências

BAHIA. *Centro Antigo de Salvador: uma região em debate*. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado; Fundação Pedro Calmon Centro de Memória; Arquivo Público da Bahia, 2008. Disponível em: <<http://www.centroantigo.ba.gov.br/PlanoReabilitaCAS1.pdf>>.

BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*. Tradução de Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUCS, 2002. 278 p.

FIGEIROLA PALOMO, Manoel. *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1985. 434 p.

HALL, Colin Michael. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001. 296 p. Coleção Turismo Contexto.

JANSEN-VERBEKE, Myriam; LIEVOIS, Els. Análise de recursos históricos para o turismo urbano em cidades europeias. In: PEARCE, Douglas; BUTLER, Richard (Orgs.). *Desenvolvimento em turismo. Temas contemporâneos*. Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2002. p. 135-155.

LOPES, Rodrigo. *A cidade intencional. O planejamento estratégico de cidades*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998. 183 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Notícias OMT. Ano XXIII, n. 1, 2009. Disponível em: <www.world-tourism.org>. Acesso em: 20 fev. 2009.

PALOMEQUE, Francisco López. La estrategia del turismo metropolitano: el caso de Barcelona. *Estudios Turísticos*, Barcelona, n. 126, p. 119-141, 1995.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. *Turismo na Bahia: Estratégias para o desenvolvimento*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002. 236 p. (Coleção selo Turismo).

_____. *A gestão pública e a competitividade de cidades turísticas: a experiência da cidade do Salvador*. 2005. 632 f. Tese (Doutorado) – Universidad de Barcelona, Espanha, 2005.

_____. O espaço turístico do Centro Histórico: formação, transformações, perspectivas e desafios. In: GOTTSCHALL, Carlota se Sousa; SANTANA, Mariely Cabral de (Orgs.). *Centro da Cultura de Salvador*. Salvador: EDUFBA, SEI, 2006. p. 76–111.

_____. *Turismo urbano, gestão pública e competitividade*. Salvador: P555; FAPESB; 2007. 304 p.

_____. *Avaliação do Desempenho da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador*. Salvador: Escritório de Referência do Centro Antigo; UNESCO, 2009. Mimeo.

_____. *Diagnóstico da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador*. Salvador: Escritório de Referência do Centro Antigo; UNESCO, 2009. Mimeo.

_____. Centro Antigo de Salvador – Contexto Atual e seus Desafios. Economia do Turismo. In: BAHIA. *Centro Antigo de Salvador, Plano de Reabilitação Participativo*, Salvador: Governo do Estado; Secretaria da Cultura; Escritório de Referência do Centro Antigo; UNESCO, 2010. p. 186-207.

RABAHY, Wilson Abrahão. Tendências recentes do turismo mundial. Caderno de Estatísticas. *Revista Turismo em Números*, São Paulo, n. 50, 12 p.

SANT'ANNA, Márcia. *A cidade- atração: a norma de preservação dos centros urbanos no Brasil dos anos 90*. 2004. 399 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello. Organização sócio-territorial e dinâmica dos lugares e regiões. In: SILVA, Sylvio Bandeira de Mello, SILVA, Bárbara-Christine Nentwing. *Estudos sobre globalização, território e Bahia*. 2003. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003, p. 17-32.

VERA REBOLLO, Fernando J. (Coord.). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Geografía, 1997. 443 p.