

# HOTÉIS E HOTELEIROS NO LITORAL: SOCIOGÊNESE DA OCUPAÇÃO À BEIRA-MAR MACEIÓ-AL (1900-1979)

## *HOTELES Y HOTELEROS EN EL LITORAL: SOCIOGÉNESIS DE LA OCUPACIÓN JUNTO AL MAR EN MACEIÓ-AL (1900-1979)*

## *HOTELS AND HOTELIERS ON THE COAST: SOCIOGENESIS OF THE SEAFRONT OCCUPATION IN MACEIÓ-AL (1900-1979)*

*Marina de Souza SARTORE\**

*Antônio Daniel Alves CARVALHO\*\**

*Wanderson José Francisco GOMES\*\*\**

**RESUMO:** A litoralização suscita o cálculo da capacidade de carga do litoral. Neste artigo, usamos a sociologia de Pierre Bourdieu para argumentar que uma sociogência da ocupação do litoral precede o cálculo de sua capacidade de carga. Pressupomos que o espaço físico do litoral é um espaço social reificado, pois reflete as lutas simbólicas de seus agentes sociais. Usamos a prosopografia para desenhar os primeiros contornos do espaço social dos hoteleiros à beira-mar em Maceió, estado de Alagoas, entre 1900 e 1979. Nossos resultados mostram três tipologias de hotel: o hotel palacete, o hotel vertical-moderno e o resort pé-na-areia, que ocupam posições distintas no campo de acordo com a distribuição de capitais de seus hoteleiros. Os fatores determinantes que distinguem os agentes sociais são capital

\* Professora adjunta do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS) na Universidade Federal de Sergipe (UFS), SE, Brasil. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7935-4105>. Contato: marinass@academico.ufs.br.

\*\* Professor substituto no Instituto de Ciências Sociais (ICS) na Universidade Federal de Alagoas (UFAL), AL, Brasil. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0839-0704>. Contato: dan002911@gmail.com.

\*\*\* Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS) na Universidade Federal de Sergipe (UFS), SE, Brasil. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5788-0174>. Contato: wandersonjfgomes@academico.ufs.br

cultural (escolaridade) e capital social (pertencimento a associações de hoteis) no eixo horizontal e capital econômico hereditário, estatal, comercial e matrimonial no eixo vertical.

**PALAVRAS-CHAVES:** Sociología Económica do Litoral. Espaço Social Reificado. Sociogénesis. Prosopografia. Capacidade de Carga.

**RESUMEN:** *La litoralización suscita el cálculo de la capacidad de carga del litoral. En este artículo, usamos la sociología de Pierre Bourdieu para argumentar que una sociogénesis de la ocupación del litoral precede el cálculo de su capacidad de carga. Suponemos que el espacio físico del litoral es un espacio social cosificado, pues refleja las luchas simbólicas de sus agentes sociales. Usamos la prosopografía para delinejar los primeros contornos del espacio social de los hoteleros a orillas del mar en Maceió, Alagoas, entre 1900 y 1979. Nuestros resultados muestran tres tipologías de hotel: el hotel palacete, el hotel vertical-moderno y el resort frente a la playa, que ocupan posiciones distintas en el campo de acuerdo con la distribución de capitales de sus hoteleros. Los factores determinantes son el capital cultural (escolaridad) y el capital social (pertenencia a asociaciones de hoteles) en el eje horizontal, y el capital económico hereditario, estatal, comercial y matrimonial en el eje vertical.*

**PALABRAS CLAVES:** Sociología Económica de la Costa. Espacio Social Reificado. Sociogénesis. Prosopografía. Capacidad de carga.

**ABSTRACT:** *The process of coastalization evokes the calculation of the coastal area's carrying capacity. In this article, we use Pierre Bourdieu's sociology to argue that a sociogenesis of coastal occupation precedes the calculation of its carrying capacity. We assume that the physical space of the coast is a reified social space, as it reflects the symbolic struggles of its social agents. We use prosopography to outline the initial contours of the social space of seaside hoteliers in Maceió, Alagoas, from 1900 to 1979. Our results show three typologies of hotels: The mansion hotel, the modern vertical hotel, and the beachfront resort, which occupy distinct positions in the field according to the distribution of capitals among the hoteliers. The determining factors that distinguish the social agents are cultural capital (education) and social capital (membership in hotel associations) on the horizontal axis, and hereditary, state, commercial, and matrimonial economic capital on the vertical axis.*

**KEYWORDS:** Economic Sociology of the Coast. Reified Social Space. Sociogenesis. Prosopography. Battery capacity.

## Introdução

Cada vez mais pessoas buscam as praias tanto para fins de moradia como de turismo. No âmbito da moradia, estima-se que por volta de 40% da população mundial more a menos de 100 km do litoral (Nações Unidas, 2017). Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Ferreira e Belandi, 2024), 54.8% da população brasileira vive a uma distância máxima de 150 km do litoral. Estima-se que o Brasil é um dos países com maior probabilidade de aumento da população costeira da América do Sul (Neumann *et al.*, 2015) e que, entre os anos de 2020 e 2035, haverá um aumento de 7% de brasileiros vivendo a menos de 100 km do litoral (Maul; Duedall, 2019). Durante a pandemia de COVID-19, a busca por imóveis no litoral com fins de moradia cresceu no país (Tucci, 2020; Zanatta, 2021; Goeking, 2021).

No âmbito do turismo, estima-se que 80% de todas as atividades turísticas ocorram em áreas costeiras (Nações Unidas, 2022). No Brasil, o turismo de Sol e Praia é a principal motivação de viagem tanto de estrangeiros quanto de brasileiros (Ministério do Turismo, 2021). Em 2023, os *resorts* e destinos de sol e praia foram os produtos mais vendidos por operadores turísticos no Brasil, com destaque para a região nordeste (Braztoa, 2023).

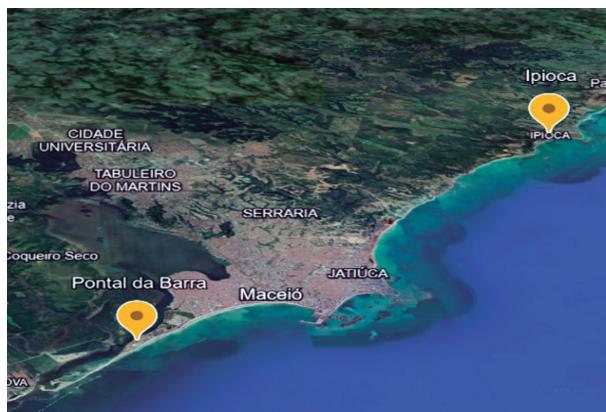
Os dados acima ilustram o processo de litoralização. Há um adensamento da população no litoral, ao mesmo tempo em que o acesso à praia pode ficar mais limitado devido ao *coastal squeeze* (Pontee, 2013). Os territórios de praias e dunas tiveram uma retração de 15% no Brasil, passando de 457 mil hectares em 1985 para 389 mil hectares em 2021, sendo a pressão do mercado imobiliário e o avanço de infraestruturas urbanas, os principais vetores da perda destes 68 mil hectares (Projeto MapBiomas, 2021). “Mais gente e menos espaço” é uma realidade que incita pesquisadores a refletirem sobre a capacidade de carga das praias, ou seja, sobre quantas pessoas podem estar ao mesmo tempo em determinado metro quadrado de praia. A resposta a esta pergunta não é simples, pois, como argumentam Silva e Fonseca (2022), calcular a capacidade de carga da praia inclui variáveis diversas, como as características geográficas e o entorno das praias, assim como os valores e as percepções sobre o grau de privacidade e de exclusividade que se espera obter nas praias.

As variáveis citadas por Silva e Fonseca (2022) são de cunho geográfico e subjetivo. Propomos a inclusão de variáveis de **cunho sociológico** baseados na sociologia de Pierre Bourdieu para a compreensão sobre a capacidade de carga, não somente das praias mas, mais amplamente, da beira-mar, para responder às questões sobre “quem” se apropria da praia e sobre “como” essa apropriação ocorre.

O recorte geográfico de nosso estudo é a cidade de Maceió-AL, localizada no Nordeste do Brasil. Conhecida como “caribe brasileiro”, é atualmente uma das

cidades brasileiras mais procuradas pelos turistas (Leite e Semtel, 2022). Nosso recorte analítico passa por aproximados 30 quilômetros de orla, partindo do Pontal da Barra até Ipioca (Figura 01). Os agentes sociais de nosso estudo são os hotéis<sup>1</sup> e hoteleiros que possuem e possibilitam o privilégio de estar à **beira-mar**, seja oferecendo uma vista para o mar ou o acesso direto ao mar. Em Maceió-AL, o processo de ocupação da beira-mar começou com hotéis construídos ao longo da Orla, próximos ao centro da cidade, que ofereciam tanto vista quanto fácil acesso ao mar. Depois, foi se expandindo rumo ao litoral norte, tomando forma, principalmente, de acesso “pé-na-areia” através de *resorts* pé-na-areia (Veras Filho, 1991; Rangel, 2010; Bulgarelli, 2012; Melo 2017).

**Figura 1** – Recorte geográfico da pesquisa Maceió - Alagoas (Pontal da Barra a Ipioca).



**Fonte:** Google Earth. Imagem produzida pelos autores. Março de 2024.

O método proposto, baseado na sociologia de Bourdieu, é o desenho do espaço social (Nogueira, 2017) “à beira-mar” a partir de uma sociogênese do movimento da ocupação territorial dos hotéis à beira-mar do período de 1900 a 1979<sup>2</sup>. Em nosso argumento, a realização da sociogênese precede o cálculo sobre a capacidade de carga de cada praia, pois é a sociogênese que demonstra a **sociodicéia** (Bourdieu, 1998) da praia.

A sociodicéia é uma narrativa que justifica a origem e a necessidade dos privilégios, tornando-os socialmente aceitos por todos. A sociodicéia pode tomar

<sup>1</sup> Em Alagoas, houve um crescimento de 54% no total de leitos em 4 anos, de 24.979 mil em 2017 para 38.542 mil em 2021 (Ministério do Turismo, 2022). Há também outras formas de hospedagem no espaço à beira-mar, como pousadas e *airbnbs*. Neste artigo, o foco está nos hotéis e nos hoteleiros.

<sup>2</sup> O estudo sobre o processo de sociogênese está dividido em duas etapas: a primeira corresponde ao início da ocupação beira-mar, de 1900 a 1979, foco deste artigo. A segunda, em andamento, corresponde ao período de consolidação da beira-mar como espaço de privilégio e compreende o período de 1980 a 2020.

diferentes formas, segundo cada configuração social, mas sempre aparece como um valor universal, pois oculta o fato de que é resultado de lutas simbólicas e de um arbitrário cultural (Seidl, 2017).

Para compreender a narrativa que legitima e naturaliza a ideia de “quem” pode se apropriar da beira-mar e de “como” essa apropriação pode ocorrer, buscamos correlacionar a história de vida às estruturas e volume de capitais (Bourdieu, 2000) dos hotéis e hoteleiros que foram “subindo” rumo ao litoral norte de Maceió-AL. Realizamos uma prosopografia (Montagner, 2007) dos hotéis Atlântico, Beira-Mar, Luxor e Jatiúca e dos seus respectivos hoteleiros. Os quatro hotéis foram selecionados por serem os pioneiros na ocupação da beira-mar em Maceió-AL. Realizamos duas entrevistas com herdeiros de dois hoteleiros e consultamos biografias de vida disponíveis na internet, em notícias de jornais on-line e em jornais digitalizados na hemeroteca digital brasileira.

Este artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, apresentamos as apropriações das teorias e métodos de Pierre Bourdieu para o estudo da praia. Na segunda, trazemos a prosopografia dos hotéis e hoteleiros. Na terceira, apresentamos a discussão. Por fim, na quarta parte, esboçamos as primeiras variáveis analíticas e fatoriais do espaço social à beira-mar em Maceió-AL.

## **1. Contribuições da Sociologia de Pierre Bourdieu para os estudos da praia**

Seguimos dois pressupostos da sociologia de Pierre Bourdieu (2008 [1993]) para a realização da sociogênese da ocupação à beira-mar de Maceió. O primeiro pressupõe que o espaço à beira-mar é um espaço social reificado, incorporado relationalmente e mentalmente. O segundo, decorrente do primeiro, pressupõe o espaço social reificado como resultado de lutas simbólicas que ocorrem em diversos campos.

Existe tanto o espaço físico, onde localizamos nossos corpos, quanto o espaço social, onde se localizam as posições hierárquicas e os elementos que distanciam os agentes sociais uns dos outros. Estes dois espaços, o físico e o social, normalmente se sobrepõem, de modo que um corresponde ao outro, produzindo o “espaço social reificado” (Bourdieu, 2008, p. 161). Esta ideia corrobora com a pesquisa realizada por Pinçon e Pinçon-Charlot (1988) na década de 1980 e que comprova que a ocupação dos espaços físicos na França corresponde à distribuição dos agentes sociais no espaço social e simbólico, que, por sua vez, é definida pela distribuição das classes sociais, seus gostos e suas visões de mundo.

Segundo Bourdieu (2008), o espaço social reificado é relacional, pois relativizamos as posições e as coisas. Por exemplo, a margem direita (*rive droite*) do rio

Sena em Paris, com as suas estruturas hierárquicas da alta-costura tradicional, só existe em relação à margem esquerda (*rive gauche*), com as suas estruturas hierárquicas de costureiros de vanguarda. Assim, “os grupos socioprofissionais tendem a se distribuírem no espaço urbano de acordo com as distâncias e oposições que lhes definem socialmente” (Pinçon, Pinçon-Charlot, 1988, p. 122).

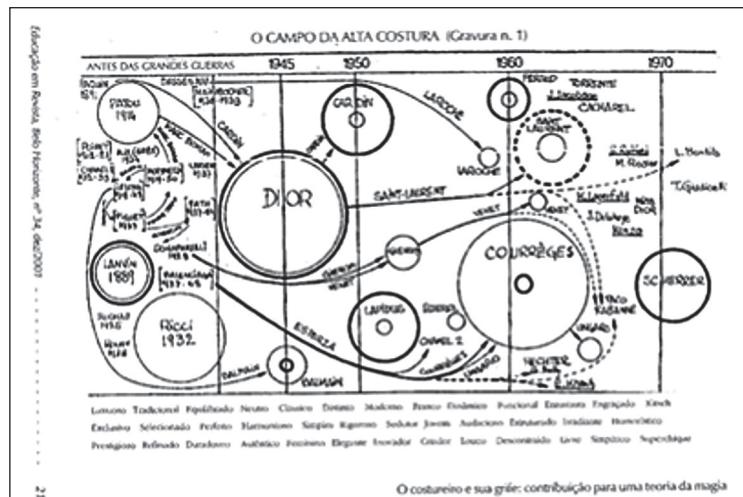
O espaço social reificado é também mentalmente incorporado na medida em que é cotidianamente reforçado. Por exemplo, a reincidência da “hora do rush”, do “ônibus lotado”, da “ida à praia somente aos domingos”, ou seja, os desafios de deslocamento enfrentados no cotidiano por quem está em bairros distantes da praia reforçam a incorporação mental do distanciamento físico da praia, naturalizando a sensação de não-pertencimento a ela. Por outro lado, aqueles que reiteradamente usufruem da praia, porque “basta atravessar a rua para estar na Orla” a incorporam mentalmente e têm naturalizado o pertencimento a ela.

O segundo pressuposto de Bourdieu (2008) é o de que o espaço social reificado é resultado das lutas simbólicas de diferentes campos. As lutas simbólicas são condicionadas pelos *habitus* individuais e coletivos, que tomam forma de espécies e volume de capitais, que, por sua vez, vão orientar os ganhos no espaço físico. A luta simbólica pela apropriação do espaço físico pode ocorrer de forma individual, por exemplo, através das sucessivas mudanças de endereço em uma cidade, ou de forma coletiva, por exemplo, através dos debates em torno das políticas de habitação nacional. Neste segundo caso, o Estado tem um papel importante na distribuição dos agentes sociais nos espaços sociais reificados.

Para Bourdieu (1986), o *habitus* consiste em trajetórias de vida individuais ou coletivas. Cada agente social possui um corpo biológico e um nome próprio. A maneira que a sociologia tem de compreender as trajetórias de vida é interpretando o discurso que o agente faz sobre si mesmo. Porém, não analisa apenas as sucessões de acontecimentos de uma determinada trajetória, mas considera toda a teia de relações em que essa determinada trajetória de vida está inserida. Bourdieu (1986) afirma que analisar o acontecimento biográfico apenas pela sucessão de posições ocupadas pelo agente social é o mesmo que analisar uma linha de metrô desconsiderando toda a rede pela qual ele transita. Assim, não podemos compreender uma trajetória de vida sem “compreender os estados sucessivos do campo em que ela se desenrolou” (Bourdieu, 1986, p. 72, tradução nossa). Compreender todo o mapa do metrô é o mesmo que compreender todo o espaço de possíveis que unem os agentes em relações objetivas. Por exemplo, no texto “O costureiro e sua grife”, Bourdieu e Delsaut (2001) desenham a evolução do campo da alta-costura a partir das trajetórias de vida dos costureiros e de suas grifes, fazendo a correspondência entre a estrutura de relações objetivas aos acontecimentos biográficos que, por sua vez, incidem sobre a ocupação do espaço geográfico: os costureiros mais tradicionais ocupam o lado direito do rio Sena e os costureiros de vanguarda ocupam o lado esquerdo do rio

Sena (Figura 02). O desenho das *maisons* de alta-costura nos serviu de inspiração para desenhar o espaço social à beira-mar de Maceió.

**Figura 2 – O Campo da Alta-costura (Bourdieu e Delsaut, 2001).**



**Fonte:** Reproduzida de Bourdieu e Delsaut, 2001, p. 21.

A aplicação do arcabouço teórico-metodológico de Bourdieu para explorar a ocupação do litoral não é novidade. Em 1975, Patrick Champagne publicou o texto “*Paysans a la plage*”, explorando a ocupação da praia pelos camponeses da cidade de *Saint Pierre-sur-Bézier*, apontando como as lutas simbólicas se refletiam no espaço físico de ocupação da praia. De um lado, havia os camponeses que não possuíam o *habitus* da praia, pois não distinguiam a esfera doméstica da do trabalho. Quando na praia, eles não tinham como ocultar o status de “visitante”, pois não tinham outra opção a não ser ficar na praia o dia todo, consumindo especialidades locais mais baratas, ou então levando a sua própria comida. Suas vestimentas, o bronzeado e seus modos de tomar sol denunciavam a pouca familiaridade com a praia. Em oposição a eles, havia a elite local e os funcionários públicos assalariados que possuíam o *habitus* da praia. Eram grupos familiarizados com as técnicas de usos da praia, evitavam frequentar as mesmas praias que os camponeses, alugavam espreguiadeiras e usufruíam de restaurantes e museus, tornando a praia apenas um dentre tantos espaços de circulação possível. Champagne (1975) conclui que os camponeses não tinham o controle nem do tempo nem do espaço físico da praia, pois não possuíam os capitais de fato para se apropriarem dela, apesar de entenderem o acesso à praia como uma forma de prestígio.

O trabalho de Champagne (1975) instigou a escrita do texto “Bourdieu na Praia – campos de forças e relações de poder sobre a arena” (Varela, 2009), no qual o autor reforça que a praia é um observatório sociológico privilegiado, pois é onde as classes dominadas e dominantes compartilham o mesmo espaço de ócio coletivo e onde, **aparentemente**, desaparece toda a relação de poder. No entanto, o autor afirma que é, paradoxalmente, neste momento que “melhor podemos observar e analisar essas outras relações de poder, menos conhecidas e, por isso, mais eficazes, da dominação simbólica e de sua violência” (Varela, 2009, p. 03).

Por acréscimo, Pimentel (2020) se utilizou da teoria sociológica Bourdieusiana para fundamentar o que chamou de “campo turístico”, buscando desnaturalizar análises particularmente do modelo econômico e suas premissas centradas na oferta e na demanda. Para este autor, mais que observar os destinos sob uma perspectiva linear, evolucionista – de um território pouco explorado para, progressivamente, um território densamente ocupado e legitimado para o turismo – é essencial compreender as dinâmicas internas de relacionamento e as lutas simbólicas dos agentes inscritos nos destinos, logo: “quem são os atores que atuam coletivamente, que posições adotam e quais são suas disposições para atuar de alguma forma em cada momento em contextos específicos” (Pimentel, 2020, p. 03).

A forte influência da perspectiva de Bourdieu é também observada no artigo de Réau (2007) sobre o surgimento das colônias de férias (*club de vacances*) a partir do estudo de caso do pioneiro “Club Méditerranée” e no artigo de Loloum (2017) sobre as transformações das posições dos agentes sociais que se apropriaram da praia da Pipa, no estado brasileiro do Rio Grande do Norte. Em ambos os trabalhos, os autores mapeiam os agentes sociais e suas lutas simbólicas no espaço social que são reificadas no espaço físico da praia. Mais recentemente, Guibert (2021) explorou as possíveis contribuições da sociologia de Bourdieu para o campo do turismo, incluindo o turismo no litoral (Sartore, Rodrigues, Gomes, 2024).

Este artigo dialoga com essas correntes de pensamento que trazem as teorias de Bourdieu para compreender a praia como espaço social reificado; nesse contexto, a ideia de cálculo de capacidade de carga, considerando o metro quadrado de praia que pode ser ocupado por cada pessoa, se torna insuficiente para compreender “quem” pode estar na praia e “como” se configura esse “estar na praia”. O que está de fato em jogo são as disputas simbólicas, menos evidentes, e que antecedem e condicionam a propensão ou não do “estar na praia”.

## **2. A construção analítica do espaço social à beira-mar de Maceió-AL (1900-1979)**

### **2.1 Hotel Atlântico: a beira-mar como parte da vida social da elite local (1900 - 1960)**

Na Europa, os usos do mar se transformaram ao longo da história. Saíram de espaços inóspitos e “vazios” onde apenas pescadores se aventuravam, passaram a ser espaços de banhos terapêuticos e se tornaram espaços para o turismo e o lazer (Corbin, 1989). No Brasil não foi diferente. Durante o período colonial, a praia era um espaço de trabalho de pescadores e nativos. Com a chegada da corte, os banhos de mar passaram a ser praticados pelas classes abastadas, reproduzindo as práticas europeias (Azevedo, 1988, Diegues, 1995, O'Donnell, 2013).

Em Maceió-AL, a ocupação foi marcada pelo comércio de mercadorias advindas do porto de Jaraguá e pelas pessoas que transitavam pela cidade, concentrando os primeiros hotéis no centro da cidade e no porto (Craveiro, 1981, 1983; Barros, 2018). A ocupação da Avenida da Paz, na atual orla de Maceió-AL, decorreu da formação do aterro do Jaraguá em busca da conexão entre o centro da cidade e o porto. Ali se instalaram tanto fábricas como casas de uso residencial das famílias mais abastadas da cidade (Ticianeli, 2019).

A história do Hotel Atlântico (Figura 03), inaugurado nos anos de mil novecentos e trinta e considerado o primeiro da orla de Maceió-AL, resume a dinâmica do espaço social à beira-mar das primeiras décadas do século XX. Antes de se tornar um hotel, a construção foi um palacete de arquitetura colonial ocupado por elites comerciais e políticas de Alagoas, como João Nunes Leite<sup>3</sup> (Ticianeli, 2019), considerado um **abastado comerciante**<sup>4</sup> (Diário de Pernambuco, 1906, p.01) pertencente à junta comercial de Alagoas-AL (Diário de Pernambuco, 1903, p.02), e Levino David Madeira, bacharel em direito e Juiz (Diário de Pernambuco, 1907, p.02), prefeito da cidade de Palmares (Diário de Pernambuco, 1911, p.02), sócio da firma agrícola ligada à Usina Serra Grande, de seu sogro, e **distinto capitalista e industrial**<sup>5</sup> (Diário de Pernambuco, 1924, p.08), sendo considerado membro do **alto comércio**<sup>6</sup> da capital de Maceió-AL (Diário de Pernambuco, 1923, p.02). O palacete também serviu como casa de agentes sociais ligados ao exército, como o General Francisco da Rocha Callado, e como casa de veraneio dos governadores de Alagoas (Ticianeli, 2019).

<sup>3</sup> O seu pai, Jacintho José Nunes Leite, era dono de loja de ferragens, refinaria de açúcar, fábrica têxtil, empresa de fundição e de trilhos urbanos (Ticianeli, 2020).

<sup>4</sup> Grifo dos autores.

<sup>5</sup> Grifo dos autores.

<sup>6</sup> Grifo dos autores.

**Figura 3 – Hotel Atlântico.**



**Fonte:** Ticianeli (2019).

A casa de veraneio foi inaugurada como hotel por Adib Rabay na década de 1930. Adib Rabay era um comerciante estrangeiro que também era proprietário de mais outros dois hotéis no centro da cidade (Ticianeli, 2019). Um deles, o Bella Vista Pallace Hotel, segue a mesma lógica do Hotel Atlântico: foi construído para ser residência e, depois, passou a ser um hotel (Ticianeli, 2015). Segundo Ticianeli (2015), Adib Rabay teria ficado pobre e retornado ao seu país com a ajuda de hóspedes que moravam em um de seus hotéis.

O período de abertura do Hotel Atlântico coincide com o período de fluxo de ocupação à beira-mar para fins de festividades e esportes. Em 1936, na Avenida da Paz, foi inaugurado o “clube Fênix”, considerado “uma sociedade de gente aristocrática” (Ticianeli, 2019, n.p.). Na mesma época se tornaram populares os desfiles cívicos, circos e corridas, além dos banhos de mar à fantasia, precedendo o período do carnaval e inspirados nos que ocorriam no Rio de Janeiro-RJ (Ticianeli, 2019).

Em 1950, o Hotel Atlântico foi comprado por Manoel Simplicio Miranda, **comerciante e dono de bar**<sup>7</sup> no centro da cidade, considerado de família de classe média baixa (Majella, 2015), o que explica a rara aparição de seu nome nas buscas no Diário de Pernambuco<sup>8</sup>. Porém, o comerciante possuía capital matrimonial, pois era casado com a Sra. Hermé Amorim de Miranda, filha de fazendeiro. Segundo entrevista com um de seus netos<sup>9</sup>, o avô era alfabetizado, mas não tinha formação superior. Participava da Maçonaria e recebia figuras famosas em seu hotel. Segundo

<sup>7</sup> Grifo dos autores.

<sup>8</sup> Também há raríssimas aparições do nome Hotel Atlântico no Diário de Pernambuco. (Entre os anos 1930 e 1940, período de sua inauguração, há apenas quatro menções ao Hotel e nenhuma faz referência à inauguração do hotel).

<sup>9</sup> Entrevista três realizada com o neto do Sr. Manoel Miranda, no dia 22/07/2020. A entrevista foi feita via vídeo chamada. Os dados gerais da entrevista estão arquivados com o co-autor deste artigo.

o entrevistado, o Hotel Atlântico contava com uma família que morava lá como hóspedes fixos e recebia também um público diversificado, que chegavam até o hotel pelas redes de contatos da família.

A partir da história do primeiro hotel à beira-mar em Maceió-AL, observamos a lógica da arquitetura colonial de uma residência que se transforma em hotel. Enquanto residência, ela representa a chegada da elite local à beira-mar. A elite local pertencia aos engenhos, aos altos cargos de comerciantes, com alto capital político, social, simbólico e matrimonial. A transformação da casa em hotel representa a chegada de um novo perfil de comerciantes (Adib, um estrangeiro que buscava empreender; Manoel Simplício, um dono de bar advindo da classe média baixa, também buscando empreender). A transformação do palacete em hotel representa o prenúncio da ocupação comercial e turística à beira-mar, que tomou forma de uma ocupação que se misturava à vida social local, aos festejos e aos eventos esportivos.

## **2.2 Hotel Beira-Mar e Hotel Luxor: a beira-mar como turismo, luxo e modernidade (Década de 1970)**

No final da década de sessenta e durante a década de setenta inicia-se o processo de turistificação de Maceió-AL com o desenvolvimento de atividades ligadas diretamente ao turismo (Castilho, 2000) como a criação do Conselho Estadual de Turismo (CETUR - ligada ao estado), em 1968, da Empresa Alagoana de Turismo S.A. (Ematur - também ligada ao estado), em 1971, e, por fim, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH/AL), em 1977.

Ao iniciar o processo de turistificação, Maceió-AL formalizou um modelo de urbanização em torno da praia, seguindo o exemplo europeu e de outras capitais brasileiras localizadas em zonas costeiras. A posse do governador Afrânio Salgado Lages, em 1971, foi decisiva para esse processo, pois enfatizou o desejo de explorar o turismo no estado de Alagoas como um produto nacional em seu plano de governo, se alinhando aos interesses institucionais do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), que investiu em campanhas de promoção turística no Nordeste (Duarte, 2023).

Em 1974, houve a urbanização da praia da Pajuçara, dando início ao apelo comercial que qualificava a cidade como “Paraíso das Águas” (Duarte, 2023). Maceió estava se tornando parte de uma estratégia nacional de investimentos, e suas transformações se associaram aos objetivos de outra instituição de fomento, a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), que visava diminuir as desigualdades do Nordeste em comparação às demais regiões brasileiras (Duarte, 2023). Nascia o “novo caribe”, a partir da melhoria da infraestrutura próxima ao litoral e na reestruturação hoteleira.

Em 1976, foi inaugurado o Hotel Beira-Mar (cujo valor de investimento é estimado em 18 milhões de cruzeiros) (Diário de Pernambuco, 1975, p.05) e, em 1975, foi inaugurado o Hotel Luxor, ambos na Avenida da Praia, no centro da cidade (Figura 04). Estes dois hotéis e seus hoteleiros apresentam novas estruturas e volumes de capitais. A década de 1970 também coincide com o início da verticalização da cidade de Maceió (Alves, 2012). Os dois hotéis, diferentemente do palacete do Hotel Atlântico, foram construídos para serem hotéis e possuem traços de arquitetura *Art Decó*. O Hotel Luxor possuía mais de 100 apartamentos (Melo, 2017). O Hotel Beira-Mar possuía 13 andares e 75 apartamentos com móveis padronizados e foi construído para “atender o comércio, representantes de vendas e servir como ponto de encontro para a sociedade maceioense” (Bulgarelli, 2012, p. 52).

Os nomes dos hotéis Hotel Beira-Mar e Hotel Luxor<sup>10</sup> representam a nova lógica do espaço social da ocupação à beira-mar: estar à beira-mar se associava à ideia de luxo e privilégio e ambos significavam modernidade. Ambos os hotéis eram ranqueados como quatro estrelas.

**Figura 4** – Hotel Beira-Mar (esquerda) e Hotel Luxor (direita).



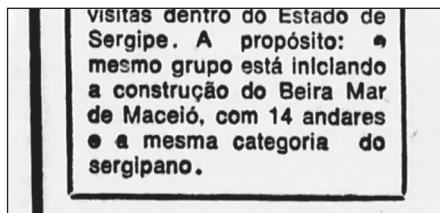
**Fonte:** Lages et al., 1979 (Hotel Beira-Mar) e Maceió Antiga (grupo do Facebook). Não há informação sobre a origem da foto.

O Hotel Beira-Mar começou com o grupo habitacional de Sergipe, de João Alves Filho, filho de renomado construtor e empresário do estado de Sergipe. João Alves Filho cursou Engenharia Civil na Escola Politécnica da Universidade Federal da Bahia e fundou a Habitacional Construções, que viria a ser uma das maiores empresas de construção civil do Nordeste. Ele viria a ser prefeito de Aracaju-SE em 1975 e ficou reconhecido como um dos visionários da ocupação imobiliária da praia em Aracaju-SE (Pimentel; Salmeron, 2022). Em 1974, o grupo havia inaugurado o Hotel Beira-Mar em Aracaju-SE, também à beira-mar, descrito pela mídia como

<sup>10</sup> Luxor em árabe significa “palácio”.

“de categoria internacional, sem qualquer favor, um dos melhores do país” (Diário de Pernambuco, 1974, p.05). A notícia também dizia: “A propósito: o mesmo grupo está iniciando a construção do Beira Mar de Maceió, com 14 andares e a mesma categoria do sergipano” (Figura 05).

**Figura 5** – Extrato da notícia da construção do hotel Beira-Mar em Maceió-AL.



**Fonte:** Diário de Pernambuco, 16 de Outubro de 1974, p.05.

Porém, antes de concluir a construção do hotel, João Alves Filho o vendeu para os irmãos Britto, também do estado de Sergipe. Os irmãos possuíam ampla atuação com representação comercial de produtos alimentícios, lojas de roupas, móveis, construção civil, beneficiamento de alimentos, entre outras. Segundo informação cedida pela filha de um dos proprietários do Hotel<sup>11</sup>, o grupo Irmãos Britto era gerido pelos filhos de Florival Britto Filho, comerciante de Aracaju-SE que iniciou os filhos nos negócios logo depois que concluíram o ensino primário. Deles, destacamos Roberto Mascarenhas de Britto, pois ele seria, em 1975, um dos fundadores da Associação Brasileira de Agências de Viagens de Alagoas (ABAV), enquanto representante da agência de viagens Akatur Turismo (ABAV, 2004). Para a compra do hotel, Afrânio Lages Filho foi convidado para compor a sociedade, já que era sócio dos irmãos na fábrica de beneficiamento de castanha de caju – Ciasa. Segundo a entrevistada, esse logo saiu da sociedade, deixando o hotel nas mãos dos irmãos sergipanos. Afrânio Lages Filho, formado em direito pela Universidade Federal de Alagoas, é filho de Afrânio Lages, político importante que governou Alagoas justamente pelo período de 1971 a 1975, o que coincide com a construção do Hotel Beira-Mar. Ele criou a Aeroturismo, uma das primeiras empresas a trabalhar com receptivo de turismo em Maceió-AL, e foi um dos presidentes de maior mandato na Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV-Alagoas), fundada por Roberto Mascarenhas.

O período coincide com a profissionalização do turismo, com a criação das agências de turismo. O Hotel Beira-Mar fazia parte do portfólio de agências de viagens, como mostra a figura 6, na qual destacamos o nome do hotel como um destino para o Carnaval de 1978.

<sup>11</sup> Entrevista realizada entre os dias 04 e 08 de fevereiro do ano de 2021. A entrevista foi realizada via troca de mensagens, pelo Messenger do Facebook. Os dados da entrevista estão arquivados.

**Figura 6 – Portfólio de agência de viagens destacando o Hotel Beira-Mar.**



**Fonte:** Diário de Pernambuco, 1º de Janeiro de 1978, p.B7.

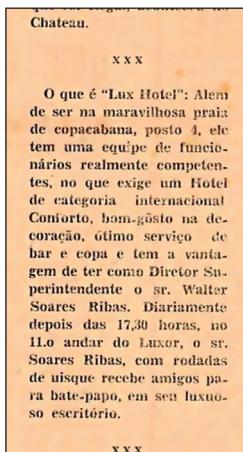
O Hotel Luxor pertencia à Rede Luxor de Hotéis e o início de sua construção foi de iniciativa do Grupo Othon (Melo, 2017). O grupo Othon era gerido por Alvaro Bezerra de Mello, filho de Othon Linch Bezerra de Melo, conhecido por fundar a maior rede de Hotéis no Brasil (Saab; Daemon, 2001). Em 1975, o grupo inaugurou o Hotel Othon Palace, “de frente para a praia de Copacabana” (Falcão, 2007, p. 171). Alvaro tem formação em Economia pela Universidade de Harvard. Iniciou sua carreira nas empresas têxteis de seu pai e depois seguiu como diretor executivo dos hotéis Orthon por mais de 40 anos no Rio de Janeiro-RJ, o que o consagrou como o “Embaixador do Turismo”.

Porém, quem terminou a construção do Hotel Luxor foi o grupo Luxor, que estava investindo em hotelaria de luxo no Nordeste. Em relatório da diretoria (Jornal do Comércio, 1974, p.04) eles afirmam que “a operação de unidades de luxo (...) vem apresentando resultados bastante satisfatórios”. O incentivo veio do governo de Alagoas, quando enviou um representante ao Rio de Janeiro para adiantar a conversa sobre o término do hotel de turismo pelo grupo Luxor (Diário de Pernambuco, 1972, p.11). O financiamento advieio da compra de quatro milhões de ações da Luxor Motéis de Turismo S.A. por parte da Companhia de Desenvolvimento de Alagoas (CODEAL). A Luxor Motéis de Turismo S.A. recebeu também recursos da Embratur e da Sudene para a construção de hotéis no Nordeste brasileiro (Jornal do Comércio, 1972, p.09).

O grupo já possuía o Hotel Luxor no Rio de Janeiro, empreendimento de alto padrão, como ilustrado na reportagem de 27 de Março de 1968 (Figura 07). O Hotel Luxor chegou a Maceió também com a mesma reputação. No jornal se

lia: “será o mais luxuoso de Maceió, e fica à beira-mar, junto da Fênix Alagoana. Entra em funcionamento no próximo dia 25. Ele terá, inclusive, piscina” (Diário de Pernambuco, 1975b, p.03).

**Figura 7** – Extrato de notícia definindo o Hotel Luxor-RJ



**Fonte:** O Estado de Florianópolis, 27 de Março de 1968, p.02.

Walter Soares Ribas era Engenheiro, formado pela Escola Nacional de Engenharia do Rio de Janeiro e filho de Hércules da Silva Ribas, “Marechal da Hotelaria” (Correio da Manhã, 1972, p.08), conhecido por ser um dos fundadores da Associação Brasileira de Indústria de Hotéis (ABIH) cuja diretoria compartilhava com Othon Linch Bezerra de Melo (O Jornal, 1961, p.06). Assim como Alvaro Bezerra de Mello, Walter Ribas continuou os negócios do pai, expandindo o negócio hoteleiro (Hotéis Ribas S/A, Luxor Pousadas S/A e Hotéis Hercules S/A) e atuando como acionista de empresas de outros setores, como a Agropecuária Cerro Azul S/A e a corretora de título de valores Almeida e Silva S/A. Como o pai, atuou na ABIH, no sindicato dos hotéis e em congressos sobre hotelaria (Correio da Manhã, 1955, s.p.)

A chegada do Hotel Beira-Mar e do Hotel Luxor reflete novos eixos de oposição no espaço social à beira-mar: de um lado, modernidade, luxo, profissionalismo, turismo se opõem ao Hotel Atlântico, de gestão familiar, sem luxo, sem profissionalismo. A história de vida coletiva dos hoteleiros que passaram pela história do Hotel Beira-Mar e do Hotel Luxor tornam ativos (*aggissants*) os capitais hereditários, pois colhem os frutos econômicos e simbólicos de seus pais já atuantes em hotelaria; possuem formação superior em áreas tradicionais como direito, economia, engenharia (exceto Roberto Mascarenhas, com formação técnica superior em comércio). São agentes sociais advindos de Aracaju-SE e

do Rio de Janeiro-RJ e que também jogam os jogos sociais em suas respectivas cidades. Assim, só é possível entender a lógica da apropriação à beira-mar neste momento se entendemos o papel do Estado, a atuação profissional destes grupos em seus estados de origem, a lógica hereditária que não apenas transmite o capital econômico, mas também simbólico, possibilitando que estes agentes componham uma segunda geração de hoteleiros já reconhecidos como “pioneiros” como João Alves Filho, que “revolucionou Sergipe”; Afrânio Lages Filho, o “Pioneiro do Turismo”; Alvaro Bezerra Mello, o “Embaixador do Turismo”; e Walter Soares Ribas, filho do “Marechal da Hotelaria”.

### **2.3 Hotel Jatiúca: a beira-mar ao mar vira “pé-na-areia”**

No mesmo período em que se negociava com o Hotel Luxor a construção de um hotel de turismo em Maceió-AL, a cidade também recebeu a visita do presidente da Varig, Erik de Carvalho, junto ao presidente da Companhia Tropical de Hotéis, Armando Sander, e seu representante local, Afrânio Soares (Diário de Pernambuco, 1972, p.11). A Varig possuía 50% das ações da Companhia Tropical de Hotéis e o foco da empresa, desde a sua criação, era o de incentivar “o turismo ecológico, com a construção e administração de hotéis em meio às belezas naturais de florestas, praias, rios e cascatas no Brasil” (Sabo, 2011, p. 184). O foco também eram hóspedes estrangeiros, que buscavam lugares exóticos. O Hotel Tropical em Tambaú, construído entre 1966 e 1970, em João Pessoa, na Paraíba, ilustra a chegada dos primeiros hotéis com acesso direto à areia da praia.

No entanto, não foi esse o grupo a construir o primeiro resort pé-na-areia em Maceió, mas sim o grupo Ludgren, que inaugurou, em 1979, o Hotel Jatiúca, na praia da Jatiúca, no litoral norte de Maceió-AL, com um investimento estimado de ao menos 70 milhões de cruzeiros, valor bastante superior ao Hotel Beira-Mar, que custou 18 milhões de cruzeiros (Barreto, 1978, p.01). O Hotel Jatiúca, com 110 quartos, foi construído incrustado entre a lagoa da Anta e o mar (Barreto, 1978, p.01) e distante da avenida da paz, onde se localizavam o Hotel Atlântico, o Hotel Beira-Mar e o Hotel Luxor. A notícia é a de que se trata de um “local privilegiado” em uma das mais belas praias de Alagoas (Diário de Pernambuco, 1979<sup>a</sup>, p.C-5).

**Figura 8** – Hotel Jatiúca (2019).



**Fonte:** Cavalcante (2019).

O Jatiúca é considerado pelos agentes sociais do espaço como um “divisor de águas” do turismo de Maceió, pois aumentou o fluxo de turistas na cidade em 18% (Falcão, 2007). Uma de suas propagandas dizia: “A impressão que se tem é que o sonho virou realidade. Um hotel moderno, charmoso, construído **nas próprias areias**<sup>12</sup> de uma praia cheia de coqueiros, com um mar verde-esmeralda. No horizonte, jangadas. Nas areias, você banhado ao sol de Jatiúca” (Manchete, 1979, p. 131). Outra dizia: “Em Jatiúca você vai esquecer o mar do Mediterrâneo, as praias do Caribe, os hotéis do Hawái” (Diário de Pernambuco, 1979b, p. A-8). Ambas as propagandas trazem uma novidade: o acesso direto ao mar e à areia ganham centralidade, pois se trata de um hotel do tipo resort “pé-na-areia”.

**Figura 9** – Propaganda Hotel Jatiúca.



**Fonte:** Diário de Pernambuco, 1979b.

<sup>12</sup> Grifo dos autores.

Segundo Revell (2021), os *resorts* “pé-na-areia” começaram aparecer em Miami nos anos de 1950 com a proposta de reter os hóspedes dentro de seu espaço, usufruindo do maior número de amenidades possíveis. Este novo modelo se opôs aos hotéis do tipo *urban citizen*, localizados defronte à orla de Miami, com arquitetura em *Art Decó* e com poucas amenidades, de modo que, assim, os hóspedes se integravam com o comércio da cidade. Os hotéis do tipo *ocean liner* tinham uma “cidade dentro do hotel”, como o *Sherry-Frontenac* (Revell, 2021, p. 22), e criaram em Miami uma oposição entre hotel e cidade.

O isolamento do público em relação à cidade e a configuração do resort “pé-na-areia” como um espaço de diversão que se opõe à cidade é ilustrado na percepção dos primeiros 170 hóspedes do Jatiúca, convidados para a sua inauguração: “Todos acharam a cidade sem graça e sem atração. Ninguém entendeu o fato de um hotel tão chique construído em tal cidade; mas foram unâimes em dizer que foram bem tratados e se divertiram muito” (Figura 10).

**Figura 10** – Extrato da coluna intitulada “Sururu”

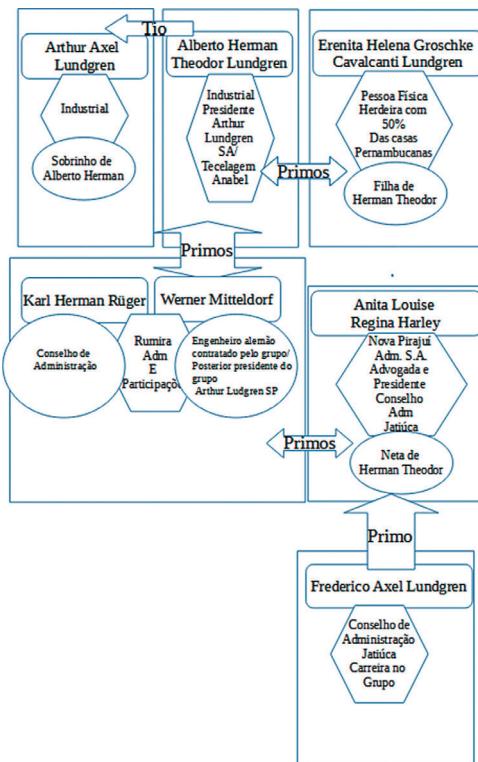
**titulou a matéria:**  
“Um grupo de cariocas foi convidado para passar o longo fim de semana em Maceió, para a inauguração do Alteza Hotel Jatiúca: e também paulistas, pernambucanos e uma turma de Brasília. Um avião da Transbrasil foi fretado para fazer o transporte dos cariocas e paulistas. Total dos convidados: 170.  
Todos acharam a cidade sem graça e sem atração. Ninguém entendeu o fato de um hotel tão chique construído em tal cidade; mas todos foram unâimes em dizer que foram bem tratados e se divertiram muito.  
Na viagem de volta foi que os organizadores da festa fizeram feio: colocaram o comandante do avião para dizer o que eles tinham consumido. Como gosto de detalhes, eu conto: 114 garrafas de uísque, 318 de vodka, 136 de Rum (que horror), 2.975 cervejas, 3.838 refrigerantes, 285 quilos de carne, 265 quilos de lagosta, 196 de camarão, 230 de frango, 146 de peixe e 118 de sururu.”

**Fonte:** Diário de Pernambuco, 1979c, p. C-3.

Segundo Cavalcante (2019), foi Erenita Helena Gorschke Cavalcanti Lundgren (Helena Lundgren) que convenceu o grupo familiar (Figura 11) a investir na construção do hotel. O hotel foi fundado por uma sociedade anônima chamada Arthur Lundgren Hotéis Nordeste, que tinha sete acionistas, todos ligados à família Lundgren: As Casas Pernambucanas e Tecelagem Anabel, de São Paulo; Rumira Administração e Participações, do Rio de Janeiro; Nova Pirajui Administração S/A., de Recife; e pessoas físicas: Alberto Herman Theodor Lundgren, Arthur

Axel Lundgren e **Erenita Helena Groschke Cavalcanti (Helena Lundgren)**. A sociedade anônima era composta por estes 7 acionistas, 1 diretor comercial, 1 diretor administrativo (também diretor administrativo das Casas Pernambucanas) e 1 diretor financeiro alemão. A companhia também elegeu um conselho fiscal com 6 membros: 2 economistas, 3 contadores e um consultor inglês.

**Figura 11 – Relação familiar e estrutura de capitais dos 7 acionistas da Arthur Lundgren Hotéis Nordeste.**



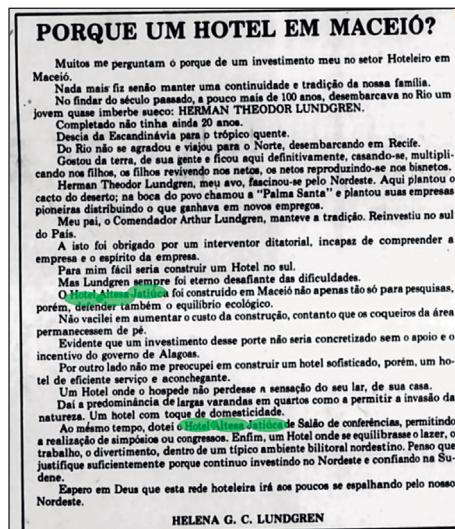
**Fonte:** Trajano (2008); Museu da Pessoa (2019). Figura elaborada pelos autores.

Além desta estrutura de propriedade, o estado de Alagoas subscreveu ações ordinárias a partir da incorporação do terreno de quase 5.000 metros quadrados, na Lagoa da Anta, de propriedade do estado. A incorporação do terreno, que incluía terreno de marinha, como capital social da Arthur Lundgren Hotéis Nordeste S.A. foi justificada pelos agentes estatais de Alagoas como de **interesse público**, pois seria um marco para o progresso da cidade. A fala do representante do então prefeito ilustra este ponto quando ressalta a importância do estado de “ombrear-se ao empresariado para efeito de atingir essa meta comum que é a de dotar a cidade de Maceió

de um parque hoteleiro à altura de seu progresso” (Diário de Pernambuco, 1977, p. E-5). Além do próprio estado de Alagoas, a construção do hotel contou com outros recursos advindos do Estado, como o Fundo de Investimento do Nordeste (FINOR).

O Hotel Jatiúca foi construído sobre terrenos de marinha com acesso direto à praia, que é considerada um bem da União. Este fato não apareceu como contestado na mídia consultada. Mas, foi possível encontrar discursos que, para além do representante do então prefeito, buscam legitimar positivamente a presença do hotel tão próximo ao mar. Os argumentos evocam o equilíbrio entre hotel e natureza. Em notícia sobre o lançamento do hotel, se lê que “O Hotel Altesa Jatiúca vem contribuir de maneira eficaz para o desenvolvimento do nosso Estado, **sem interferir na paisagem tropical da região, preservando a perspectiva verde dos agitados coqueirais**<sup>13</sup>”, o que não acontece na grande maioria dos edifícios construídos à base do lucro máximo, em prejuízo da estética urbana e do conforto da população, já inevitavelmente sacrificada pelo crescimento da cidade” (Chalita, 1979, p. A-3). A outra justificativa também vem da própria Helena Lundgren que publicou uma nota explicitando os motivos de investir em um hotel em Maceió, ressaltando os valores de equilíbrio com a natureza e apreço para com o desenvolvimento do Nordeste inspirado na trajetória de seu pai (Figura 12). Em suma, é possível observar que a ocupação à beira-mar em um terreno privilegiado com direto acesso à praia para fins comerciais foi justificada por questões não comerciais.

**Figura 12 –** Carta Helena Lundgren justificando o porquê de criar o Hotel Jatiúca.



**Fonte:** Lundgren, H (1979, p. A-3)

<sup>13</sup> Grifo dos autores.

A estrutura de capitais de Helena Lundgren<sup>14</sup> se correlaciona ao Jatiúca. O Hotel Jatiúca era decorado com arte local. Helena era pernambucana e grande incentivadora da arte local, sendo diretora do museu de arte do estado de Pernambuco e incentivando o Museu do Homem do Nordeste. O hotel trazia tendências internacionais, como a sua própria arquitetura de *ocean liner*. Helena possuía alto grau de circulação internacional, pois completou os seus estudos na Alemanha, Inglaterra e Suíça, era casada com o Vice-Council dos Estados Unidos e a companhia de seu pai tinha como prática contratar profissionais europeus. O primeiro gerente do Hotel Jatiúca foi o francês Yves Penicaud, que veio direto da cidade de Nice, na badalada região de *Côte d'Azur*, banhada pelo Mar Mediterrâneo no sul da França (Cavalcante, 2019). Se, por um lado, o hotel também entrou na onda dos financiamentos estatais, como o Hotel Beira-Mar e o Hotel Luxor, a sua construção, distante da avenida da praia, corresponde ao status de Helena como “*outsider*” da lógica do campo da hotelaria no país. O Hotel Jatiúca também trazia a ideia de modernidade, também associada à ideia de luxo, objetivada em sua classificação em hotel cinco estrelas – o luxo do hotel corresponde ao capital econômico de Helena que possuía alto capital econômico hereditário como integrante do grupo econômico de seu pai.

A estrutura de capitais do Hotel Jatiúca e de Helena Lundgren incorporaram, de um lado, o “local e a regionalidade” do Hotel Atlântico e, de outro, a “modernidade e luxo” dos hotéis Beira-Mar e Luxor, porém sem o capital simbólico de origem de pais pioneiros do turismo, culminando assim em um novo conjunto de estruturas objetivas que trazem o turista o mais próximo ao mar possível.

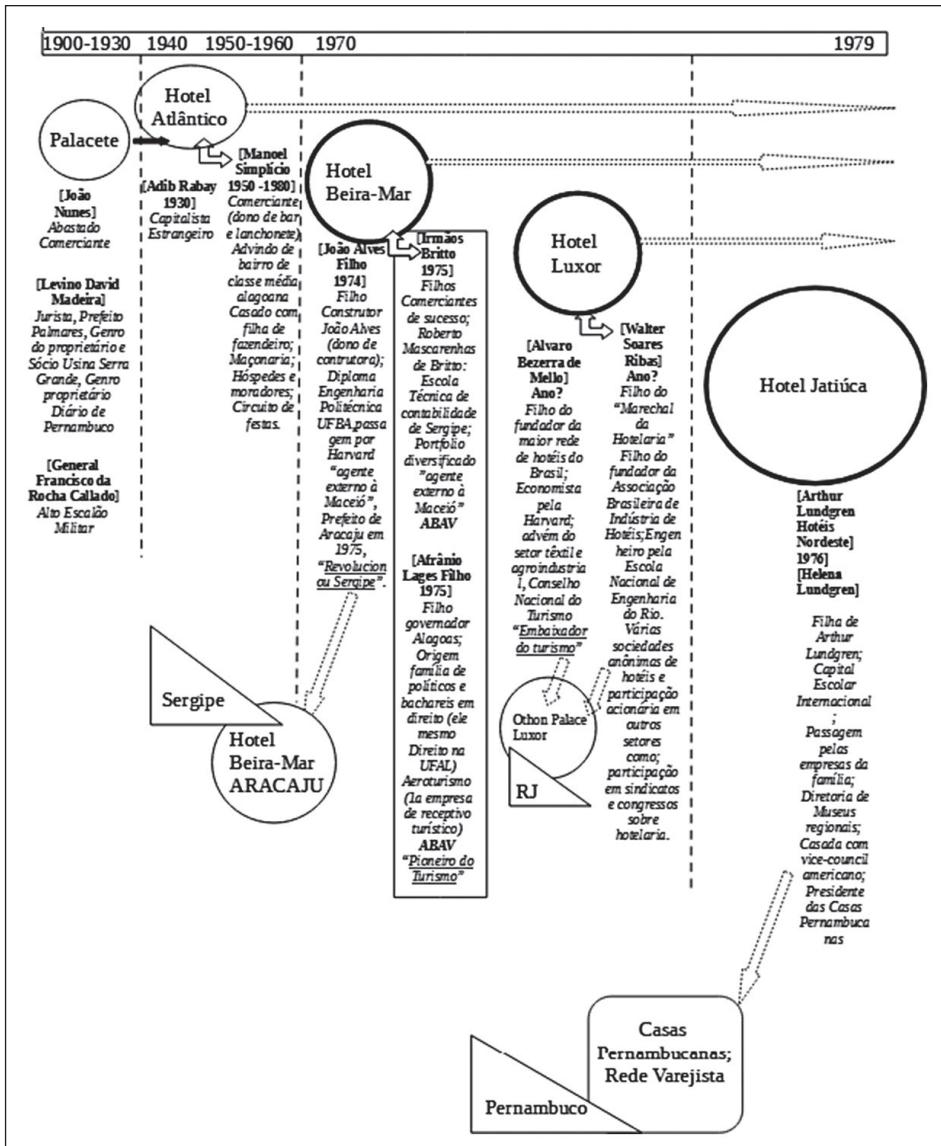
### **3. O desenho inicial do volume e estrutura de capitais e o espaço social reificado à beira-mar de Maceió (1900-1979)**

Inspirados no desenho que Bourdieu e Desault (2001) fizeram sobre o espaço dos costureiros e suas grifes em Paris (Figura 02), apresentamos a Figura 13, apoiada também pela Figura 14, com um desenho do espaço dos hotéis à beira-mar em Maceió-AL de 1900 a 1979, evidenciando três tipologias. A primeira, a do hotel-palacete, inserido na vida social e aristocrática da cidade cujos proprietários eram comerciantes de médio porte, com negócios na própria cidade. A segunda, a do hotel vertical-moderno, que trouxe para a beira-mar os investimentos estatais e os grandes grupos hoteleiros externos à cidade, cujas lutas simbólicas buscavam a profissionalização do turismo no país, assim como de seus próprios negócios. A busca de profissionalização está presente também na obtenção de diplomas de curso superior. A terceira, a do hotel resort pé-na-areia, que trouxe grupos de investidores de fora

<sup>14</sup> Informações retiradas de Trajano, 2008; Museu da Pessoa, 2019.

do mercado hoteleiro, com alto capital econômico familiar e capital internacional, porém, também com alto capital regional. O que une os hoteleiros da tipologia dois e três é o seu forte capital hereditário e, também, o capital econômico enriquecido com recursos estatais.

**Figura 13 – Espaço de propriedades dos agentes hoteleiros da beira-mar (1900-1979).**



**Fonte:** Elaborada pelos autores com dados da pesquisa.

**Figura 14** – Distribuição geográfica das propriedades dos agentes hoteleiros da beira-mar (1900-1979).

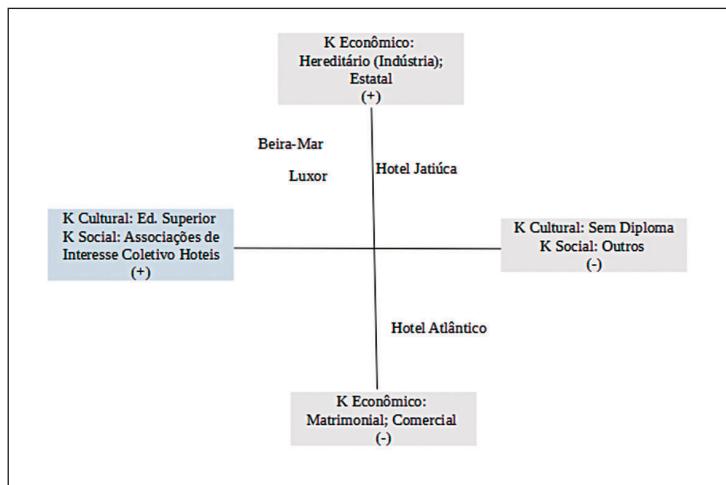


Fonte: Elaborada pelos autores.

#### 4. Considerações Finais

Neste artigo esboçamos os primeiros contornos do espaço social do defronte ao mar de Maceió. Nossos resultados mostraram três tipologias de hotel: a do hotel palacete, a do hotel vertical-moderno e a do resort pé-na-areia. As três tipologias de hotel ocupam posições distintas de acordo com as posições de seus hoteleiros no espaço social. Distanciam-se no eixo horizontal pelo capital cultural e social, ou seja, os que têm educação superior e atuam em associações profissionais de hotéis versus os que não têm educação superior e atuam em associações de outros tipos. No eixo vertical, distanciam-se pelo capital econômico, que opõe aqueles que possuem capital hereditário e estatal versus os que possuem capital comercial e matrimonial, como mostra a Figura 15.

**Figura 15** – Espaço Social fatorial à beira-mar (1900-1979).



**Fonte:** Elaborada pelos Autores.

A partir deste exercício Bourdieusiano, buscamos mostrar a correspondência entre o espaço social no qual os agentes sociais hoteleiros estavam inseridos e a sua reificação no espaço geográfico e físico de seus hotéis, demonstrando a importância do Estado para a construção do espaço social à beira-mar, principalmente, a partir da década de 1970. Esta é a contribuição de cunho sociológico para compreendermos “quem” se apropria da praia e “como” essa apropriação ocorre, o quê, por sua vez, molda as três sociodicéias da ocupação da praia em Maceió-AL de 1900 a 1979: a primeira consiste na narrativa que se extrai do hotel-palacete, através da qual a praia é uma extensão da vida social local; a segunda é a do hotel vertical moderno através da qual a praia é uma experiência de luxo, de conforto e de turismo; por fim, a terceira é a do resort pé-na-areia, quando a experiência da praia continua sendo de luxo, porém, há mais ênfase à cultura e à natureza local, associada à ideia de acesso direto ao paraíso (pé-na areia), comparável aos paraísos do caribe e do mediterrâneo. Cada sociodicéia, ao ser construída, deslegitima a anterior. O enquadramento analítico deste artigo é a base para a análise dos hotéis e hoteleiros da segunda etapa desta pesquisa, que foca no período de 1980-2020, quando novas sociodicéias aparecem, tornando obsoletos os usos da praia e os hotéis analisados neste artigo. Atualmente, o prédio do Hotel Atlântico está em ruínas; o do Hotel Luxor é a sede do Tribunal Regional do Trabalho. Em 2023, o Hotel Jatiúca foi comprado por uma construtora nacional para ser transformado em empreendimento imobiliário. A continuação desta sociogênese é necessária para podermos explicar as dinâmicas que emergiram e redimensionaram o espaço social à beira-mar de Maceió e que legitimam “quem usa” e “como usam” as praias maceioenses nos dias de hoje.

## AGRADECIMENTOS

À CAPES, pelo financiamento da tese de doutorado de Antonio Daniel Alves Carvalho, cujo levantamento de dados permitiu a escrita deste artigo. Ao Erasmo Batista de Souza, avô da autora deste artigo e ex-gerente das Casas Pernambucanas, que lhe presenteou há anos atrás com o livro “100 anos Pernambucanas?”, de onde, anos depois, pudemos extrair informações sobre o grupo Lundgren. À Maria Ap. C. Jardim e sua equipe do NESPOM que, em 2022, organizaram o evento “Pierre Bourdieu e a Sociologia como esporte de combate”, reunindo pesquisadores do Brasil e do exterior. Foi deste evento que veio a inspiração para a escrita deste artigo.

## REFERÊNCIAS

- ABAV. **ABAV 1953 – 2003: 50 anos de história, lutas e vitórias.** ABAV, 2004.
- ALVES, M. E. M. **O início da verticalização em Maceió-AL:** um estudo tipológico dos edifícios multifamiliares em altura (1960-1970). Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação em arquitetura e urbanismo da Universidade Federal de Alagoas. 2012.
- AZEVEDO, T. **A praia:** espaço de socialidade. 1. ed. Salvador, Brasil: Centro de estudos baianos da Universidade Federal da Bahia, 1988.
- BARROS, R. R. De A. **Solitários no paraíso:** produção cultural e expressões de isolamento em Maceió. Maceió, Brasil: Impresa Oficial Graciliano Ramos, 2018.
- BARRETO, F. “Mosaico” Classificados. **Diário de Pernambuco.** 13 de dez. 1978. Seção D, página 01. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Afr%C3%A2nio%20Soares%22&pagfis=127861](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Afr%C3%A2nio%20Soares%22&pagfis=127861)> Acesso em 04 de dez. 2024.
- BOURDIEU, P. Efeitos de lugar. In: BOURDIEU, P. **A miséria do mundo.** Petrópolis, RJ: Vozes. 7. ed. 2008.
- BOURDIEU, P. **Les structures sociales de l'économie.** Paris: Le Seuil, 2000.
- BOURDIEU, P. **Contre-feux.** Editions Raisons D'Agir. 1998.
- BOURDIEU, P. L'illusion biographique. **Actes de la Recherche em Sciences Sociales.** n. 62-63; p. 69-72; 1986.
- BOURDIEU, P; DESAULT, Y. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. **Educação em Revista,** n. 34, 2001 [Original de 1975]. Tradução: Maria da Graça Jacintho Setton.

BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo. **Anuário 2023**. Disponível em: <https://www.braztoa.com.br/anuariobraztoa-2023>. Acesso em: 18 mar. 2024.

BULGARELLI, C. **História da Hotelaria Alagoana**. Maceió, Brasil: Ideias Comunicação, 2012.

CASTILHO, C. J. M. A turistificação do espaço da cidade de Recife: uma estratégia para o desenvolvimento sócioespacial local. **Espaço e Geografia**. v. 03, Jan-Jul. p. 161-176, 2000.

CAVALCANTE, R. Jatiúca, 40 anos: como o primeiro resort de Maceió mudou o turismo em Alagoas. **Agenda A**. Publicado em 15 de setembro de 2019. Disponível em: <https://agendaa.com.br/2019/09/jatiuca-40-anos-como-o-primeiro-resort-de-maceio-mudou-o-turismo-em-alagoas/>. Acesso em: 30 nov. 2024.

CHALITA, P. Hotel Altesa Jatiúca. Caderno Política. **Diário de Pernambuco**. 25 de nov. 1979. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146125](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146125)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

CHAMPAGNE, P. Les paysans à la plage. **Actes de la recherche em Sciences Sociales**. v. 01, n. 02, 1975.

CORBIN, A. **O território do vazio**: a praia e o imaginário ocidental. 1. ed. São Paulo, Brasil: Companhia das Letras, 1989.

CORREIO DA MANHÃ. Coluna T. “Marechal”. **Correio da Manhã (RJ)**. 18 de out. 1972. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842\\_08&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=34301](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842_08&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=34301)>. Acesso em: 04 dez. 2024

CORREIO DA MANHÃ. Vida Excursionista. Festa de Hoteleiros. 2º Caderno. **Correio da manhã (RJ)**. 17 de nov. 1955. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842\\_06&pasta=ano%20195&pesq=%22Walter%20Soares%20Ribas%22&pagfis=55170](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842_06&pasta=ano%20195&pesq=%22Walter%20Soares%20Ribas%22&pagfis=55170)>. Acesso em: 04 dez. 2024

CRAVEIRO, C. **História de Alagoas**: Resumo didático. Maceió, Brasil: SERGASA, 1983.

CRAVEIRO, C. **Maceió**. 2. ed. Maceió, Brasil: SERGASA, 1981.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sugestões. **Diário de Pernambuco**. 21 de out. 1979a. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=144227](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=144227)>. 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Hotel Jatiúca. Caderno Local. **Diário de Pernambuco**. 13 de dez. 1979b. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=147258](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=147258)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. “Sururu”. Caderno “Sociais”. **Diário de Pernambuco**. 24 de nov. 1979c Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146089](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146089)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Viva Mais! Faça Turismo! Viajar é Viver! Caderno “Turismo”. **Diário de Pernambuco**. 01 de jan. 1978. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=111110](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=111110)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Arthur Lundgren Hotéis do Nordeste S/A. Caderno Regional. 02 de nov. 1977. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=108328](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=108328)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Caderno “Turismo”. **Diário de Pernambuco**. 11 de dez. 1975. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=78280](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=78280)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Caderno “Sociais”. Hotel. **Diário de Pernambuco**. 16 de fev. 1975b. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=66810](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=66810)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. From Aracaju. In Caderno Sociedade e Feminino. **Diário de Pernambuco**. 16 de out. 1974. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=62143](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=%22Hotel%20Beira%20Mar%22&pagfis=62143)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Ainda em andamento plano para construir novo hotel. Nordeste. Primeiro Caderno. **Diário de Pernambuco**. 11 de fev. 1972. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=24509](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=24509)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Solicitadas”. **Diário de Pernambuco**. 22 de Jun. 1924. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_10&pasta=ano%20192&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=12250](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_10&pasta=ano%20192&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=12250)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Diário social”. **Diário de Pernambuco**. 01 de Maio de 1923. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_10&pasta=ano%20192&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=8932](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_10&pasta=ano%20192&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=8932)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Pelos municípios”. **Diário de Pernambuco**. 19 de mar. 1911. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_09&pasta=ano%20191&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=1728](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_09&pasta=ano%20191&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=1728)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Governo do estado”. **Diário de Pernambuco**. 19 de abril de 1907. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_08&pasta=ano%20190&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=8248](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_08&pasta=ano%20190&pesq=%22Levino%20David%20Madeira%22&pagfis=8248)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Varias”. **Diário de Pernambuco**. 25 de nov. 1906. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_08&pasta=ano%20190&pesq=%22Jo%C3%A3o%20Nunes%20Leite%22&pagfis=7781](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_08&pasta=ano%20190&pesq=%22Jo%C3%A3o%20Nunes%20Leite%22&pagfis=7781)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Sessão “Tribunaes”. **Diário de Pernambuco**. 22 de set. 1903. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_08&pasta=ano%20190&pesq=&pagfis=11971](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_08&pasta=ano%20190&pesq=&pagfis=11971)>. Acesso em: 04 de dez. 2024.

DIEGUES, A. C. **Povos e mares**: leituras em sócio-antropologia marítima. 1. ed. São Paulo, Brasil: NUPAUB-USP, 1995.

DUARTE, R. de O. **Laguna de encantos e desencantos**. Maceió: Edufal, 2023.

FALCÃO, A. **História da hotelaria no Brasil**. Rio de Janeiro: Insight Engenharia de Comunicação: ABIH Nacional, 2007.

GOEKING, W. Pandemia provoca aumento na procura e na compra de imóveis na praia. **Valor Investe**. 13 de fevereiro de 2021.

GUIBERT, C. Analyser les usages sociaux du tourisme: les apports de la sociologie de Pierre Bourdieu. **Mondes du Tourisme**. n. 20, 2021. DOI: <https://doi.org/10.4000/tourisme.4197>.

FERREIRA, I. V; BELANDI, C. Censo 2022: informações de população e domicílios por setores censitários auxiliam gestão pública. **Agência IBGE notícias**. 21 de Março de 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/39525-censo-2022-informacoes-de-populacao-e-domiciliros-por-setores-censitarios-auxiliam-gestao-publica#:~:text=Os%20agregados%20por%20setores%20censit%C3%A1rios%20preliminares%20do%20Censo%202022%20mostram,de%20150%20quil%C3%B3metros%20do%20litoral>. Acesso em: 04 dez. 2024.

JORNAL DO COMÉRCIO. Luxor Motéis Turismo S.A. Segundo Caderno. **Jornal do Comércio**. 25 de mar. 1972. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568\\_16&pasta=ano%20197&pesq=%22a%20opera%C3%A7%C3%A1o](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_16&pasta=ano%20197&pesq=%22a%20opera%C3%A7%C3%A1o)>. Acesso em: 04 dez. 2024.

%C3%A3o%20de%20unidades%20de%20luxo%22&pagfis=13150>. Acesso em: 04 dez. 2024.

JORNAL DO COMÉRCIO. Luxor Motéis Turismo S.A. Segundo Caderno. **Jornal do Comércio**. 01 de Maio de 1974. Disponível em <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568\\_16&pasta=ano%20197&pesq=%22a%20opera%C3%A7%C3%A3o%20de%20unidades%20de%20luxo%22&pagfis=28713](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_16&pasta=ano%20197&pesq=%22a%20opera%C3%A7%C3%A3o%20de%20unidades%20de%20luxo%22&pagfis=28713)>. Acesso em: 04 dez. 2024.

LAGES, S. B.; DANTAS, C. L. A.; DANTAS, A. D.; CHALITA, P. **Alagoas Roteiro Cultural e Turístico**. Maceió, Brasil: Recife Grafica Editora, 1979.

LEITE, C.; SEMTEL, A. Maceió é o destino do Nordeste mais procurado para férias de verão em 2023. **Prefeitura de Maceió**. Publicado em 12 de dezembro de 2022. Disponível em: <https://maccio.al.gov.br/noticias/semtel/maceio-e-o-destino-do-nordeste-mais-procurado-para-férias-de-verao-em-2023>. Acesso em: 24 jan. 2023.

LOLOUM, T. Derrière la plage, les plantations. Touristification du littoral et recompositions des élites dans le Nordeste brésilien. **Actes de la recherche em Sciences Sociales**. n. 218, pp. 46-63, 2017.

LUNDGREN, H. Porque um hotel em Maceió? Caderno Política. **Diário de Pernambuco**. 02 de dez. 1979. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033\\_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146595](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_15&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=146595)> Acesso em: 04 de dez. 2024.

MAJELLA, G. de. Jayme Miranda – Um revolucionário brasileiro. Ebook. Disponível em: <https://www.historiadealagoas.com.br/wp-content/uploads/2015/06/Jayme-Miranda-Um-revolucion%C3%A1rio-brasileiro.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2024.

MANCHETE. Jatiúca não existe. Eu sei porque estive lá. 29 de dez. 1979. n. 1445. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20197&pesq=%22esquecer%20o%20mar%20do%20medi%20%22&pagfis=190724>>. Acesso em: 04 dez. 2024.

MAUL, G. A; DUEDALL, I. W. “Demography of Coastal Populations”. In: FINKL, C. W.; MAKOWSKI, C. (Orgs). **Encyclopedia of Coastal Science**. Second Edition, Springer, 2019.

MELO, J. C. **A emergência da urbanização turística com base na rede hoteleira da cidade de Maceió-Alagoas**. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico de Turismo**. V. 49. Ano Base, 2021. 1 ed. Novembro 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico de Turismo**. V. 47. Ano Base, 2019. 2 ed. Março 2021.

MONTAGNER, M. A. Trajetórias e biografias: notas para uma análise bourdieusiana. **Sociologias**. n. 17, jan/jun 2007, p. 240-264.

MUSEU DA PESSOA. **Família Lundgren** – Memória, Valores e Legados. 2019. Disponível em: [https://museudapessoa.org/wp-content/uploads/2021/06/LIVRO\\_Lundgren\\_Versao-Final.pdf](https://museudapessoa.org/wp-content/uploads/2021/06/LIVRO_Lundgren_Versao-Final.pdf). Acesso em: 15 mar. 2024.

NAÇÕES UNIDAS. Latest Ocean Data. **The Ocean Conference**. Lisboa, 27 de Junho a 01 de Julho de 2022.

NAÇÕES UNIDAS. Factsheet: People and Oceans. **The Ocean Conference**. Nova Iorque, 5-9 de Junho de 2017.

NEUMANN, B.; VAFEIDIS, A. T.; ZIMMERMANN, J.; NICHOLLS, R. J. Future Coastal Population Growth and Exposure to Sea-Level Rise and Coastal Flooding - A Global Assessment. **PLoS ONE**, v.10, n.3, 2015, e0118571. Doi:10.1371/journal.pone.0118571.

NOGUEIRA, C. M. M. Espaço Social. In: CATANI, A. M. (Org.). **Vocabulário Bourdieu**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

O ESTADO de Florianópolis. Acontecimentos Sociais. **O estado de Florianópolis**. 27 de mar. 1968. Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=884120&pasta=ano%20196&pesq=%22Lux%20Hotel%22&pagfis=99317>>. Acesso em: 04 dez. 2024.

O JORNAL RJ. Na ABIH. **O Jornal (RJ)**. 02 de nov. 1961. Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=110523\\_06&pasta=ano%20196&pesq=ABIH&pagfis=18064](https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=110523_06&pasta=ano%20196&pesq=ABIH&pagfis=18064)>. Acesso em: 04 dez. 2024.

O'DONNEL, J. **A invenção de copacabana**. Culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PIMENTEL, T. D. O campo turístico: uma perspectiva sócio-política para estudar a ação e sua estruturação. **Revista Latinoamericana Turismologia** – RELAT, Juiz de Fora, RJ, e-ISSN: 2448-198X, v. 6, n. único, 1-13, Jan./Dez., 2020.

PIMENTEL, D.; SALMERON, I. **João Alves Filho**: A Saga de um Político Nordestino. Aracaju: ArtNer Comunicação, 2022.

PINÇON, M; PINÇON-CHARLOT, M. Histoires de vie, espaces de vie. **L'espace géographique**, n.2, pp. 122-130, 1988.

PONTEE, N. Defining coastal squeeze: A discussion. **Ocean & coastal management**, v. 84, p. 204-207, 2013. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2013.07.010>.

PROJETO MAPBIOMAS. **Mapeamento Anual de Cobertura e Uso da Terra do Brasil**. 2021. Disponível em: [https://brasil.mapbiomas.org/wp-content/uploads/sites/4/2023/09/MapBiomas\\_Zona\\_Costeira\\_Outubro\\_2021\\_30102021\\_OK.pdf](https://brasil.mapbiomas.org/wp-content/uploads/sites/4/2023/09/MapBiomas_Zona_Costeira_Outubro_2021_30102021_OK.pdf). Acesso em: 18 mar. 2024.

RANGEL, M. G. **Destinação Turística Maceió**: ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2010

RÉAU, B. S'inventer un autre monde – Le Club Méditerranée et la genèse des clubs de vacance em France (1930 – 1950). **Actes de la recherche em Sciences Sociales**, n. 170, pp. 66-85, 2007.

REVELL, K. D. From urban citizens to ocean liners: Miami beach hotels and the enclosure movement, 1935-1955. **Journal of Urban History**. v. 47, n. 5, p. 1067-1102, 2021. Doi: <https://doi.org/10.1177/0096144220904950>

SAAB, W. G. L; Daemon, I. G. O segmento hoteleiro no Brasil. **BNDES setorial**, 2001.

SABO, A. L. **Ruben Martins**: Trajetória e Análise da Marca Rede de Hotéis Tropical. Dissertação de Mestrado. Arquitetura e Urbanismo, USP. 2011.

SARTORE, M; RODRIGUES, C; GOMES, W. Um “desbravador de novos mares”: Surf, Turismo e Sociologia por Christophe Guibert. **Revista TOMO**, v. 43, e20604, 2024. Doi:<https://doi.org/10.21669/tomo.v43.20604>

SEILD, E. Sociodiceia. In: CATANI. A. M. (Org.) **Vocabulário Bourdieu**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

SILVA, C. P. da; FONSECA, C. Capacidade de carga de praias. Conceitos, reflexões e desafios. In: BOMBANA, B.; TURRA, A.; POLETTE, M. **Gestão de praias**: do conceito à prática. Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, Brasil, 2022, p 182-199. DOI:10.11606/9786587773360. ISBN:978-65-87773-36-0.

TICIANELI. Estrada de Bebedouro, um dos primeiros caminhos de Maceió. **História de Alagoas**. 2020. Disponível em: <https://www.historiadealagoas.com.br/estrada-de-bebedouro-um-dos-primeiros-caminhos-para-maceio.html>. Acesso em: 14 mar. 2024.

TICIANELI. Avenida da Paz, o aterro de Jaraguá. **História de Alagoas**. 2019. Disponível em: <https://www.historiadealagoas.com.br/avenida-da-paz-o-aterro-de-jaragua.html>. Acesso em: 12 mar. 2024.

TICIANELI. O majestoso Hotel Bella Vista. **História de Alagoas**. 2015. Disponível em: <https://www.historiadealagoas.com.br/hotel-bella-vista.html>. Acesso em: 14 mar. 2024.

TRAJANO, U. S. **100 anos Pernambucanas** – com a família brasileira. São Paulo, 2008.

TUCCI, A. Pandemia acelera procura por imóveis de luxo no campo e na praia. **Forbes**. 19 de Setembro de 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/09/pandemia-acelera-procura-por-imoveis-de-luxo-no-campo-e-na-praia/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

VARELA, C. C. Bourdieu em la playa. Campos de fuerza y relaciones de poder sobre la arena. **Gazeta de Antropología**, v. 25, n. 02, 2009.

VERAS FILHO, L. **História do turismo em Alagoas**. Maceió, Brasil: SERGASA, 1991.

ZANATTA, Bianca. Com pandemia e home office, brasileiros se mudam de vez para a praia. **Estadão**. Publicado em 09 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/radar-imobiliario/brasileiros-se-mudam-de-vez-para-a-praia/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

**Submetido em:** 15/05/2024

**Aprovado em:** 12/10/2024